



universität
wien

DISSERTATION

Titel der Dissertation

„Creative Industries in Wien
seit dem Fin de Siècle –
Mode, Grafik, Design, Fotografie“

Verfasserin

Mag. phil. Heike Ilse Hromatka-Reithofer

angestrebter akademischer Grad

Doktorin der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 092 312

Dissertationsgebiet lt.
Studienblatt:

Doktoratsstudium der Philosophie, Geschichte

Betreuer:

a. o. Univ.-Prof. Mag. Dr. Peter Eigner

VORWORT

Die Beschäftigung mit den Wiener Creative Industries in den vergangenen acht Jahren war aus wissenschaftlicher Sicht eine Bereicherung – ein derart breit gefasstes Feld aus verschiedensten Blickpunkten zu diskutieren erwies sich als ausgesprochen interessant, aber auch wertvoll im Hinblick auf andere Branchen, andere Städte, andere Zeiträume.

Die Auseinandersetzung mit der Thematik öffnete ebenso die Augen für die kreative „Szene“ in Wien. Die Entwicklung hin zu einer modernen Stadt seit den 1990er-Jahren trägt besonders in den letzten Jahren Früchte, die in Wien sichtbar werden: anhand von neu entstehenden oder neu genutzten Räumen, durch Kunst, die sich vielfältiger präsentiert und einer abwechslungsreichen Eventkultur, einer florierenden Lokal- und Geschäfteszene bis hin zu einem modernen (touristischen) internationalen Auftritt. Wien entwickelt sich selbstbewusst zu einer modernen, internationalen Metropole, und es wird spannend sein mitzuerleben, wohin diese Reise führen wird – aus wissenschaftlichem Interesse, aber auch als Bewohnerin der Stadt.

Mein besonderer Dank gilt meinen Eltern, den begeisterten Wien-BesucherInnen, meinem Mann, dem überzeugten Ottakringer und meiner Lektorin, die selbst Teil der Creative Industries ist, für die Unterstützung bei der Entstehung dieser Arbeit.

Ebenfalls bedanken möchte ich mich bei Prof. Peter Eigner für seine umfassende Betreuung.

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	III
INHALTSVERZEICHNIS	IV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VII

I. EINLEITUNG	1
II. THEORETISCHE GRUNDLAGEN.....	6
II.1. DEFINITION VON CREATIVE INDUSTRIES	6
II.1.1. <i>Creative Industries als Schlagwort</i>	7
II.1.2. <i>Creative Industries als Begriff</i>	10
II.1.3. <i>Creative Industries in Österreich</i>	18
II.1.4. <i>Creative Industries in der vorliegenden Arbeit</i>	23
II.2. BEGRIFFSBESTIMMUNGEN	23
II.2.1. <i>Fin de Siècle</i>	24
II.2.2. <i>Ebenen der Untersuchung</i>	25
II.2.3. <i>Mode, Grafik, Fotografie, Design</i>	27
III. QUANTITATIVE ENTWICKLUNG DER WIENER CREATIVE INDUSTRIES	30
III.1. DATENGRUNDLAGE	31
III.2. METHODE	33
III.2.1. <i>Architektur</i>	38
III.2.2. <i>Audiovisueller Bereich</i>	39
III.2.3. <i>Bildende Kunst</i>	40
III.2.4. <i>Darstellende und Unterhaltungskunst</i>	41
III.2.5. <i>Grafik/Mode/Design</i>	41
III.2.6. <i>Literatur/Verlagswesen/Printmedien</i>	44
III.2.7. <i>Musik</i>	44
III.2.8. <i>Bibliotheken und Museen</i>	45
III.2.9. <i>Software/Multimedia/Internet/Spiele</i>	45
III.2.10. <i>Werbung</i>	46
III.3. SCHWIERIGKEITEN	46
III.3.1. <i>„Weiche“ Definition von CI</i>	47
III.3.2. <i>Unterschiedliche Klassifizierung der Daten</i>	50
III.3.3. <i>Grundlegende strukturelle Veränderungen</i>	52

III.3.4.	<i>Schwächen älterer Daten</i>	54
III.4.	ZUSAMMENFÜHRUNG DER DATEN	56
III.5.	ERGEBNISSE DES JAHRHUNDERTVERGLEICHS	59
III.5.1.	<i>Architektur</i>	63
III.5.2.	<i>Bildende Kunst</i>	63
III.5.3.	<i>Literatur/Verlagswesen/Printmedien</i>	64
III.5.4.	<i>Audiovisueller Bereich, Musik und Darstellende Kunst</i>	65
III.5.5.	<i>Werbung</i>	67
III.5.6.	<i>Gender-spezifische Ergebnisse</i>	67
III.6.	AUSGEWÄHLTE ASPEKTE DER WIENER CREATIVE INDUSTRIES	70
III.6.1.	<i>Einkommenssituation</i>	72
III.6.2.	<i>Betriebsgrößen</i>	74
III.7.	BESCHÄFTIGTENENTWICKLUNG IM BEREICH MODE, GRAFIK, DESIGN UND FOTOGRAFIE LAUT VOLKSZÄHLUNG	77
III.7.1.	<i>Bekleidung</i>	78
III.7.2.	<i>KürschnerInnen/LederbekleidungserzeugerInnen</i>	79
III.7.3.	<i>Fotografie</i>	79
III.7.4.	<i>Schuhmacherei</i>	80
III.7.5.	<i>Keramik</i>	81
III.8.	BESCHÄFTIGTENENTWICKLUNG IM BEREICH MODE, GRAFIK, DESIGN UND FOTOGRAFIE LAUT WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN	82
III.8.1.	<i>Bekleidungsindustrie</i>	83
III.8.2.	<i>Bekleidungsgewerbe</i>	84
III.8.3.	<i>Leder- und Accessoires-Gewerbe</i>	85
III.8.4.	<i>Schuhmacher</i>	85
III.8.5.	<i>Sticker, Stricker, Wirker, Weber, Posametriker und Seiler</i>	86
III.8.6.	<i>Einzelhandel</i>	86
III.9.	BESCHÄFTIGTENENTWICKLUNG IM BEREICH MODE, GRAFIK, DESIGN UND FOTOGRAFIE LAUT FIRMENADRESSBUCH	87
IV.	MODE, GRAFIK, DESIGN	89
IV.1.	DIE ENTWICKLUNG DER TEXTILINDUSTRIE IN ÖSTERREICH	92
IV.2.	VOM FIN DE SIÈCLE BIS 1918 – KÜNSTLERINNEN UND MÄZENATENTUM	105
IV.2.1.	<i>Mode</i>	111
IV.2.2.	<i>Grafik, Design, Fotografie</i>	119
IV.2.3.	<i>Exkurs: Die Wiener Werkstätte</i>	125
IV.3.	ZWISCHENKRIEGS- UND NS-ZEIT – STILLSTAND UND VERTREIBUNG	146
IV.3.1.	<i>Mode</i>	150
IV.3.1.	<i>Exkurs: Die „Arisierung“ der Gerngroß AG</i>	159

IV.3.2.	<i>Grafik, Design, Fotografie</i>	161
IV.3.3.	<i>Exkurs: Augarten Porzellan</i>	168
IV.4.	DIE NACHKRIEGSJAHRE UND DIE SECHZIGER: AUFSCHWUNG UND INTERNATIONALISIERUNG.....	171
IV.4.1.	<i>Mode</i>	178
IV.4.1.	<i>Exkurs: Fred Adlmüller</i>	189
IV.4.2.	<i>Grafik, Design, Fotografie</i>	193
IV.4.3.	<i>Exkurs: Soziales Wohnen</i>	197
IV.5.	DIE SIEBZIGER- UND ACHTZIGERJAHRE: AUFBRUCH UND „SZENE“	200
IV.5.1.	<i>Mode</i>	206
IV.5.2.	<i>Grafik, Design, Fotografie</i>	227
IV.6.	DIE NEUNZIGER BIS ZUR GEGENWART: LUXUS UND INDIVIDUALITÄT.....	236
IV.6.1.	<i>Mode</i>	237
IV.6.2.	<i>Exkurs: Helmut Lang</i>	248
IV.6.3.	<i>Grafik, Design, Fotografie</i>	252
V.	SCHLUSSBETRACHTUNGEN	259
	QUELLENVERZEICHNIS	275
	ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS	288
	ANHANG	289
	ABSTRACT	IX
	LEBENS LAUF	XII

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

a. a. O.	am angeführten Ort
a n g; a. n. g.	anderweitig nicht genannt
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa, zirka
CI	Creative Industries
CITF	Creative Industries Task Force
CPD	Collections Premierien Düsseldorf
dgl.	dergleichen
d. h.	das heißt
ebd.	ebenda
EFTA	European Free Trade Association (Europäische Freihandelszone)
EG	Europäische Gemeinschaft
EH	Einzelhandel
et al.	und andere
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EWR	Europäischer Wirtschaftsraum
Exch.	Exchange
f, ff	und die folgende(n)
g	Gramm
GH	Großhandel
IWS	Internationales Wollsekretariat
Hrsg.	Herausgeber
hrsg.	Herausgegeben
Jg.	Jahrgang
KMU	Kleine(s) und mittlere(s) Unternehmen
lt.	laut

M, m	männlich
Mio.	Million(en)
Nr.	Nummer
NR	Nationalrat
o. J.	ohne Jahr
o. O.	ohne Ortsangabe
o. S.	ohne Seitenangabe
ÖS, S	Österreichische Schillinge
RM	Reichsmark
SW	Soziales Wohnen
S.	Seite
t	Tonne(n)
u. a.	unter anderem
u. Ä.	und Ähnlichem
Vgl., vgl.	vergleiche
Vol.	Volume, Ausgabe
VZ	Volkszählung
W, w	weiblich
WIFO	Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung
WTO	World Trade Organization, Welthandelsorganisation
WWTF	Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds
z. B.	zum Beispiel

I. EINLEITUNG

„Creative Industries“: Seit rund zwei Dekaden beschäftigen sich weltweit Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Medien mit diesem Mix aus höchst unterschiedlicher Branchen aus dem Dienstleistungs- und Produktionsbereich. Auch in Österreich – vor allem in den größeren Städten – gibt es Untersuchungen dazu, wie es um die wirtschaftliche Entwicklung kreativer Branchen steht, bzw. über deren Zusammenspiel und gegenseitige Einflussnahme. Warum ist das Interesse daran so groß?

So unterschiedlich die Definitionen von Creative Industries (in der Folge CI) sind – und die dahinter liegenden Zielsetzungen der jeweiligen Untersuchungen – haben die Branchen, die zu einem Industriesektor zusammengefasst werden, jedenfalls auf den zweiten Blick eines gemeinsam: ihr Wachstum in den letzten Jahrzehnten ist höher als in vielen traditionellen Branchen. Darüber hinaus wird den CI auch weiterhin ein hohes Wachstumspotenzial zugerechnet, wenn die Dynamik ähnlich fortschreitet wie in den westlichen Industriestaaten seit den 1980er-Jahren zu beobachten war; die Modeindustrie, die Unterhaltungs- und die Werbebranche und nicht zuletzt die Medien sind nach wie vor wachsende Märkte. Indem sich diese Branchen gegenseitig befruchten, Cluster bilden und Synergien gefunden werden, die den Erfolg erhöhen können, lohnt sich die Beschäftigung mit Creative Industries als zusammengefassten Sektor in jedem Fall.

Die vorliegende Arbeit ist ein Versuch, die Wiener CI als Industriezweig zusammenzufassen und ihre Entwicklung über das 20. Jahrhundert hinweg zu untersuchen.

Aus historischer Perspektive ist genau dieser Jahrhundertvergleich deshalb so interessant, da am Beginn des 20. Jahrhunderts, im Wiener Fin de Siècle, ein vermeintlicher Höhepunkt der CI anzunehmen ist. Wie

dieser aus heutiger Perspektive zu beurteilen ist, wird in der vorliegenden Arbeit nachgegangen, wie auch versucht wird die Frage zu beantworten, ob heute noch von dieser Phase gezehrt werden kann. Das Potenzial der CI wirtschaftlich zu nutzen und ein Standbein aufzubauen ist für Wien ein ebenso logischer Schritt wie für andere europäische Städte (wie etwa Manchester, Köln oder Stockholm): Wien ist eine Großstadt, deren Wissensgesellschaft hauptsächlich im Dienstleistungsbereich tätig ist; hierzulande würde man allerdings, so viele Fachleute, keine CI-„Szene“ aufbauen müssen, sondern es gelte, auf dem Ruf einer Kunst- und Kulturstadt aufzubauen, diesen zeitgemäß zu verwerten und einen früheren (vermeintlichen) Höhepunkt wiederzuerlangen. Aus dieser Tatsache ergibt sich zwangsläufig die Frage, wie sich die CI in Wien seit diesem Zeitpunkt entwickelt haben.

So unscharf, wie der Begriff *Fin de Siècle* hinsichtlich einer exakten Zeitangabe ist, so unpräzise ist auch das Ende des Beobachtungszeitraums in der vorliegenden Arbeit: wird die „Szene“ in Wien noch rund um das Jahr 2005 genauer untersucht, so ist mit dem Beginn der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise, die im Jahr 2008 bzw. in ihren Auswirkungen 2009 festzusetzen ist, ein Bruch zu sehen. Wurden etwa im Wiener Branchenverzeichnis *Creation Production 2005* noch 87 Betriebe gezählt, die Mode im engeren und weiteren Sinne anbieten, sind es 2011 nur mehr 57. Diesen Bruch herauszuarbeiten, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, zumal diese Krise zum Zeitpunkt der Fertigstellung der Arbeit noch nicht überwunden ist; bezeichnend ist jedoch, dass weder von der Wissenschaft, geschweige denn seitens Politik noch Wirtschaft in den Jahren seit 2010 wesentliche Impulse hinsichtlich der CI ausgegangen sind. Der „Hype“ um die CI hat deutlich nachgelassen.

Exemplarisch als ein typischer Branchenkomplex der CI soll in dieser Studie die Mode- und Designbranche im Detail untersucht werden. Wien war eines der europäischen Modezentren am Beginn des 20.

Jahrhunderts, verlor diese Stellung aber völlig während der letzten 100 Jahre. Die Entwicklungen genau dieses Feldes scheinen von besonderem Interesse, da an der Mode- und Designbranche zahlreiche vor- wie auch nachgelagerte Branchen beteiligt sind.

Nicht zuletzt soll die vorliegende Arbeit ein Beispiel dafür sein, wie quantitative Untersuchungen über einen derart langen Zeitraum gelingen können: Nicht nur der Frage, wie man zu einem aussagekräftigen Zahlenvergleich kommen kann, muss in diesem Zusammenhang ausführlich nachgegangen werden, sondern auch die Bedeutung dieser Zahlen im historischen Kontext diskutiert werden. Schließlich sind auch die Herausforderungen, die ein Begriff wie „Creative Industries“ einer quantitativen Vergleichsstudie stellt, die sich über ein ganzes Jahrhundert erstreckt, ein Hinweis darauf, wie pragmatisch letztlich der Zugang zu diesen und ähnlichen Fragestellungen sein muss.

Die Arbeit ist in drei große Abschnitte unterteilt:

- Die theoretischen Grundlagen sollen einen Überblick über die Creative Industries geben und den Begriff und seine Entwicklung diskutieren.
- Im zweiten Teil wird ein quantitativer Überblick der CI über ein Jahrhundert gegeben. Dabei werden sowohl die Methodik wie auch Schwierigkeiten und Unschärfen herausgearbeitet.
- Der dritte Teil, der die Modebranche sowie die angrenzenden Bereiche Grafik, Design und Fotografie in Wien zwischen dem Fin de Siècle und dem Beginn des 21. Jahrhunderts untersucht, nimmt die quantitativen Ergebnisse als Ausgangspunkt und versucht zu zeigen, was zwischen den untersuchten Zeitpunkten in diesem Bereich geschehen ist. Durch beide Untersuchungen soll ein umfassendes Bild gezeichnet werden, das sich nicht nur auf die

Zahlen stützt, sondern auch die Rahmenbedingungen, unter welchen die Entwicklung stattgefunden hat, berücksichtigt.

Anhand folgender, leitender Forschungsfragen wird versucht, diese Entwicklung zu analysieren:

1. Können die CI in Wien plausibel zu einer eigenen Industrie zusammengefasst werden?
2. Wie haben sich die CI im Laufe des 20. Jahrhunderts in Wien quantitativ entwickelt?
3. War das Fin de Siècle der Höhepunkt der CI in Wien?
4. Wie hat sich die Branche Mode, Grafik, Design und Fotografie im Gegensatz zu den Wiener CI insgesamt quantitativ entwickelt?
5. Welche wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen gab es?
 - 4a: Hatten diese einen Einfluss auf die CI bzw. das Feld Mode, Grafik und Design?
 - 4b: Decken sich diese wirtschaftspolitischen und gesellschaftlichen Phasen der Entwicklung mit den Entwicklungsphasen der CI bzw. des spezifischen Bereichs?
6. Was sind Muster des Erfolges/Misserfolges einzelner, bekannter KünstlerInnen und Firmen?

Folgende Hypothesen sollen in der vorliegenden Arbeit überprüft werden:

1. Die CI erlitten in Wien vor allem durch die politisch wie wirtschaftlich schwierige Zeit in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine große Zäsur.

2. Die CI entwickeln sich in ihrer Beschäftigungsdynamik entlang wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Entwicklungslinien.
3. Die CI erlebten seit den späten 1990er-Jahren einen besonderen Aufschwung. Dazu beigetragen haben vor allem Strukturförderungen.
4. Wien hat seine Position, die die Stadt im Fin de Siècle innehatte, nicht genutzt und musste die CI neu aufbauen.

In der Literatur findet sich bisher keine quantitative Untersuchung der Wiener Creative Industries, die sich über das gesamte 20. Jahrhundert erstreckt; bisher war der Fokus in der Wissenschaft auf rezentes Datenmaterial gerichtet.

Erstmals wurde im Zuge des Projekts *Creative Industries in Wien: Entwicklung, Dynamik und Potenziale* vom Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte an der Wirtschaftsuniversität Wien ein Jahrhundertvergleich versucht. An diesem Projekt war die Autorin der vorliegenden Arbeit als Mitarbeiterin zwischen 2004 und 2007 beteiligt. Die vorliegende Arbeit entstand zum Teil im Zuge der Projektarbeiten, wurden in Ansätzen in einem Working Paper¹, im Abschlussbericht des genannten Projekts und in der Folge in Band 1 der Reihe *Kreativwirtschaft in Wien*² beschrieben, ebenso wie diese Thematik und ausgewählte Aspekte anlässlich der 14th *International Conference on Cultural Economics* im Juli 2006 von der Autorin der vorliegenden Arbeit präsentiert wurde.

¹ Hromatka, Heike/ Resch, Andreas: *Kreativwirtschaft in Wien – eine Jahrhundertperspektive*, Working Paper Series: Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials, No. 2, Wien 2005.

² Resch, Andreas: Anmerkungen zur langfristigen Entwicklung der „Creative Industries“ in Wien; in: Mayerhofer, Peter/ Peltz, Philipp/ Resch, Andreas: "Creative Industries" in Wien: Dynamik, Arbeitsplätze, Akteure, Wien, 2008, S. 9 – 34.

II. THEORETISCHE GRUNDLAGEN

Die Wissenschaft beschäftigt sich erst relativ kurz mit den Creative Industries als solchen und den damit verbundenen Fragestellungen wie der wirtschaftlichen Entwicklung bzw. dem ökonomischen Potenzial oder Faktoren, die das Wachstum der Creative Industries begünstigen oder bremsen.

Die Frage nach dem Zusammenspiel von Kunst und Ökonomie wurde bereits im frühen 20. Jahrhundert aufgeworfen: Erstmals wurde der Begriff der „Kulturindustrie“ in der *Dialektik der Aufklärung*³ von Theodor W. Adorno und Max Horkheimer verwendet; auch Shepard Bancroft Clough beschäftigte sich schon in den 1950er-Jahren mit dem Zusammenhang zwischen Kultur und Wirtschaft bzw. mit der Frage, inwieweit wirtschaftlicher Erfolg zu einer vermehrten und besseren Kulturproduktion im Laufe der Geschichte beizutragen vermochte.⁴

Einige relevante AutorInnen, die sich gegenwärtig mit Problemstellungen der Creative Industries beschäftigen, sind Ruth Towse, Richard Florida und David Hesmondhalgh. Deren grundsätzliche Überlegungen flossen in zahlreiche Kreativwirtschaftsberichte ein. Im Folgenden wird ihr Beitrag zu den theoretischen Grundlagen näher ausgeführt.

II.1. Definition von Creative Industries

Um der Frage nach der Entwicklung der Creative Industries nachzugehen, erfordert es zunächst eine genaue Definition davon, was unter dem Begriff

³ Horkheimer, Max, und Adorno, Theodor W.: *Dialektik der Aufklärung*. Philosophische Fragmente. 13. Auflage, Frankfurt am Main, 2001.

⁴ Vgl. Clough, Shepard Bancroft: *Kultur und Wirtschaft. Der Anteil des ökonomischen Faktors am Steigen und Sinken der Kultur*, Wien, 1954, S. 228ff.

CI zu verstehen ist, welche Branchen in die CI inkludiert werden müssen und welches Verständnis von CI dieser Inklusion zugrunde liegt, sowie die Klärung der Frage, ab wann eine Person tatsächlich im Sinne der Definition von CI kreativ tätig ist.

Der Begriff der Creative Industries hat sich in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich entwickelt und wurde abhängig vom wirtschaftlichen und politischen Umfeld individuell an regionale Gegebenheiten angepasst. Diese Entwicklung soll im Folgenden nachgezeichnet werden.

II.1.1. Creative Industries als Schlagwort

Der Begriff der Creative Industries hat sich in den 1990er-Jahren als (wirtschafts-)politisches Schlagwort etabliert. Nach „Kulturarbeit“, „Kulturwirtschaft“ und „Cultural Industries“ wurde ein Wirtschaftssektor begrifflich dahingehend erweitert, dass über den klassischen – jedoch ebenfalls nur ungenau definierten – Kulturbereich hinausgehend sämtliche kreativen Arbeits- und Wirtschaftsbereiche, die vor allem gewinnbringend verwertet werden können, in einem Sektor zusammengefasst wurden. Aufmerksamkeit haben diese Branchen bzw. „kreativen Industrien“ dadurch erlangt, dass dieser Wirtschaftssektor (unter der Annahme, dass überhaupt von einem solchen zu sprechen ist) einer der wenigen sich dynamisch entwickelnden war und ist, vergleicht man ihn mit anderen wie etwa dem produzierenden Gewerbe. Das Wirtschaftswachstum und das Beschäftigungs- sowie Innovationspotenzial werden jedenfalls politisch herausgestrichen, womit die Branche politisch von Interesse ist und somit in die öffentliche Diskussion rückt.

Für die Standortpolitik einzelner Städte und Regionen wurden und sind die CI ebenfalls ausschlaggebend: die Kreativen sollen die Attraktivität heben und für ein positives Image sorgen.⁵

Dieses kreative Milieu ist jedoch nicht nur unter dem Aspekt der Kunst und Kultur interessant; vor allem wachsende Städte nutzen dieses Potenzial an Ideen für jene Innovationen, mit denen sie auf kreative Art und Weise Probleme lösen können, die entweder schon immer bestanden haben, durch die Zunahme der Bevölkerung aber akuter geworden oder überhaupt neu entstanden sind. Diese „neuen“ Lösungsstrategien können für Städte und ganze Regionen Impulsgeber sein und sind mitentscheidend für die Entwicklung einer Stadt. Der britische Städteforscher und -planer Charles Landry setzt sich seit den 1970er-Jahren mit dem Einfluss von Kultur und Kreativität auf Städte auseinander und ist international als Berater in diesen Fragen tätig. In seinem Buch *The Creative City*⁶ definiert er das „kreative Milieu“, das Städte künftig brauchen, um ihre Herausforderungen zu meistern und sich weiterzuentwickeln, als

“(..) place – either a cluster of buildings, a part of a city, a city as a whole or a region – that contains the necessary preconditions in terms of ‘hard’ and ‘soft’ infrastructure to generate a flow of ideas and inventions. Such a milieu is a physical setting where a critical mass of entrepreneurs, intellectuals, social activists, artists, administrators, power brokers or students can operate in an open-minded, cosmopolitan context and where face to face interaction creates new ideas, artefacts, products, services and institutions and as a consequence contributes to economic success.”⁷

Beispiele dafür, was kreative Milieus für die Entwicklung einer Stadt leisten können, sind etwa die Inklusion von speziellen Böden in Gehsteige in Japan, um Blinden eine bessere Orientierung zu geben, gut benutzbare

⁵ Vgl. Florida, Richard: *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, 2004, S. 24.

⁶ Landry, Charles: *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*, London, 2000.

Car Sharing-Projekte wie etwa in Berlin seit 1990 oder ein Projekt in Finnland, bei dem kleine Ortschaften ihr Recycling-System an die Post angebunden haben mangels einer eigenen Müllabfuhr, die zu kostenintensiv wäre. Aber auch das Hundertwasserhaus in Wien wird als gelungenes Beispiel für kreative Lösungen in der Stadt gesehen (wiewohl auch – wenngleich unerwähnt bei Landry – die ebenfalls von Friedensreich Hundertwasser gestaltete Müllverbrennungsanlage Spittelau), weil sich die höheren Errichtungskosten durch einen Mehrwert für die BewohnerInnen, für die gesamte Umgebung und nicht zuletzt für den Tourismus mehr als bezahlt gemacht haben.⁸

Bei der Durchführung einer eingehenden wissenschaftlichen Untersuchung geht es nicht nur darum, Gründe für die Entwicklung des Begriffs zu finden, sondern auch darum, CI zu definieren; denn erst durch eine genaue Definition, was nun unter „Creative Industries“ zu verstehen ist, lassen sich Aussagen über diesen Wirtschaftssektor treffen und Vergleiche anstellen. Auch Maßnahmenkataloge für die Politik, um diesen Wirtschafts- und Arbeitssektor spezifisch fördern zu können, benötigen im Vorfeld eine genaue Abgrenzung der Branchen.

Eine Abgrenzung zwischen den Überbegriffen „Kulturarbeit“, „Kulturwirtschaft“, „Cultural Industries“ und „Creative Industries“ ist dabei nicht zwingend nötig. Selbst in der spärlichen theoretischen Literatur gibt es unterschiedliche Auffassungen darüber, was unter CI zu verstehen ist und was nicht. Dennoch existieren einschlägige Untersuchungen, die sehr wohl Unterscheidungen zwischen den genannten Begriffen treffen.

Für einzelne Untersuchungen werden letztlich immer jene Definitionen verwendet, die am pragmatischsten zu handhaben sind, die Vergleiche

⁷ Landry, a. a. o., S. 133.

⁸ Vgl. Landry, a. a. o., S. 23, S. 148, S. 28, S. 30.

zulassen oder regionale Gegebenheiten berücksichtigen und die Begriffe oftmals synonym verwenden.

Die Diskussion über diese Begrifflichkeiten hat sich in den letzten Jahren tendenziell dahingehend entschärft, dass sich über die Sinnhaftigkeit einer einheitlichen Definition streiten lässt: Vor allem der Vergleich zwischen verschiedenen Regionen, Städten und Ländern besitzt aufgrund völlig unterschiedlicher Traditionen, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen wenig Aussagekraft. Eine einheitliche Definition würde somit zwar dieselben Branchen einschließen, vielleicht aber gerade eine für diese Untersuchungseinheit relevante Branche ausschließen. Würde man beispielsweise in traditionellen Modemetropolen wie Paris und Mailand Mode aus den CI ausschließen, wie man dies etwa in anderen Städten tut, erhielte man ein stark verzerrtes Bild, da diese Städte traditionell viel direkter und umfassender von Mode profitieren als etwa Manchester, Köln oder Wien.

Weitaus entscheidender ist es somit, grundsätzlich für jeden Bericht eine saubere Definition jener Branchen zu finden, die unter CI zu subsumieren sind.

II.1.2. Creative Industries als Begriff

Ausgehend von Großbritannien setzte in den 1980er-Jahren in den westlichen Industrienationen ein Diskurs über das wirtschaftliche Potenzial der kulturellen Branchen, Sektoren und in weiterer Folge Industrien ein, da traditionelle Wirtschaftszweige wie etwa die Schwerindustrie in Großbritannien in eine Krise stürzten und damit Städte und in der Folge ganze Regionen in strukturschwache Gebiete verwandelten.

Der *Greater London Council* erstellte zu dieser Zeit ein kulturpolitisches Konzept, in welchem der Begriff der „Cultural Industries“ aufgegriffen und mit Adornos in der *Dialektik der Aufklärung* erläuterten Definition von

„Kulturindustrie“⁹ kontrastiert wurde und dabei zwei wesentliche Entwicklungen unterstrich:

- Die kommerziell erfolgreichen kulturellen Aktivitäten – besonders außerhalb der öffentlichen Förderungen – waren wichtige Erzeuger von Wohlstand und Arbeitsplätzen.
- Die am häufigsten konsumierten kulturellen Güter – wie TV, Radio, Film, Musik, Konzerte, Bücher, Werbung – hatten nichts mit öffentlicher Förderung zu tun – jedenfalls nicht in den populären Sparten.¹⁰

Das Konzept, bestimmten Städten und Regionen durch gezielte Verknüpfung von Kultur und Wirtschaft durch die „Cultural Industries“ zum ökonomischen Aufschwung zu verhelfen, wurde in der Folge rasch auch in anderen englischen Städten sowie in Deutschland und Australien aufgegriffen; das Hauptaugenmerk wurde dabei auf das Potenzial der Beschäftigung und der Wirtschaftskraft gelegt.

Diesen neu entstehenden Konzepten lag ein gewisser Pragmatismus zugrunde, da keine der Definitionen der „Cultural Industries“ einer wissenschaftlichen Untersuchung entstammte, sondern von politischem Interesse hinsichtlich des jeweiligen Standortes geleitet war. In den ersten Länderberichten der 1980er- und 1990er-Jahre wurde jedoch strikt zwischen nicht kommerzieller Kunst und der an wirtschaftlichen Erfolgen

⁹ Der Begriff „Kulturindustrie“ entstammt dem gleichnamigen Kapitel in der *Dialektik der Aufklärung* von Horkheimer/Adorno, das 1944 im amerikanischen Exil verfasst wurde. Es wurde jede Ökonomisierung der Kunst als Massenbetrug kritisiert, eine generelle Verknüpfung von Wirtschaft und Kultur abgelehnt, was in der europäischen Tradition dazu führte, dass gerade nicht-kommerziell erfolgreichen kulturellen Aktivitäten Aufmerksamkeit bzw. Förderung seitens der Kulturpolitik zuteil wurde.

¹⁰ Vgl. O'Connor, Justin: *The Cultural Production Sector in Manchester. Research & Strategy*, Manchester, 1998, S. 3.

orientierten „Kulturindustrie“ unterschieden. Als Beispiel dafür seien die frühen Berichte zur deutschen Kulturwirtschaft angeführt, in welchen ein Kennzeichen der „Kulturindustrie“ die kommerzielle Ausrichtung war.¹¹ Somit ergab sich für die Schaffens- und Produktions- bzw. Vertriebs- und Verwertungsbereiche eine engere und eine weitere Definition dafür, was unter „Kulturwirtschaft“ zu verstehen sei.¹²

Justin O'Connor¹³ definierte „Cultural Industries“ als Gruppe von Aktivitäten, die symbolische Güter produzieren und verteilen, also Bedeutungen vermitteln. Wie dabei nun Kultur definiert wird, hängt von der ästhetischen oder anthropologischen Sichtweise ab, wobei Kultur entweder mit Kunst oder mit der Lebensweise gleichgesetzt wird.

Als Mitte der 1990er-Jahre die Multimedia- und Softwarebranche zu einer wichtigen Wirtschaftskomponente wurde, konnte der Kunst- und Kulturbereich nicht mehr im üblichen Sinne definiert werden und koppelte sich von den „Cultural Industries“ ab.

Die Creative Industries Task Force (CITF) in Großbritannien erstellte 1997 ein sogenanntes „Mapping Document“, das auf alle weiteren CI-Berichte großen Einfluss hatte. Dabei wurden erstmals Creative Industries statt „Cultural Industries“ erwähnt und definiert als

“those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property”.¹⁴

¹¹ Beispiele dafür sind der Bericht zur Kulturwirtschaft Hessen 2003, der Kulturwirtschaftsbericht des Landes Niedersachsen 2002 oder die Kulturwirtschaftsberichte des Landes Nordrhein-Westfalen.

¹² Vgl. auch: Kulturdokumentation, WIFO, Mediacult: Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien – Endbericht, Wien, 2004.

¹³ Vgl. O'Connor, Justin: The Definition of 'Cultural Industries', Manchester, 1999, S. 5.

¹⁴ Vgl. Ministerial Creative Industries Strategic Group: Creative Industries Mapping Document, London 2001, S. 5. <http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/338EFCBC-F706-4191-A1A4-CCB7EFF7EDAE/0/foreword.pdf>, abgerufen am 5. 7. 2007 um 10:00.

In dieser Darstellung wurden Branchen festgelegt, die als CI zu qualifizieren sind: Werbung, Architektur, Kunst- und Antiquitätenmarkt, Handwerk, Design, Designermode, Film, Video, interaktive Freizeit-Software, Musik, Darstellende Kunst, Software- und Computerdienstleistungen, TV und Radio. Weiters wurden enge wirtschaftliche Beziehungen mit anderen Sektoren festgestellt, wie Tourismus, Museen und Galerien, kulturelles Erbe und Sport.

Die CITF rückte in diesem „Mapping Document“ den individuellen Kreativen in den Mittelpunkt und legte damit fest, dass Kreativität in ihrem Kern durch das Urheberrecht geschützt wäre. Dadurch ergibt sich folgende Einteilung nach einem kreativen Kern¹⁵, der von Sphären umgeben ist, die jeweils weitere umschließen: Live-Auftritte¹⁶, Vertrieb und Lieferung¹⁷, damit zusammenhängende Aktivitäten¹⁸ und Handelswerkzeuge¹⁹. Ruth Towse²⁰ hat sich in langjähriger Forschung mit Urheberrecht und Creative Industries beschäftigt. Offensichtlich kommt man bei der Verwendung dieser Definition, die urheberrechtlich geschützte Produkte mit CI gleichsetzt, zu anderen Ergebnissen. Sich an der Stelle in diese Definition zu vertiefen, würde jedoch den Rahmen dieser Untersuchung sprengen, die Definition soll jedoch hier erwähnt sein.

Ausgehend vom Kernbereich der Content Origination bzw. der symbolischen Produktion kann man – je nach Fragestellung – enger oder

¹⁵ Schreiben, Aufführung, Komposition, Malen bzw. Zeichnen, Design.

¹⁶ Festivals, Ausstellungen, Rundfunk, Musicals, Tanzaufführungen, Oper, Konzerte.

¹⁷ Multimedia, Bibliotheken/Archive, Film/Kino, Fotografie, Video, Fernsehen, Theater, Museen, Schallplatten/CDs, elektronische Veröffentlichung, Auktionshäuser, Buchverlag.

¹⁸ Bau, Betrieb, Umsetzung, Instandsetzung/Restauration, Handwerk, Architektur, Magazine, Mode, Kulturerbe, Werbung, Konservierung, Gebäudemanagement.

¹⁹ Ausstattung für Theater, Film, Ton, Buchbinderei, Konzerte, Aufnahme sowie Künstlerbedarf, Musikinstrumente, Handwerkerbedarf, Ausstellungsbedarf, Rundfunkanlagenlieferant und Theaterset/Kulisse.

²⁰ Towse, Ruth und Holzhauser, Rudi (Hrsg.): *The Economics of Intellectual Property*, Cheltenham, 2002.

weiter gefasste Wertschöpfungsketten dem Gesamtbereich der CI zurechnen.

Gemäß dieser Logik werden in den britischen „Mapping Documents“ die „Kernbereiche“ (Core Activities) zusammen mit „verbundenen Aktivitäten“ (Related Activities) und „verbundenen Industrien“ (Related Industries) gesehen. Nach dieser Systematik fungieren viele Bereiche, die selbst Kernaktivitäten der CI darstellen, zugleich als verbundene Aktivitäten oder Industrien für andere Kernbereiche. Zum Beispiel gehören zum Kernbereich Mode verbundene Aktivitäten wie Bekleidungserzeugung oder Fotografie und verbundene Industrien wie Musik oder Pressewesen. Daneben bestehen auch verbundene Aktivitäten und Industrien, die in Relation zu mehreren Kernbereichen stehen, selbst aber keinen Kernbereich der CI darstellen, wie etwa der Tourismus.

Der Begriff CI wird häufig über den Inhalt des Produkts oder der Dienstleistung definiert, wobei unklar ist, ob die Creative Industries diesen Inhalt erzeugen, (re)produzieren oder den Rahmen dafür schaffen. Indem man – was eine weitere Definitionsvariante von CI betrifft – auf das geistige Eigentum Bezug nimmt, kann man einen großen Teil des Technologie-Sektors einschließen, wichtige kultur- und kunstbezogene Felder, wie etwa die Bildende Kunst (abseits des Kunstmarkts) sind dabei jedoch ausgeschlossen.

Die grundsätzliche Tatsache, dass der Begriff der Creative Industries einem permanenten Wandel unterzogen ist und sich üblicherweise den regionalen Umständen bzw. wirtschaftspolitischen Fragen und Zielsetzungen pragmatisch annähert, bedingt den Umstand, dass sich eine Definition hauptsächlich damit beschäftigt, welche Branchen darin enthalten sind und welche nicht. Die Grundlagenforschung ist in diesem Bereich zum gegenwärtigen Zeitpunkt wenig entwickelt, es können jedoch

Arbeiten aus dem Bereich der „Cultural Studies“ als theoretische Grundlagen herangezogen werden.

Bei David Hesmondalgh²¹ werden die „Cultural Industries“ ausgehend von einem Kulturbegriff definiert und abgegrenzt, wie er bei Raymond Williams²² vorkommt. Der Kulturbegriff in der anthropologisch weitestgefassten Form ist der „whole way of life“²³, also die gesamte Lebensart einer einzelnen sozialen Gruppe oder eines Volkes, wie klein oder groß diese Gemeinschaft gefasst sein mag. Durch diese Definition wäre jede Industrie kulturell, wenn sie innerhalb dieser Kultur bzw. für diese Kultur produziert.

Ursprünglich waren die „Cultural Industries“ jene Institutionen (normalerweise gewinnbringend orientiert, aber auch staatliche Organisationen oder Non-Profit-Organisationen), die am direktesten mit der Herstellung von sozialer Bedeutung beschäftigt und involviert waren. Das entspricht dem Verständnis von CI als „Content Industries“ und geht mit jenen Ansätzen konform, die CI mit dem juristischen Terminus „Copyright-Industrien“ definieren. Nach dieser Definition wären dies Fernsehen, Radio, Kino, Zeitungen, Magazine und Literatur, Musikerzeugung und -veröffentlichung, Werbung und Darstellende Kunst. Diese Branchen haben das primäre Ziel, sich einem Publikum zu präsentieren bzw. Texte herzustellen; im Gegensatz etwa zur Automobilindustrie, die zwar auch Design- und Werbeinputs hat, deren hauptsächlichlicher Zweck aber dem Transport dient und nicht darin liegt, Bedeutung herzustellen.

Diese Bezeichnung würde darüber hinaus einige Bereiche umfassen, wie etwa Forschung und Entwicklung, die man gemäß gängiger Konvention nicht unter den CI subsumiert, und andererseits Bereiche von

²¹ Vgl. Hesmondalgh, David: *The Cultural Industries*, London, 2002.

²² Williams, Raymond: *Culture*, London, 1981.

²³ Vgl. Williams, a. a. o., S. 11ff.

wesentlichen kunst- und kulturbezogenen Feldern unberücksichtigt lassen, etwa Mode oder Bildende Kunst.

Aber selbst diese Definition wird durch die Entwicklung der heutigen Konsum- und Wissensgesellschaft in Frage gestellt: Immer mehr Güter, die von ihrem ursprünglichen Zweck her eigentlich Gebrauchsgegenstände wären, stellen Bedeutung her, indem sie zu Statussymbolen werden. Ein Auto ist dann in manchen Fällen nicht mehr nur ein Transportmittel, sondern ein Luxusgut, das Status definiert. Ähnliches gilt für fast alle Markenartikel im Hochpreissegment, von technischen Geräten wie Laptops oder Handys bis hin zu Designerkleidung.²⁴

Nach Hesmondalgh gibt es Branchen, die dem Kernbereich²⁵ der „Cultural Industries“ zugeordnet werden können, periphere Branchen²⁶ und Branchen, die Grenzfälle²⁷ bei der Zuordnung zu den „Cultural Industries“ darstellen. Im britischen Diskussionskontext wurde betont, dass unter den CI kulturelle Aktivitäten mit einer kommerziellen Ausrichtung zu verstehen sind, da man insbesondere an solchen Bereichen interessiert war, die ohne öffentliche Förderung zur Schaffung von Wohlstand und Beschäftigung in der jeweiligen Region beitragen. Also wären KünstlerInnen, deren Werke erst post mortem verkauft würden, unter diesen Umständen keine Beschäftigten in den CI gewesen. Hesmondalgh sieht die europäischen Creative Industries insofern als Erweiterung der „Cultural Industries“, da Branchen, die auf handwerklichen Tätigkeiten

²⁴ Vgl. Hesmondalgh, a. a. o., S. 11ff.

²⁵ Werbung, Marketing, Rundfunk, Filmindustrie, Internetindustrie, Musikindustrie, Druck und elektronische Veröffentlichung sowie Video- und Computerspiele.

²⁶ Dazu zählen Theater und Kunstwerke, da etwa die Darstellende Kunst erst in den letzten Jahren industrielle Produktionsformen angenommen hat bzw. in der Bildenden Kunst zwar hohe Beträge umgesetzt werden, aber die Reproduktion ausfällt.

²⁷ Sport, Software, Mode und Hardware.

basieren (wie Mode, Schmuckdesign, Möbeldesign etc.), ebenfalls dazu gerechnet werden.²⁸

Die Gesamtheit der berücksichtigten Bereiche ergibt somit ein eng verwobenes Netzwerk. Dieser Netzwerkcharakter legitimiert trotz der Heterogenität der Teilbereiche, die CI als Gesamtheit, also als Industrie bzw. Industriesektor, zu verstehen. Angesichts der Struktur von CI-Wertschöpfungsketten im Rahmen eines komplexen Wertschöpfungsnetzwerkes und der Mehrfachfunktion einzelner Teilbereiche können nicht einfach die Kennzahlen aus Teilstudien zu einzelnen Wertschöpfungsbereichen addiert werden, um zu Gesamtzahlen für die CI insgesamt zu kommen – dies würde zu Mehrfachzählungen führen. Gleichzeitig entstehen Werte wie etwa Image erst durch das Zusammenspiel innerhalb des Sektors.

Angesichts der Heterogenität der CI-Teilbereiche sowie der schwierigen Datenlage haben sich bei der Durchführung von CI-Projekten forschungspragmatische Definitionen der CI eingebürgert, die einerseits an den jeweiligen Fragestellungen und andererseits an der Struktur gegebener Datenbestände orientiert sind.

Eine Auswahl an CI-Berichten gibt – bezogen auf die vielfältigen Definitionen von CI, die auf regionale Gegebenheiten angepasst sind – Aufschluss über Struktur und Entwicklung der Creative Industries in verschiedenen Städten, Ländern und Regionen der Welt. Berichte wurden bereits rund um die Jahrtausendwende nicht nur wie erwähnt in Großbritannien veröffentlicht, sondern auch in Städten, Ländern bzw. Staatenzusammenschlüssen wie Belfast, Berlin, Brisbane, East Midlands, Europäische Union, Frankreich, Hessen, Hongkong, Neuseeland, Spanien, St. Petersburg, Ungarn, USA (auch Wisconsin, Hawaii,

²⁸ Vgl. Hesmondalgh, a. a. o., S. 17f.

Pennsylvania, Indiana, Virginia, Austin), Yorkshire, Zürich. Ihnen liegen verschiedene, manchmal ähnliche Strukturen, Definitionen und Ziele zugrunde, wie ein kurzer Überblick über die verschiedenen Studien zeigte. Sie alle sind jedoch stark an regionale Gegebenheiten angepasst, was auch einen Vergleich erschwert. In Skandinavien etwa hat sich *Jenka* formiert, ein Netzwerk, dem Island, Norwegen, Schweden, Finnland und Dänemark angehören und das die skandinavischen Creative Industries untersucht bzw. sich näher mit Creative Industries beschäftigt. Das Ziel war

“(..) to create a Nordic meeting place, to allow knowledge sharing and exchange good practice within Creative Industries, and at the same time create a platform from which projects can be launched. The meeting place is to be established as a network”.²⁹

Darüber hinaus gibt es zusätzliche Länderberichte von Norwegen, Schweden und Finnland, die sich am britischen „Mapping Document“ orientieren.

Sie alle an dieser Stelle genau zu analysieren, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Dennoch war ein Überblick durchaus hilfreich, um das eigene Forschungsinteresse, die Definition und dahingehend auch die Ergebnisse kritisch hinterfragen zu können.

II.1.3. Creative Industries in Österreich

Als man auch in Österreich rund um die Jahrtausendwende analysierte, auf welche Zukunftsbranchen man einen wirtschaftspolitischen Fokus legen wollte, beschäftigte man sich auch mit den Creative Industries.

²⁹ Vgl. Sloth, Jorgen/ Nielsen, Carsten/ Nielsen, Andreas Ronne/ Wanche, Tore/ Rönnlund, Lars-Erik/ Alatalo, Ingegard/ Norstegard, Bjorn/ Makinen, Eeva/ Sigurdson, Smari: *Jenka – Nordic Creative Industries Network. Dance or Die*, o. O., 2006, S. 8.

Österreich wird weltweit als „Kulturnation“ angesehen, womit der Schritt zu CI logisch anmutet.

Eine der ersten Arbeiten, die sich mit dem Bereich der Kulturwirtschaft in Wien beschäftigten, war Norbert Geldners³⁰ im November 2000 erschienene Analyse. In seiner Definition rechnete er zum Kultursektor auch Vor- und Vermittlungsleistungen hinzu, wobei freilich einige Branchen, die durchaus zu den CI gerechnet werden könnten und in anderen Untersuchungen auch miteinbezogen werden, bei dieser Betrachtung nicht berücksichtigt wurden, etwa der Audiovisuelle Bereich.

Eine weitere Analyse, die sich mit der Kreativwirtschaft Österreichs beschäftigt, erschien 2003 als der *Erste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht*³¹. Die Definition dieser Studie beruhte auf dem LIKUS³²-Schema und wurde durch das Drei-Sektoren-Modell der Kreativwirtschaft ergänzt. Dementsprechend wurden drei Sektoren innerhalb der Kreativwirtschaft vor dem Hintergrund der Finanzierung unterschieden: der öffentliche Kulturbereich (hauptsächlich aus öffentlichen Mitteln finanziert und von der öffentlichen Hand verwaltet, z. B. Theater, Museen, Oper); der intermediäre Kulturbereich (Vereine,

³⁰ Geldner, Norbert: Der Wirtschaftsbereich Kultur und Unterhaltung und seine Rolle im Wiener Arbeitsmarkt, Wien, 2000.

³¹ KFMA, IKM (Hrsg.): Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Wien 2003.

³² LIKUS steht für „Länderinitiative Kulturstatistik“ und wurde vom Institut für Kulturmanagement der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien entwickelt. Es ist ein spartenbezogener Raster, der kulturpolitisch relevante Felder auf nachvollziehbare Weise abgrenzt und dadurch die Zurechnung von Ausgabenpositionen aller Ebenen der öffentlichen Verwaltung unter dem Titel „Kulturfinanzierung“ ermöglicht – unabhängig von den besonderen Praktiken der Kulturförderung oder Unterschieden in legislativen und administrativen Normierungen. Der zugrunde liegende breite Kulturbegriff geht konform mit international gebräuchlichen Konzepten wie dem UNESCO Framework for Cultural Statistics oder den von EUROSTAT und Eurostat vertretenen Schemata. Bis Ende der 1990er-Jahre wurde das LIKUS-Schema von den meisten Bundesländern in deren Kulturberichten übernommen. Ebenso weist der Kunstbericht des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur die Förderungsaktivitäten nach LIKUS-Kategorien aus.

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kulturfinanzierung/021557.html, 27. 10. 2009, 11:00.

Stiftungen etc.); sowie der privatwirtschaftliche Kulturbereich (Kulturwirtschaft im engeren Sinne sowie der Medien-, Informations- und Kommunikationssektor im weiteren Sinne). Die drei Bereiche stehen in dieser Untersuchung in konstantem Austausch und in Abhängigkeit voneinander; an ihrer Schnittstelle befinden sich die KünstlerInnen und die Kulturproduktion.³³ Daraus resultiert die Inklusion folgender Branchen und Berufe: ArchitektInnen; planende BaumeisterInnen; RestauratorInnen; Denkmalpflege; BildhauerInnen; Kunstsammlung; Bibliothek; Museum; Buch- und Musikverlag; MusikinstrumentenerzeugerInnen; Elektrohandel; SängerInnen; Schauspielergruppe; Puppentheater; Filmherstellung; Filmkopieranstalt; Videoaufnahmenvervielfältigung; Videothek und Kino; Softwareherstellung; Softwarevervielfältigung; Elektrogroß- und -einzelhandel; Computer- und Softwarehandel; Handel mit Kunstgegenständen; Handel mit Sammlerwaren; Fotohandel und Fotoateliers; WerbemittelgestalterInnen; Textil-, Schmuck-, Möbeldesign; Druckerei; Buchbinderei; Bucheinzel- und -großhandel; Werbemittelverbreitung; Schreibbüros; JournalistInnen; SchriftstellerInnen; Künstleragentur; Pflichtschule; Hochschule; Volkshochschule; Tanzschule; öffentliche Verwaltung.

Die Daten, die im Bericht verwendet wurden, stammen vom Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger aus dem Jahr 2000.

Für den *Zweiten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht*, der 2006 veröffentlicht wurde, wurde eine ähnliche Definition gewählt. Im Unterschied zum *Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht* wurden einige Großhandelsbranchen ausgespart, da ihre Verbindung zum Kernbereich der Kreativwirtschaft eher gering ist.³⁴

³³ Vgl. KFMA, IKM (Hrsg.), a. a. o., S. 21ff.

³⁴ Vgl. KMU-Forschung Austria (Hrsg.): Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, S. 34f.

Anfang 2004 erschien erneut eine Untersuchung zu den Wiener CI. Im Bericht *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der ‚Creative Industries‘ in Wien*³⁵, den die Institutionen *Kulturdokumentation*, *Mediacult* und *WIFO* verfassten, wurden zehn Branchen als CI definiert (im Folgenden wird darauf als „Wiener Definition“ verwiesen) und nach Abschnitten der Wertschöpfungsketten in Manufacturing and Reproduction, Content Origination und Exchange eingeteilt, was einer ähnlichen Logik wie Geldners Einteilung folgt. Im Wiener CI-Bericht wurden allerdings – im Gegensatz zu Geldner – der AV-Bereich wie auch der Software- und Multimediabereich zu den CI gezählt. Die zehn Branchen waren Architektur, Audiovisueller Bereich, Bildende Kunst und Kunstmarkt, Darstellende und Unterhaltungskunst, Grafik/Mode/Design, Literatur/Verlagswesen/Printmedien, Musikwirtschaft, Museen/Bibliotheken, Software/Multimedia/Spiele/Internet, Werbung (siehe Kapitel III.2.).

Zur selben Zeit wurde vom Wiener Wissenschafts- und Technologiefonds zum “SciENCE for Creative Industries”-Call 2003/2004 aufgerufen. Ziel war es, Projekte und Stiftungsprofessuren zu fördern, die das wissenschaftliche Fundament für Creative Industries verbreitern und zu deren Stärkung in Wien beitragen können. Zehn Projekte wurden mit insgesamt 3 Mio. Euro unterstützt, darunter solche, die sich mit einzelnen Branchen der CI, aber auch mit bestimmten Aspekten daraus beschäftigten. Besondere Relevanz für die vorliegende Arbeit hat das Projekt *Creative Industries in Wien: Entwicklung, Dynamik und Potenziale*³⁶ vom *Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte* an der *Wirtschaftsuniversität Wien*. An der *Wirtschaftsuniversität Wien* wurden im Zuge dieses Forschungsschwerpunkts im Rahmen des Diplomstudiums

³⁵ Kulturdokumentation, WIFO, Mediacult (Hrsg.): *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der ‚Creative Industries‘ in Wien – Endbericht*, Wien, 2004.

³⁶ An diesem Projekt war die Autorin der vorliegenden Arbeit als Mitarbeiterin zwischen 2004 und 2007 beteiligt. Die vorliegende Arbeit entstand zum Teil im Zuge der Projektarbeiten.

Sozioökonomie zwischen 2005 und 2010 interdisziplinäre Forschungspraktika zum Thema Kreativwirtschaft in Wien durchgeführt, die sich mit dem Spannungsverhältnis zwischen Ökonomie und Kunst beschäftigten.

Abseits von Abschlussberichten wurden diese Untersuchungen auch publiziert. Zwischen 2008 und 2011 wurden bisher fünf Bände in der Reihe *Kreativwirtschaft in Wien*³⁷ publiziert, die sich sowohl mit Überblicksfragestellungen wie auch Fallbeispielen zur Wiener CI auseinandersetzen. Auf einzelne Artikel aus dieser Reihe wird in der vorliegenden Arbeit noch näher eingegangen.

Weiters gibt es auch spezielle regionale Studien in Österreich, etwa *Der Kultursektor im Burgenland*³⁸, der CI nach Justin O'Connor³⁹ definiert und die Kulturwirtschaft wie auch den Kultursektor untersucht. Auch in Tirol⁴⁰ wurden die CI untersucht, vor allem hinsichtlich der Zusammenarbeit mit KMU. In einem Bericht über Salzburg⁴¹ wurden keine regionalspezifischen Daten erhoben, sondern vor allem Fallbeispiele dargestellt. Die Einteilung der Branchen erfolgte laut Wirtschaftskammer-Statistik. Für einen Bericht über die Linzer Creative Industries⁴² folgte man dem Schweizer Beispiel und unterteilte die CI in eine weitere und eine engere Definition. Besonders ist hierbei auch die Ausweisung von Forschung, Entwicklung,

³⁷ Band 1: Mayerhofer, Peter/ Peltz, Philipp/ Resch, Andreas: "Creative Industries" in Wien: Dynamik, Arbeitsplätze, Akteure. Wien, 2008; Band 2: Eichmann, Hubert (Hrsg.): Nachhaltige Arbeit in der Wiener Kreativwirtschaft? Architektur – Design – Film – Internet – Werbung. Wien, 2008; Band 3: Resch, Andreas: Das Geschäft mit Wort und Bild. Wirtschaftsgeschichte der Massenmedien und der Werbebranche in Wien. Wien, 2008; Band 4: Gebesmair, Andreas (Hrsg.): Randzonen der Kreativwirtschaft. Türkische, chinesische und südasiatische Kulturunternehmungen in Wien. Wien, 2009; Band 5: Grisold, Andrea/ Miklautz, Elfie/ Resch, Andreas: Kreativ in Wien. Vierzehn Fallstudien im Spannungsfeld von Ökonomie und Kunst. Wien, 2011.

³⁸ Instinct Domain (Hrsg.): Der Kultursektor im Burgenland 2000, Wien, 2002.

³⁹ Vgl. O'Connor, Justin, The Definition of "Cultural Industries", Manchester, 1997.

⁴⁰ Kalmár, M./ Kernbeiß, G./ Lehner, U./ Löffler, R./ Wagner-Pinter, M.: Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen? Innsbruck, 2005.

⁴¹ Innovations- und Technologietransfer Salzburg GmbH (Hrsg.): Kreativität Salzburg. Ein Strategiepapier für eine standortpolitische Schwerpunktsetzung, Salzburg, 2004.

⁴² Linzer Institut für qualitative Analysen: Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz, Linz, 2005.

Beratung und Bildung als CI-Branchen⁴³; anzunehmen ist, dass Linz als Universitätsstadt damit mehr CI ausweisen kann.

II.1.4. Creative Industries in der vorliegenden Arbeit

Der vorliegenden Arbeit liegt die „Wiener Definition“⁴⁴ jener Teilbereiche zugrunde, die unter dem Begriff der Creative Industries zusammengefasst werden. Auf diese Definition wie auch auf die Gliederung wird später im Kapitel III.2. eingegangen.

Wichtig ist für die langfristige Untersuchung der Creative Industries in Wien, dass gerade der handwerkliche Aspekt von Kunst nicht überbewertet werden darf, da davon auszugehen ist, dass in früheren Jahren weniger Kreativität im Sinne von „Aussage“ in solchen Arbeiten steckte bzw. Handwerk per se die häufigste Erzeugungsform von alltäglichen Gegenständen war.

II.2. Begriffsbestimmungen

Im Folgenden werden in aller Knappheit Definitionen der zentralen Begriffe vorgenommen, wie sie in der vorliegenden Arbeit verwendet werden. Eine Diskussion der verschiedenen Interpretationen einiger Begriffe würde zu weit führen; zumindest sollen aber in der vorliegenden Arbeit die Ausgangspunkte in Hinblick auf die Verwendung der einzelnen Begriffe definiert werden.

⁴³ Vgl. KMU-Forschung Austria (Hrsg.), a. a. o., S. 32.

⁴⁴ Wie im Bericht von Kulturdokumentation, WIFO und Mediacult verwendet.

II.2.1. Fin de Siècle

Die Untersuchung der CI seit 1900 kommt nicht ohne den Begriff des Fin de Siècle aus. Er wurde am Ende des 19. Jahrhunderts in Frankreich kreiert und bedeutet wörtlich übersetzt „Ende des Jahrhunderts“, jedoch bezeichnet es weit mehr als das. Zum einen ist das spezifische Lebensgefühl in Frankreich zu dieser Zeit gemeint, zum anderen bezeichnet Fin de Siècle den Zustand der mitteleuropäischen Kunst- und Kulturszene, die durch den starken gesellschaftlichen (und damit einhergehenden politischen) Wandel sowie die wachsende Industrialisierung und die Bedeutung, welcher der Technik und den Naturwissenschaften zuteil wurde (unter anderem auch durch die fortschreitende Militarisierung), Gegenwelten zu diesem Zustand der Krise, der Unsicherheit und des Bewusstseins der Vergänglichkeit entwarf. Gleichzeitig drückte sich dies im Stil teils durch eine große Dekadenz aus, die den überschwänglichen Lebensstil der früheren Jahre noch unterstrich, wie auch in exklusiven Zusammenschlüssen von KünstlerInnen mit Wirtschaftstreibenden, die diesen Wandel manifestierten. Fin de Siècle beschreibt das Gefühl des nahen Untergangs und gleichzeitig der großen Hoffnung.

Das Fin de Siècle benennt ebenso eine Stilrichtung – in der Kunst vor allem im Bereich der Dichtung – und wird ungefähr ab dem Jahr 1910 vom Expressionismus abgelöst. In der vorliegenden Arbeit soll Fin de Siècle das Lebensgefühl und den Zeitgeist der Jahrhundertwende um 1900 ausdrücken und endet mit dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs 1914.⁴⁵

In Österreich, im Besonderen in Wien, herrschte das Lebensgefühl des Fin de Siècle ungefähr zwischen 1895 und 1914, mit dem Höhepunkt – vor allem aus künstlerischer Sicht – um 1905 bis 1910: Theater

⁴⁵ Vgl. Fischer, Jens-Malte: *Jahrhundertdämmerung. Ansichten eines anderen Fin de Siècle*, Wien 2000, S. 67.

entstanden, Firmen, die mit Kunst und Kultur handelten, florierten, neue Stile wurden geprägt, und verschiedenste Wiener Kunstsparten genossen Weltruf.

Carl E. Schorske setzte sich in seinem Werk *Fin-De-Siècle Vienna*⁴⁶ in verschiedenen Essays ausführlich in unterschiedlichen Aspekten mit diesem speziellen Zeitabschnitt auseinander. Das Besondere am Wien des Fin de Siècle beschreibt er in seiner Einleitung:

“Vienna in the fin de siècle, with its acutely felt tremors of social and political disintegration, proved one of the most fertile breeding grounds of our century’s a-historical culture. Its great intellectual innovators – in music and philosophy, in economics and architecture, and, of course, in psychoanalysis – all broke, more or less deliberately, their ties to the historical outlook central to the nineteenth-century liberal culture in which they had been reared.”⁴⁷

Basierend auf diesem Befund wird das Fin de Siècle als Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit herangezogen.

II.2.2. Ebenen der Untersuchung

Besonders für den quantitativen Teil der vorliegenden Arbeit wurde eine Arbeitsdefinition – die sich am Wiener CI-Bericht (siehe Kapitel III.2.) orientiert – für die verschiedenen Ebenen, auf denen die Untersuchungen stattfinden, gewählt, um eine einheitliche Bezeichnung zu finden.

1) Als Sektoren werden – angelehnt an die Wirtschaftssektoren – die Bereiche Manufacturing and Reproduction, Content Origination sowie Exchange festgelegt.

⁴⁶ Schorske, Carl E.: *Fin-de-Siècle Vienna. Politics and Culture*, New York, 1980.

⁴⁷ Vgl. Schorske, a. a. o., S. xviii.

Nach der Logik der dem Kreativbereich zugrunde liegenden Wertschöpfungsketten, für die das Stadium der eigentlichen Content Production eine entscheidende Rolle spielt, hat man in der oben genannten Studie auf das Modell *CIPS (Creative Industries Production System)* von Andy Pratt⁴⁸ zurückgegriffen. Er gliedert den Kultur- und Kreativwirtschaftsbereich in die Bereiche *Manufacturing Inputs* (Vorleistungen, Herstellung von Rohmaterialien), *Reproduction* (Vervielfältigung), *Content Origination* (Inhaltsproduktion, der eigentliche Prozess des kreativen Schaffens) und *Exchange* (Handel, Verbreitung). Diese Subsektoren geben unabhängig vom Inhalt des Kreativbereichs den Status des Wirtschaftszweiges innerhalb der Wertschöpfungslogik an. Für die genannte wie auch die vorliegende Studie wurde dieses System adaptiert und die Bereiche Manufacturing Input und Reproduction wurden zusammengefasst.⁴⁹

2) Als Felder werden jene zehn Berufsgruppen benannt die in die Gesamtbetrachtung der CI einfließen:

- Architektur
- Audiovisueller Bereich
- Bildende Kunst
- Darstellende Kunst
- Grafik, Mode und Design
- Literatur und Verlagswesen
- Musik
- Museen, Bibliotheken, Archive
- Software
- Werbung

3) Als Branchen werden jene Berufe bezeichnet, die innerhalb der einzelnen Felder liegen. Demzufolge gehört etwa die Branche

⁴⁸ Andy Pratt ist Wirtschaftsgeograph an der London School of Economics und Leiter des Programms *Contemporary Urbanism (formerly Cities, Space & Society)* sowie Direktor am *Centre for Urban research*.

⁴⁹ Vgl. Kulturdokumentation, WIFO, Mediacult (Hrsg.), a. a. o., S. 299.

Einzelhandel mit Bekleidung, die innerhalb des Feldes Grafik, Mode und Design zu betrachten ist, zum Sektor Exchange.

II.2.3. Mode, Grafik, Fotografie, Design

Für die vorliegende Arbeit wurde die Modebranche als Fallbeispiel der CI in Wien ausgewählt. Nachdem Österreich durch einzelne KünstlerInnen und Firmen um die Jahrhundertwende in dieser Branche Weltruf genoss und auch später immer wieder herausragende Einzelleistungen (die im Folgenden näher beschrieben werden) aufwies, scheint eine Nachzeichnung der Entwicklungslinien über ein Jahrhundert besonders interessant.

Für die Untersuchung wurde die Wiener Definition der Modebranche, die Grafik, Fotografie und Design einschließt, gewählt, wenngleich der Fokus auf der Modebranche liegt. Dazu zählen folgende Kultur- und Kreativwirtschaftsfelder (nach ÖNACE⁵⁰-Klassen): Herstellung von Lederbekleidung (18.10), Herstellung von sonstiger Oberbekleidung (inkl. Maßanfertigung) (18.22), Herstellung von sonstiger Bekleidung und Bekleidungszubehör (18.24), Herstellung von Schuhen (19.30), Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen (26.21), Herstellung von optischen und fotografischen Geräten (33.40), Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Phantasieschmuck) (36.22), Herstellung von Phantasieschmuck (36.61), Fotoateliers und Fotolabors (74.81), Erbringung von

⁵⁰ NACE (in der aktuellen Version Rev. 1.1) ist eine EU-harmonisierte Wirtschaftszweigsystematik, die sich vom französischen Begriff „nomenclature générale des activités économiques dans les communautés européennes“ ableitet. Das Ö steht für die österreichische Einteilung nach NACE. Die Klassifikation basiert auf dem *International Standard Industrial Classification of all Economic Activities (ISIC Rev. 3)* der Vereinten Nationen. Weite Teile der ISIC Rev. 3 waren für die Beobachtung und Darstellung der europäischen Volkswirtschaften nur unzureichend gegliedert. Es wurden Anpassungen an die Erfordernisse der Europäischen Union vorgenommen, gleichzeitig jedoch versucht, die Kompatibilität zur ISIC zu bewahren. Die Zuordnung erfolgt nach der hauptsächlichen Wertschöpfung eines Unternehmens.

unternehmensbezogenen Dienstleistungen a. n. g. (74.84), Einzelhandel mit Bekleidung (52.42), Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren (52.43), Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat a. n. g. (52.44), Einzelhandel mit Gebrauchsgütern (52.50), Einzelhandel a. n. g. (inkl. Fotografie, Uhren und Schmuck, Spielwaren inkl. Computer- und Videospiele) (52.48).⁵¹ Das allein macht deutlich, dass „Mode“ weit mehr umfasst als die „kreative“ Erzeugung von Kleidung.

Um die Unschärfe, die diese Definition beinhaltet, ein wenig zu relativieren und daraus eine weiter gefasste Definition von Mode zu erlangen, muss man den Begriff in seiner Entstehungsgeschichte und Entwicklung betrachten.

Der Ursprung des Wortes Mode ist im lateinischen Wort „modus“ zu finden, das man mit Maßstab übersetzen kann und das im übertragenen Sinne den Begriffen Regel, Vorschrift oder Art und Weise entspricht. Daraus entwickelte sich das Wort „moda“ im Italienischen, das schon die Bedeutung der Mode einnimmt: „L’ultima moda“ ist der letzte Schrei, „essere in moda“ heißt modisch sein. Daraus entstand das Wort „mode“ im Französischen, „à la mode“ bedeutete hier modisch gekleidet zu sein. Im Laufe der Zeit dehnte sich der Begriff auf die Gebiete des gesamten Lebensstils aus.⁵²

Ebenso wie dieser Begriff letztlich unscharf ist, können gewisse Bereiche der Branche selbst durch eine klare Definition bei der Untersuchung nie gänzlich ein- oder ausgeschlossen werden. So kommt es beispielsweise in der Fotografie nicht nur durch eine künstlerische Entwicklung zu einem Beitrag zur CI, sondern auch durch die Modefotografie. Ähnlich verhält es sich mit der Grafik vor allem in früheren Jahren; Design ist in manchen

⁵¹ Vgl. Kulturdokumentation, WIFO, Mediacult (Hrsg.), S. 301.

⁵² Vgl. Selzer, Patricia A.: Strukturwandel in der österreichischen Bekleidungsindustrie, Wien 1972, S. 1f.

Bereichen ebenfalls als eigenständige CI-Leistung zu betrachten, manchmal jedoch untrennbar mit der Mode verbunden.

Die Bereiche Mode, Grafik, Fotografie und Design, vor allem letzterer, sind derartig heterogen, dass die Definitionen vielfältig sind. Drei Beispiele aus anderen CI-Bereichen zeigen den Unterschied: Während im englischen „Mapping Document“ Werbung und Mode ausgenommen und gesondert behandelt werden und zum Designbegriff Bereiche wie Markenpositionierung, Corporate Identity, Ausstellungen, Informationsdesign, Einrichtung, Literatur, Multimedia, Produktentwicklung bzw. -innovation, Verpackungsdesign sowie Gebrauchsgrafik für TV und Internet zählen,⁵³ beinhaltet die Definition von Design im Kulturwirtschaftsbericht von Nordrhein-Westfalen den gesamten Kunst- und Designmarkt mit den ergänzenden Bereichen Architektur und Werbung.⁵⁴

Im österreichischen Kreativwirtschaftsbericht werden die Bereiche Produkt- und Industriedesign, Mode sowie das Informationsdesign (Web-Design, Werbung und Grafik) angeführt.⁵⁵

In der vorliegenden Arbeit umfasst Design in erster Linie die Gruppen Möbeldesign und Industriedesign, Fotografie als Randbereich der Mode (da die künstlerische Betrachtung von Fotografie eher der Bildenden Kunst zuzurechnen ist) und seitens der Grafik lediglich die Gebrauchsgrafik. Die Bereiche Architektur, Werbung sowie Bildende Kunst werden, wenn nötig, erwähnt, ihre Entwicklung aber nicht detailliert beschrieben.

⁵³ Vgl. Departure for Culture, Media and Sports (Hrsg.): Mapping Document, 2001, S. 5.

⁵⁴ Vgl. Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Kulturwirtschaft im Netz der Branchen. 4. Kulturwirtschaftsbericht NRW, S. 9.

⁵⁵ Vgl. KFMA, IKM (Hrsg.), a. a. o., S. 62.

III. QUANTITATIVE ENTWICKLUNG DER WIENER CREATIVE INDUSTRIES

Um Einblicke in die quantitative Entwicklung der Branchen Mode, Grafik, Design und Fotografie zu bekommen, ist es notwendig, die Entwicklung der Wiener CI als gesamten „Industriesektor“ nachzuzeichnen, um die Verläufe einzelner Branchen im Verhältnis dazu darstellen und in Relation setzen zu können. Ein wichtiger Indikator dafür ist die Anzahl jener Beschäftigten, die in den Wiener CI tätig waren: zum einen, weil es die Kreativen selbst sind, die überhaupt den Inhalt, auf dem diese Industrie aufbaut, liefern können; zum anderen, da es auch in den gegenwärtigen Untersuchungen zumeist um das Arbeitskräftepotenzial geht, das dieser Sektor hat. In der Literatur findet sich zudem bisher noch keine quantitative Untersuchung der Wiener Creative Industries, die sich über das gesamte Jahrhundert erstreckt.⁵⁶

Erstmals wurde im Zuge des Projekts *Creative Industries in Wien: Entwicklung, Dynamik und Potenziale*⁵⁷ vom *Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte* an der *Wirtschaftsuniversität Wien* ein Jahrhundertvergleich angestellt, der in einem Working Paper⁵⁸, im Abschlussbericht des genannten Projekts und in der Folge in Band 1 der Reihe *Kreativwirtschaft in Wien*⁵⁹ beschrieben wird, ebenso wie diese Thematik anlässlich einer internationalen Konferenz⁶⁰ präsentiert wurde.

⁵⁶ Untersuchungen zur Wiener CI befassen sich mit Zahlen, die im Zeitraum 2001 bis 2004 erhoben wurden; Geldners Studie mit noch älterem Datenmaterial.

⁵⁷ An diesem Projekt war die Autorin der vorliegenden Arbeit als Mitarbeiterin zwischen 2004 und 2007 beteiligt. Die vorliegende Arbeit entstand zum Teil im Zuge der Projektarbeiten.

⁵⁸ Hromatka, Heike/ Resch, Andreas: *Kreativwirtschaft in Wien – eine Jahrhundertperspektive*, Working Paper Series: Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials, No. 2, Wien 2005.

⁵⁹ Resch, Andreas: *Anmerkungen zur langfristigen Entwicklung der „Creative Industries“ in Wien*; in: Mayerhofer, Peter/ Peltz, Philipp/ Resch, Andreas: *„Creative Industries“ in Wien: Dynamik, Arbeitsplätze, Akteure*, Wien, 2008, S. 9 – 34.

⁶⁰ Hromatka, Heike: *Creative Industries in Vienna as Working World and Labour Market. From Fin de Siècle to Our Days*, paper presented at 14th International Conference on Cultural Economics, 6th – 9th July 2006, Vienna.

Die vorliegende Arbeit widmet sich nunmehr ausführlich der quantitativen Entwicklung der Wiener CI im 20. Jahrhundert.

III.1. Datengrundlage

Die langfristige Entwicklung der Beschäftigtenzahl lässt sich am besten anhand der Volkszählungslisten darstellen. Bei den Volkszählungen wird in erster Linie gezählt, wie viele Personen an einem Stichtag am jeweiligen Wohnort ansässig waren. Darüber hinaus werden verschiedene andere Daten erhoben, wobei für die vorliegende Untersuchung vor allem der Wohnort, der Beruf, das Geschlecht und die Stellung im Beruf von Relevanz sind.

Weiters ist wichtig, dass die Daten auf 4-Steller-Ebene der Berufssparten gegliedert vorliegen, um die CI-Berufe herausfiltern zu können. Die Wirtschaftszweige sind in verschiedene Haupt- und Unterklassen unterteilt. 4-Steller bedeutet, dass die Aufgliederung der Wirtschaftszweige auf der vierten Ebene passiert. Zum Beispiel ist der Abschnitt 74 in der Volkszählung 2001 die Branche „Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen“ (2-Steller-Ebene). Untergliedert man dies auf 3-Steller-Ebene (Abschnitt 74.8), ergibt sich die Branche „Erbringung von sonstigen unternehmensbezogenen Dienstleistungen“. Erst auf der 4-Steller-Ebene findet sich unter Abschnitt 74.81 „Fotoateliers und Fotolabors“, unter Abschnitt 74.83 Schreib- und Übersetzungsbüros, Photokopieranstalten. Erst auf dieser Ebene ist es also möglich, die zu den CI anrechenbaren Berufe herauszufiltern.

Durch diese Aufschlüsselung in sämtlichen Jahren der Volkszählung geben diese Daten einen guten Überblick über die Entwicklung der Beschäftigtenzahl in den verschiedenen Berufssparten. Obwohl die Vergleichbarkeit der Daten gewisse Schwierigkeiten aufwirft, stellen jene

Zahlenreihen, die man für einzelne Berufe erhält, wichtige Indikatoren für die Entwicklung ganzer Branchen dar.

Die Volkszählungen werden alle zehn Jahre von der Statistik Austria (früher: Statistisches Zentralamt) mit der Intention einer Vollerhebung der Bevölkerung durchgeführt und liegen ab dem Jahr 1880 vor, also für die Jahre 1880, 1890, 1900, 1910. Danach gibt es publizierte Volkszählungen von den Erhebungen der Jahre 1923 und 1934, ab dem Jahr 1951 wurden die Volkszählungen wieder alle zehn Jahre regelmäßig durchgeführt. Die Volkszählungen 1880 und 1923 enthalten allerdings für die vorliegende Untersuchung keine verwertbaren Daten, da sie zu grob und zudem ungenau gegliedert sind.

Am 17. Mai 1939 führte das NS-Regime in Österreich ebenfalls eine Volkszählung durch, die im Statistischen Jahrbuch Wiens publiziert wurde. Ihre Erhebungsmethoden wie auch ihre Ergebnisse müssen jedoch äußerst kritisch betrachtet werden, weil damals aus politischen Gründen oftmals Zahlen gefälscht und Ergebnisse anders interpretiert wurden, als es der Realität entsprach.

Der gesamte Bereich der Bekleidung und Schneiderei etwa ist mit 140.000 Beschäftigten (exklusive dem Handelsbereich) im Jahr 1939 extrem hoch bemessen. Das hatte auch ideologische Gründe: in diesen Branchen waren zu einem überdurchschnittlich hohen Anteil JüdInnen im Besitz von Geschäften. Mit einem hohen statistischen Wert von vielen Geschäften und vielen Beschäftigten hatten die Nationalsozialisten neben den Berufsverboten⁶¹ in verschiedenen Bereichen ein wirtschaftliches

⁶¹ Das NS-Regime diskriminierte Jüdinnen und Juden auch im Berufsleben. Im Juni 1938 wurde etwa eine Richtlinie erlassen, die nahelegte, jüdische BeamtInnen ebenso wie sogenannte „Mischlinge“ und Ehepartner von Jüdinnen und Juden zu kündigen. Dieser Richtlinie folgten zahlreiche weitere, etwa im September 1938 in der Ärzteschaft oder im Dezember bei den AnwältInnen. In der Privatwirtschaft kam es kurz nach dem „Anschluss“ zu Kündigungswellen, freilich ohne die Auszahlung gesetzlicher Abfertigungen (und wenn, dann durften diese 10.000 RM nicht überschreiten). Diese ersten Kündigungen waren noch nicht zentral gesteuert, jedoch ist davon auszugehen, dass sich angesichts der Ablehnung, die den Jüdinnen und Juden gesellschaftspolitisch entgegenschlug, viele ArbeitgeberInnen dazu gedrängt fühlten. (Vgl.

„Argument“ mehr für eine „Strukturbereinigung“ bzw. die Zwangsliquidierung oder „Arisierung“ von Geschäften (siehe Kapitel IV.1. und IV.3.).

In den Branchen Lederbekleidungserzeugung und Schuherzeugung wiederum kann in der Volkszählung von 1939 von Zahlen gesprochen werden, die sich in die Entwicklung in diesem Bereich aufgrund der Volkszählungsergebnisse 1934 und 1951 gut einfügen.

III.2. Methode

Aus den Volkszählungen wurden drei Stichjahre ausgewählt, um einen Jahrhundertvergleich der Wiener CI zu ermöglichen. Es sind dies die Jahre 1910, ein Zeitpunkt, der im Allgemeinen als Höhepunkt der Wiener Kunstproduktion bezeichnet wird; 1951, als die erste Volkszählung nach dem Zweiten Weltkrieg durchgeführt wurde; und 2001 als aktuellster Erhebungszeitpunkt⁶².

Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit ist die Studie *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien* von *Kulturdokumentation, Mediacult* und *WIFO* aus dem Jahr 2004. Hier wurde eine Wiener Definition der Creative Industries entwickelt, die zehn Branchen als CI umfasst:

1. Architektur
2. Audiovisueller Bereich
3. Bildende Kunst

Mejstrik, Alexander: Berufsschädigungen in der nationalsozialistischen Neuordnung der Arbeit. Vom österreichischen Berufsleben 1934 zum völkischen Schaffen 1938 – 1940, Wien, 2004, S. 43.)

⁶² Mit Stichtag 31. 10. 2011 wurde die letzte Volkszählung durchgeführt, die in der vorliegenden Arbeit aber keine Berücksichtigung mehr finden konnte.

4. Darstellende und Unterhaltungskunst
5. Grafik/Mode/Design/Fotografie
6. Literatur/Verlagswesen/Printmedien
7. Musik
8. Museen/Bibliotheken
9. Software/Multimedia/Internet
10. Werbung

Den CI-Branchen wurden von der Projektgruppe jeweils bestimmte ÖNACE-Klassen zugeordnet, teilweise jedoch nur zu bestimmten Prozentanteilen. Informationen darüber, ob einzelne Bereiche den CI gänzlich oder teilweise zuzuordnen sind, wurden über Sozialversicherungsdaten erhalten. Allgemeiner gehaltene Branchen, beispielsweise Gastronomie, künstlerische Tätigkeiten und dgl., wurden nach Schätzung, abgeleitet von der noch differenzierteren Sozialversicherungsstatistik, auf mehrere Branchen aufgeteilt. Dieses Schema wurde auf die Arbeitsstättenzählung 2001 angewandt, deren Daten in eben dieser ÖNACE-Klassifizierung vorliegen (siehe auch Tabelle 1 im Anhang).

Tabelle A: Die „Wiener Definition“ der Creative Industries nach Branchen; nach ÖNACE-Klassen und Abschnitten der Wertschöpfungskette

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	ÖNACE Berufsklassen-Nummer 2001
1 Architektur		
Content Origination	Architektur- und Ingenieurbüros	74.20 (100 %)
2 Audiovisueller Bereich		
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern	22.32 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von bespielten Ton-, Bild und Datenträgern	24.65 (33,3 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen	32.20 (100 %)

Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Rundfunk und Fernsehgeräten	32.30 (50 %)
Manufacturing and Reproduction	Filmverleih und Videoprogrammanbieter	92.12 (100 %)
Content Origination	Film- und Videoherstellg	92.11 (100 %)
Content Origination	Hörfunk- und Fernsehanstalten	92.20 (100 %)
Content Origination	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung a n g	92.72 (50 %)
Exchange	EH mit elektr. Haushalts- und phonotechnischen Geräten	52.45 (40 %)
Exchange	Vermietung von Gebrauchsgütern a n g	71.40 (50 %)
Exchange	Lichtspieltheater (Kinos)	92.13 (100 %)
3 Bildende Kunst/ Kunstmarkt		
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	92.31 (25 %)
Exchange	EH m Antiquitäten und Gebrauchtwaren	52.50 (33,3 %)
Exchange	Sonstiger EH nicht in Verkaufsräumen	52.63 (50 %)
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	74.84 (12,5 %)
4 Darstellende und Unterhaltungskunst		
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	92.31 (25 %) (inkl. Musiker)
Content Origination	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks	92.33 (100 %)
Content Origination	Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen a n g	92.34 (100 %)
Content Origination	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung a n g	92.72 (50 %)
Exchange	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen	92.32 (50 %)
Exchange	Sonstiges Gaststättenwesen	55.40 (50 %)
5 Grafik/ Mode/ Design		
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von keramischen Haushaltswaren	26.21 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von optischen und fotografischen Geräten	33.40 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Lederbekleidung	18.10 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von sonstiger Oberbekleidung	18.22 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von sonstiger Bekleidung und Bekleidungszubehör	18.24 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Schuhen	19.30 (100 %)
Content Origination	Herstellung von Schmuck, Gold und Silberschmiedewaren	36.22 (100 %)
Content Origination	Herstellung von Phantasieschmuck	36.61 (100 %)
Content Origination	Fotoateliers und Fotolabors	74.81 (100 %)
Content Origination	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	74.84 (12,5 %)
Exchange	EH mit Bekleidung	52.42 (100 %)
Exchange	EH mit Schuhen und Lederwaren	52.43 (100 %)
Exchange	EH mit Möbeln und Hausrat a n g	52.44 (100 %)
Exchange	Fach-EH a n g (in Verkaufsräumen)	52.48 (20 %)
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren	52.50 (33,3 %)

6 Literatur/ Verlagswesen/ Printmedien		
Manufacturing and Reproduction	Zeitungsdruckerei	22.21 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Druckerei (ohne Zeitungsdruck)	22.22 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Satzherstellung und Reproduktion	22.24 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Sonstige Druckgewerbe	22.25 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Buchbinder und andere Druckweiterverarbeitungen	22.23 (100 %)
Content Origination	Buchverlag und Musikverlag	22.11 (50 %)
Content Origination	Zeitungsverlag	22.12 (100 %)
Content Origination	Zeitschriftenverlag	22.13 (100 %)
Content Origination	Sonstiges Verlagswesen	22.15 (100 %)
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	92.31 (25 %)
Content Origination Exchange	Korrespondenz und Nachrichtenbüros EH mit Büchern, Zeitschriften und Zeitungen	92.40 (100 %)
Exchange	Vermietung von Gebrauchsgütern a n g	52.47 (100 %)
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen	71.40 (50 %)
		74.84 (12,5 %)
7 Musikwirtschaft		
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	22.31 (100 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	24.65 (33,3 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten	32.30 (50 %)
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Musikinstrumenten	36.30 (100 %)
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	92.31 (25 %)
Content Origination	Buchverlag und Musikverlag	(inkl. Musiker) 22.11 (50 %)
Content Origination	Verlag von bespielten Tonträgern	22.14 (100 %)
Exchange	EH mit elektrischen Haushalts-, phonotechnischen Geräten	52.45 (60 %)
Exchange	Sonstiges Gaststättenwesen	55.40 (50 %)
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	74.84 (12,5 %)
Exchange	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen	92.32 (50 %)
8 Museen/ Bibliotheken		
Exchange	Bibliotheken und Archive	92.51 (100 %)
Exchange	Museen und Denkmalschutz	92.52 (100 %)
Exchange	Botanische und zoologische Gärten	92.53 (100 %)
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern	52.50 (33,3 %)
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	74.84 (50 %)
9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet		
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	24.65 (33,3 %)
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern	22.33 (100 %)

Content Origination	Herstellung von Spielwaren	36.50 (100 %)
Content Origination	Softwarehäuser	72.20 (100 %)
Content Origination	Datenbanken	72.40 (100 %)
Content Origination	Sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten	72.60 (100 %)
Exchange	Fach-EH a n g	52.48 (20 %)
Exchange	Fernmeldedienste	64.20 (100 %)
10 Werbung		
Content Origination	Werbewesen	74.40 (100 %)

Quelle: Kulturdokumentation, WIFO, Mediacult (Hrsg.), eigene Darstellung.

In der vorliegenden Arbeit wurde eben dieses Gliederungsschema auf die Volkszählungslisten angewandt. Für 2001 stand die Liste in ÖNACE 4-Steller-Gliederung zur Verfügung und konnte somit äquivalent zur Arbeitsstättenzählung⁶³ in der aktuellsten Wien-Studie ausgewertet werden. Für die Volkszählungslisten 1910 bzw. 1951 mussten vergleichbare Berufe gefunden werden. Diese wurden dann den Daten von 2001 gegenüber gestellt und mit diesen verglichen. Wenn keine Daten vorhanden waren oder ein Vergleich sinnlose Resultate ergeben hätte, also etwa im Bereich Softwarehäuser oder Datenbanken, die es weder 1910 noch 1951 gegeben hat, mussten diese Branchen aus dem Vergleich genommen werden (siehe Kapitel III.3.3. und III.4.).

Um von Berufsgruppen, die in den früheren Zählungen zusammengefasst waren, detaillierte Ergebnisse zu erhalten; um zu einigen Berufen, die zwar ausgeübt, aber nicht als eigene Gruppe in den Volkszählungslisten ausgewiesen wurden, eine Beschäftigtenzahl zu eruieren; und um in den Volkszählungen ausgewiesene Beschäftigtenzahlen zu überprüfen bzw. genauer aufschlüsseln zu können, wurde das Herold-Adressbuch⁶⁴ zu Hilfe genommen. Darin sind die AnbieterInnen der Wiener Wirtschaft nach einem sehr tief gegliederten Differenzierungsschema angeführt. Für die

⁶³ Die Arbeitsstättenzählung liegt für 1910 und 1951 nicht vor, daher kann für den Jahrhundertvergleich nur die Volkszählung herangezogen werden.

⁶⁴ Herold-Adressbuch, Wien, 1910; und Herold-Adressbuch, Wien, 1952.

Vergleichsstudie wurden daher bei einzelnen zu wenig differenzierten Berufsarten der Volkszählung die entsprechenden Abschnitte des Herold Adressbuchs ausgezählt und die Anteile für die prozentuelle Zurechnung der Volkszählungsdaten übernommen. Für den Bereich Manufacturing and Reproduction mussten zu diesem Zweck darüber hinaus die Compass-Firmenverzeichnisse⁶⁵ herangezogen werden.

Weiters war, um ungefähre Größenordnungen zu erhalten, einschlägige Literatur zu den jeweiligen Branchen hilfreich, um einen groben Überblick über die Berufe zur jeweiligen Zeit zu erhalten.⁶⁶ Dass es auch dabei zu Unschärfen kommt, ist selbstredend, aber für eine plausible Schätzung sind beide Quellen gut geeignet.

In den zehn in der vorliegenden Untersuchung analysierten Branchen wurde für jene Zeitpunkte, bei denen kein eindeutiges Ergebnis aus den Listen feststellbar war, wie folgt vorgegangen (siehe auch Tabellen 4 und 5 im Anhang).

III.2.1. Architektur

Für das Stichjahr 1951 sind in der Volkszählungsliste keine ArchitektInnen gesondert vermerkt. Im Herold-Adressbuch konnten allerdings 300 Einträge gezählt werden, die sich auf Architektur- oder Ziviltechnikerbüros bezogen, weitere 14 ArchitektInnen waren in der *Berufsvereinigung Bildende Künstler* und 15 Einträge unter der Rubrik „sonstige Architekten“ vermerkt. Unter der Annahme, dass ca. vier Personen im Durchschnitt in einem Büro beschäftigt waren, kommt man auf insgesamt 1.200

⁶⁵ Compass 1912, Vol. III./1 und III./2, Wien, 1911; und Compass 1951, Vol. III/1 und III/2, Wien, 1951.

⁶⁶ Zum einen war es fachspezifische Literatur, zum anderen Literatur, die sich mit dem historischen Kontext der jeweiligen Erhebungszeit beschäftigte. Diese Werke sind aber im Literaturverzeichnis teilweise nicht näher angeführt; insgesamt war die Beschäftigung mit den entsprechenden Zeitabschnitten im historischen Kontext in Kapitel IV dazu hilfreich.

Personen, die in dieser Branche tätig waren; dies scheint auch im Vergleich zur Volkszählung 1961 plausibel, in der 1877 ArchitektInnen gezählt wurden. In der Volkszählung von 1961 waren 15 Prozent der ArchitektInnen Frauen, was auch für das Jahr 1951 angenommen wurde, da während dieser zehn Jahre nicht davon auszugehen ist, dass besonders viele Frauen in diese Branche gedrängt haben. Weiters hätte die Ausbildung dazu in den 1940er-Jahren begonnen werden müssen, was ebenfalls unrealistisch erscheint.

III.2.2. Audiovisueller Bereich

Der AV-Bereich ist im Jahrhundertvergleich mit Vorbehalt zu betrachten, da die große Zahl an ElektroingenieurInnen, die in dieser Branche 1910 tätig waren, noch nicht zu den CI zu rechnen war; ihre zu diesem Zeitpunkt große Anzahl insgesamt deutet aber letztlich dennoch auf ein großes Potenzial hin, das wichtig für die spätere Entwicklung des AV-Bereichs wurde (siehe Kapitel III.5.4.). In Wien gab es 1913 bereits acht Elektrizitätsbetriebe mit über 1.000 MitarbeiterInnen, was eine respektable Größe darstellt.

Nach Angaben im Industrie-Compass belief sich die Anzahl der Beschäftigten der großen HerstellerInnen von Fernmeldegeräten 1910 auf rund 3.000. Die Entwicklung dieses Bereichs wird auch in Kapitel IV.2. dargestellt.

Während 1910 nur wenige Firmen in der Filmproduktion tätig waren, gab es 2001 bereits 499 Arbeitsstätten in diesem Bereich. Auch im Feld Exchange weiß man, dass es um 1900 ca. 15 Kinos gab, die von wenigen Personen betrieben wurden; hundert Jahre später kommt man dabei auf eine Zahl von 599 Beschäftigten. Für das Jahr 1951 gibt es keine genauen Zahlen. Durch die im Herold-Adressbuch ausgewiesenen Firmen konnten die Beschäftigten in der Elektrogeräteerzeugung von jenen in der

gesamten Apparateerzeugung getrennt werden. Rund zehn Prozent waren 1951 mit der Elektrogeräteerzeugung beschäftigt und somit den CI zuzurechnen.

Eine weitere Branche aus dem Herold-Adressbuch beschäftigte sich mit der Erzeugung von Kinoapparaten. Die Beschäftigtenzahl dieser insgesamt neun Unternehmen wurde auf je fünf bis sechs Personen geschätzt. Das Filmwesen wurde anhand von Recherchen im Industrie-Compass 1951 zur Hälfte dem Bereich Manufacturing and Reproduction zugeteilt, zur Hälfte der Content Origination. Die Anzahl der Kinos lag 1951 bei ca. 225, was bei einer Annahme von rund vier MitarbeiterInnen pro Unternehmen auf eine Beschäftigtenzahl von 900 Personen schließen lässt.

III.2.3. Bildende Kunst

Die Bildende Kunst aus Sicht der CI umfasst heute nur mehr die Bereiche Content Origination und Exchange; Branchen, die Vorleistungen bringen, werden heute nicht mehr als zu den CI gehörig eingestuft. In den Stichjahren 1910 und 1951 konnten solche Branchen allerdings noch zu einem geringen Prozentsatz unter den CI subsumiert werden.

Im Bereich der Content Origination stellt sich die Frage, ob im Jahr 1910 Personen, die mit der Erzeugung von Waren aus Stein beschäftigt waren, zu den Kreativen zu zählen waren. Da darunter auch Steinmetzwaren und Steinbildhauereien subsumiert waren, kann dieser Bereich in den Vergleich inkludiert werden.

Beim Exchange ist generell davon auszugehen, dass Erzeugung und Verbreitung (bzw. der Verkauf) im Jahr 1910 gerade in diesem Bereich oft zusammenfielen. Bei der Branche Trödelhandel sind unter den 1.065 Beschäftigten zirka 33 Prozent dem Bereich Bildende Kunst zuzurechnen.

Bei den Buch- und Kunsthandlungen wird davon ausgegangen, dass die Hälfte im Kunsthandel agierte.

III.2.4. Darstellende und Unterhaltungskunst

Hier gab es – äquivalent zur Musikbranche – im Exchange die größten Schwierigkeiten für einen schlüssigen Vergleich der Beschäftigtenzahlen. Unternehmensbezogene Dienstleistungen waren im Jahr 1910 schwer zu definieren, zumal technische Hilfsdienste u. Ä. noch nicht existierten. Somit bildete das Gaststättenwesen die einzige Vergleichskomponente. Für das Jahr 2001 wurde berechnet, wie viel Prozent der Betriebe des Gaststättenwesens innerhalb der gesamten Branche Gastronomie zu den CI gerechnet werden können. Diese 2,4 Prozent wurden auf die Gesamtbeschäftigtenzahl innerhalb der Gastronomie von 1910 bzw. 1951 übertragen, um feststellen zu können, wie viele Personen im Gaststättenwesen tätig waren, das damals aber naturgemäß ebenso von der Unterhaltungsbranche profitierte.

Dieser Vergleich birgt allerdings starke Unschärfen in sich: Es ist nicht anzunehmen, dass die Gastronomie vor fünfzig oder hundert Jahren ähnlich strukturiert war wie heute. Genauso wenig kann man von einer exakten Zahl ausgehen, wenn man die Beteiligung des Gaststättenwesens an den CI angibt. Die Ergebnisse der Jahre 1910, 1951 und 2001 können hier realistischerweise nur eine ungefähre Größenordnung widerspiegeln.

III.2.5. Grafik/Mode/Design

In der Berufsgruppe „Herstellung von optischen und fotografischen Geräten“, die für das Jahr 2001 vorliegt, ist die Gegenüberstellung mit den

Jahren 1910 und 1951 schwierig. Von 7.055 Beschäftigten im Bereich der „Verfertigung von anderen Instrumenten“ kann man durch das Herold-Adressbuch 1910 diese Zahl insofern verringern, als 1910 von insgesamt 400 Einträgen 92 zum Bereich mathematische, chemische, optische und physikalische Instrumente zu zählen waren. Davon fertigten wiederum die Hälfte optische und fotografische Geräte an, womit ungefähr ein Achtel der Beschäftigten im Bereich der optischen Geräte tätig war. Das ergibt für das Jahr 1910 eine plausibel geschätzte Zahl von 880 Beschäftigten. Für das Jahr 1951 kann eine Anzahl von 30 Prozent der Beschäftigten der damals existierenden Branche „Apparate- und Instrumentenbau“ als zu den CI gehörig angenommen werden.

Im Bereich der Content Origination ging es hauptsächlich um das Möbel-Design, das aus der 1910 bestehenden Branche „Tischlerei und Parkettfabrikation“ herausgefiltert werden musste. Wie aus der Literatur bekannt ist, waren die wichtigen MöbeldesignerInnen des Fin de Siècle größtenteils MalerInnen, ArchitektInnen und ModedesignerInnen, die diese Sparte ebenfalls abdeckten. Darum wurde die Anzahl der unter den TischlerInnen enthaltenen Kreativen auf fünf Prozent geschätzt.

Eine ähnliche Problematik ergab sich bei der Berufsgruppe der SchneiderInnen. In Wien waren im Jahr 1910 61.454 Personen als SchneiderInnen beschäftigt, eine Berufsgruppe, die 2001 zu den CI zu zählen ist. Dennoch ist für die Stichjahre 1910 und 1951 nicht anzunehmen, dass alle Beschäftigten kreativ bzw. für Kreative tätig waren. Wie man den Spezifizierungen einer verwandten Branche, der Wäscheindustrie, entnehmen kann, war die Arbeit auf FabriksarbeiterInnen, ZwischenmeisterInnen, Verlags- und HeimarbeiterInnen verteilt; rund 6.500 waren 1906 in der Fabrikation beschäftigt, rund 7.500 in der Konfektion, wobei festzuhalten ist, dass die „Wiener Wäsche“ im

Designbereich um 1900 Weltruf genoss.⁶⁷ Diese Zahlen deuten darauf hin, dass es in der Branche wenige mit Design Beschäftigte, sondern weitaus mehr ArbeiterInnen gab. Ähnlich verhält es sich mit den 25.566 bzw. 11.404 SchuhmacherInnen der Jahre 1910 und 1951.

Eine plausible Annahme ist, dass sich eher Bekleidungsgerber mit hohem CI-Anteil durchgesetzt haben, weshalb bei den Daten 1910 zwar ein wesentlicher, aber letztlich doch geringerer Prozentanteil von Kreativen anzunehmen ist, um den Vergleich nicht zu verfälschen.

Da in der Textil- und Bekleidungsindustrie in jedem Schritt der Wertschöpfungskette nur ungenau zwischen kreativ und nicht kreativ differenziert werden kann und bei verschiedenen Berichten der CI einmal zu- und einmal weggerechnet wird, muss der gesamte Bereich aus dem Vergleich ausgeschlossen und gesondert analysiert bzw. auch die Gesamtzahl ohne diese Beschäftigten bewertet werden, weil es keine Aussage dazu gibt, ob die gesamte Branche – nur aufgrund der Beschäftigtenzahl – mehr oder weniger kreativ ist.

Im Exchange wurde versucht, den Handel mit Design aus der Branche Handel mit Holz-, Spiel-, Drechsler-, Schnitz-, Kurz-, Galanterie- und Luxuswaren herauszufiltern. Der Anteil der Beschäftigten, die so für die CI ermittelt wurden, wurde auf 25 Prozent geschätzt.

Der Trödelhandel war zu einem Drittel ebenfalls dem Designbereich zuzurechnen. In Wien gab es laut Herold-Adressbuch 1910 81 Antiquitätenhandlungen, wobei vier Beschäftigte pro Betrieb angenommen wurden.

⁶⁷ Vgl. Lemberger, Hedwig: Die Wiener Wäscheindustrie, Wien und Leipzig, 1907.

III.2.6. Literatur/Verlagswesen/Printmedien

Durch die Angaben im Herold-Adressbuch, in dem im Jahr 1910 rund 400 BuchbinderInnen, 70 KartonagewarenhändlerInnen und rund 100 FutteralerzeugerInnen in Wien eingetragen waren, wurde für diese Branche angenommen, dass 66,6 Prozent der BuchbinderInnen in diesem Bereich tätig waren. Die Hälfte der Beschäftigten im Buch- und Kunsthandel war im Bereich Literatur tätig.

Für 1951 wurde der Anteil der BuchbinderInnen innerhalb der Branche „Buchbinde- und Rastrieranstalten“ mit den Angaben des Herold-Adressbuches berechnet. Es wurden für die jeweilige industrielle Herstellung zehnmal so viele Beschäftigte geschätzt wie für die gewerbliche Herstellung (die für den Bereich relevant ist) und somit ein Verhältnis von 345:58 Beschäftigten berechnet.

Bei den Buchverlagen konnte aus dem Compass die Beschäftigtenzahl einzelner Betriebe erhoben werden. Siebzig in der Quelle vermerkte Zeitungsverlage wurden auf je zehn Beschäftigte geschätzt.

III.2.7. Musik

Im Jahr 2001 waren 1.992 Personen mit der Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten beschäftigt. 1910 boten sich Grammofone als Geräte zu einem ähnlichen Zweck als vergleichbare Komponente an – zwar waren in Herolds Adressbuch 63 Einträge dazu zu finden, ein besserer Behelf war in diesem Fall aber der Compass.

Für den Exchange-Bereich gilt dasselbe wie bei der „Darstellenden und Unterhaltungskunst“, die sich die Beschäftigtenzahl bei „Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen“ auch in der aktuellen Statistik teilen.

Beim Musikalienverlag kam dieselbe Methode zur Anwendung wie bei den Buchverlagen.

III.2.8. Bibliotheken und Museen

Die Zahl der MitarbeiterInnen in den Bibliotheken und Museen für 1951 konnte nicht festgestellt werden. Zwar weiß man, dass es 80 Leihbüchereien gab, aber auf die Gesamtzahl des Berufsfeldes der Bibliotheken und Museen, das auch eine andere Ausbildung als für Leihbücherei-MitarbeiterInnen erfordert, konnte daraus nicht geschlossen werden. Des Weiteren war der Bereich der Museen und Bibliotheken noch im Aufbau.

Lediglich zu den Beschäftigten in botanischen und zoologischen Gärten konnte man im Herold-Adressbuch Details herausfinden.

III.2.9. Software/Multimedia/Internet/Spiele

Da diese Branche weder 1910 noch 1951 existierte, bot sich für einen Längsschnittvergleich einzig der Bereich der Spielwaren an. Von der großen Anzahl der Drechsler, Galanterie- und Spielwarenerzeuger wurde angenommen, dass 25 Prozent davon im Spielwarenbereich tätig waren, im Exchange sogar nur zehn Prozent.

Sehr schwierig war der Vergleich auch bei den Fernmeldediensten, der heute zum Exchange-Bereich der CI zu zählen ist. 1910 konnte man ungefähr fünf Prozent Beschäftigte des Post- und Telegrafendienstes als im bzw. für den CI-Bereich tätig annehmen. Da diese Schätzung jedoch äußerst vage ist, wurde diese Branche insgesamt aus dem Vergleich genommen (siehe Kapitel III.4.).

III.2.10. Werbung

Die Werbebranche gab es 1910 erst in Ansätzen. Werbung wurde, wenn sie professionell gemacht war, hauptsächlich von Gebrauchsgrafikern entworfen. Ansonsten warb der Produzent selbst, folglich gab es keine eigene Berufskategorie in der Volkszählung. Im Herold-Adressbuch lassen sich aber im Jahr 1910 in Wien 51 Reklameunternehmen finden, weitere sieben Firmen erzeugten Reklameplakate, wie Blech- oder Glasplakate, teilweise sogar in eigenen Ateliers. Die genaue Anzahl der Beschäftigten konnte indes nicht ermittelt werden, die aufgefundenen Hinweise deuten jedenfalls auf eine ausgeprägte Reklamelandschaft hin (worauf später noch an verschiedenen Stellen beim Thema Gebrauchsgrafik hingewiesen wird).

III.3. Schwierigkeiten⁶⁸

Abgesehen von der Problematik beim Vergleich einzelner Branchen stößt man bei der Langzeituntersuchung der gesamten CI in Wien – unter Berücksichtigung der vorliegenden Statistiken – auf hauptsächlich vier Schwierigkeiten: eine „weiche“ Definition von Creative Industries, unterschiedliche Klassifizierung der Daten, grundlegende strukturelle Veränderungen und Schwächen der älteren Daten. Sie werden im Folgenden näher beschrieben und thematisiert.

⁶⁸ Vgl. Hromatka, Heike: Creative Industries in Vienna as Working World and Labour Market. From Fin de Siècle to Our Days, paper presented at 14th International Conference on Cultural Economics, 6th – 9th July 2006, Vienna.

III.3.1. „Weiche“ Definition von CI

Betrachtet man die aktuellen Studien zur Situation der Creative Industries in Österreich bzw. Wien, so ist die große Bandbreite plausibler zahlenmäßiger Angaben augenfällig. Durch die unterschiedlichen Möglichkeiten einer Definition der Creative Industries kommen selbst aktuelle CI-Berichte über die Situation der Beschäftigten in diesem Sektor zu stark abweichenden Zahlen. Zum einen liegt das an der Einbeziehung bzw. Ausgliederung verschiedener Branchen in bzw. aus der Analyse, zum anderen an der Fragestellung und der Motivation der Untersuchung. Die Ergebnisse für das Jahr 2000 belaufen sich – je nach engerer oder weiterer Definition – auf Gesamtzahlen von 101.050 bis 246.000 Beschäftigten in den CI in Wien und auf 163.827 in den CI Beschäftigte in Österreich (was auf ungefähr 80.000 Beschäftigte in Wien schließen lässt).⁶⁹

Bei der von Geldner verfassten Analyse⁷⁰ wurde von der Datenlage der Arbeitsstättenzählung 1991 ausgegangen und aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung zwischen 1981 und 1991 eine Schätzung für das Jahr 2000 hochgerechnet. Die generelle Problematik einer solchen Schätzung ist offensichtlich, da gerade im wirtschaftlichen Bereich unerwartete Einbrüche in der Gesamtwirtschaft oder Booms in einzelnen Sektoren das Ergebnis wesentlich verfälschen können. So ist etwa durch den Fall des Eisernen Vorhangs und der damit verbundenen Öffnung der Ostmärkte eine plötzliche Änderung des Wiener Wirtschaftswachstums eingetreten. Zu einem regelrechten Boom kam es Mitte der 1990er-Jahre im Bereich des IT-Business. Aus diesem Grund sind die Zahlen – obwohl sie nur eine Schätzung darstellen – auch nur begrenzt geeignet, eine

⁶⁹ Siehe auch Kapitel II.1.3.

⁷⁰ Vgl. Geldner, Norbert: Der Wirtschaftsbereich Kultur und Unterhaltung und seine Rolle im Wiener Arbeitsmarkt, Wien, 2000.

Aussage über den Stellenwert des Kultursektors innerhalb der Gesamtwirtschaft zu treffen.

Geldner trifft bei seinen Schätzungen bzw. Definitionen auf die Problematik jener künstlerisch Tätigen, die zur Existenzsicherung anderen Berufen nachgehen und dadurch in der Arbeitsstättenzählung nicht als Kreative erfasst werden. Ihre wirtschaftliche Leistung ist zwar gering, nichtsdestotrotz mag die kulturelle Leistung ungleich höher sein.

Schöpferische Tätigkeiten wurden in Geldners Bericht von etwa 35.000 Personen ausgeführt. Die Vorleistungen in der Produktion beschäftigten im Wiener Kultursektor rund 47.000 Menschen, die nachgelagerten Leistungen 49.000 Menschen. Geldner kam damit für das Jahr 2000 auf geschätzte 131.000 Beschäftigte im Wiener Kultursektor. Mit hoher Wahrscheinlichkeit und aufgrund des Branchenprofils einschlägiger Berufe schätzte er, dass weitere 10.000 Personen außerhalb der von ihm definierten Bereiche künstlerisch tätig waren. Nicht berücksichtigt wurden dabei unternehmensinterne Designtätigkeiten, wobei geschätzt wurde, dass für jeden schöpferisch Tätigen bis zu drei Helfer beschäftigt waren, also zusätzlich 105.000 Beschäftigte.

Die Gesamtzahl der Beschäftigten im CI-Bereich schätzte Geldner somit – je nach Definition – für das Jahr 2000 zwischen 131.000 und 246.000. Geldners Untersuchung zeigt damit eindrucksvoll die Problematik, die eine unscharfe Definition beinhaltet.

Der Bericht *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der ‚Creative Industries‘ in Wien*⁷¹ kam nach Auswertung von Sozialversicherungsdaten 2002 sowie den damals vorläufigen Ergebnissen der Arbeitsstättenzählung 2001 auf folgende Zahlen der CI-Beschäftigten Wiens:

⁷¹ Kulturdokumentation, WIFO, Mediacult: Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien – Endbericht, Wien, 2004.

Insgesamt waren 101.050⁷² bzw. 120.014⁷³ Personen in den CI-Sektoren beschäftigt. In der Content Origination – dem Kernbereich der CI – waren je nach Auswertung 35.561 bzw. 47.953 Personen beschäftigt, im Bereich Manufacturing and Reproduction waren es 21.881 bzw. 21.808, im Sektor Exchange waren es 43.609 bzw. 50.253 Beschäftigte. Nach den neuesten Zahlen, die in der endgültigen Fassung der Arbeitsstättenzählung 2001 vorliegen, kommt man auf 135.639 Beschäftigte in Wien, davon 54.523 im Bereich der Content Origination.

Die große Schwankung der beiden Zahlen im Content-Bereich beruht auf einer generell großzügig bemessenen Zahl der im Content-Bereich Beschäftigten, da der Bereich Manufacturing and Reproduction eher gering einzuschätzen ist. Betrachtet man etwa die Zahl im Software/Multimedia/Spiele/Internet-Sektor, so scheinen 24 bzw. 14 Beschäftigte in diesem Bereich sehr gering, da sich diese Branche u. a. über eine schnelle Verbreitung definiert.

Auch im Bereich Manufacturing and Reproduction wurde etwa bei der Branche Herstellung von Bekleidung auf eine großzügige Definition der CI zurückgegriffen. Während in den britischen „Mapping Documents“ die Textilbranche nur bei den Related Industries vorkommt, wurde im CI-Bericht alles außer der „Herstellung von Arbeits- und Berufskleidung“, der „Zurichtung und Färbung von Fellen“ sowie der „Herstellung von Pelzwaren“ (da bei den beiden letztgenannten Branchen anzunehmen ist, dass sie ein separates Handwerk darstellen) mit einberechnet, was zu einer Zahl von 1.069 Kreativen von insgesamt 1.472 Beschäftigten (also 72,6 Prozent) in der Berufsklasse „Herstellung von Bekleidung“ führt.

Eine weitere Analyse, die sich mit der Kreativwirtschaft Österreichs beschäftigt, erschien 2003. Im *Ersten Österreichischen*

⁷² Laut Hauptverband der Sozialversicherungsträger 2002.

⁷³ Laut vorläufigen Ergebnissen der Arbeitsstättenzählung 2001.

*Kreativwirtschaftsbericht*⁷⁴ wurde eine Zahl von 163.827 Beschäftigten für ganz Österreich erhoben.⁷⁵ Vergleicht man diese Zahl sowohl mit Geldners Untersuchung als auch mit dem Wiener CI-Bericht, so scheint sie sehr gering. Wenngleich Wien mit Sicherheit ein Zentrum der CI in Österreich darstellt, kann man ausgehend von dieser Studie höchstens 80.000 bis 90.000 Beschäftigte in den Wiener CI annehmen.⁷⁶

Diese sehr unterschiedlichen Ergebnisse machen deutlich, wie schwierig der Versuch ist, exakte Zahlen für Beschäftigte in der Kreativbranche zu eruieren, sogar bei einer guten, aktuellen Datenlage. Ursachen sind zum einen in der „weichen“ Definition der Sektoren zu finden, zum anderen wurden idente Strukturen der Definitionen an verschiedene Forschungsrahmen angepasst und führten somit zu unterschiedlichen Ergebnissen. Beim historischen Vergleich über mehr als hundert Jahre wird diesem Aspekt eine zusätzliche Dimension beigefügt.

III.3.2. Unterschiedliche Klassifizierung der Daten

Um zu eindeutigen und vergleichbaren Zahlen für den Untersuchungszeitraum zu kommen, ist ein klar definiertes und anwendbares Schema notwendig, das jene Bereiche umfasst, die für den Vergleich notwendig sind und diesen auch ermöglichen.

In der Studie *Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien* wurde die „Wiener Definition“ der CI kreiert, die sehr

⁷⁴ 2006 erschien der „Zweite Österreichische Kreativwirtschaftsbericht“, dessen Ergebnisse jedoch laut Angaben der Verfasser nicht mit dem ersten Bericht vergleichbar sind. Im vorliegenden Bericht wird auf die Ergebnisse des *Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts* eingegangen, da er auf Datenmaterial aus ungefähr denselben Jahren zurückgreift wie die anderen Berichte, die zum Vergleich herangezogen wurden.

⁷⁵ Vgl. KFMA, IKM (Hrsg.), a. a. o., S. 31, Tabelle 3.

⁷⁶ Vgl. KFMA, IKM (Hrsg.), a. a. o., S. 38.

gut zu den Daten passt, die in diesem Bereich vorhanden sind; diese wird auch für die vorliegende Untersuchung verwendet. Die „Wiener Definition“ beinhaltet zehn Branchen der ÖNACE-Systematik, die in drei Abschnitte der Wertschöpfungskette eingeteilt werden. Mithilfe von Sozialversicherungsdaten wurde weiters festgestellt, ob einzelne Branchen gesamt oder nur zu einem kleineren Prozentsatz in den CI inkludiert sind.

Der historische Vergleich zwischen der Volkszählung 2001 und älteren Volkszählungen wird auch deshalb erschwert, weil die Daten unterschiedlich strukturiert sind und das Schema der „Wiener Definition“ zwar auf die aktuelle Strukturierung der Liste passt, die älteren Daten hingegen gänzlich anders strukturiert sind und somit eine rein „mechanische“ Anwendung zu ungenauen Ergebnissen führen würde. Die Volkszählung 1951 erfolgt nach dem „Systematischen Verzeichnis der Betriebe“, das 1950 vom Statistischen Zentralamt herausgegeben wurde. Diese Betriebssystematik fasst die Betriebe zu 187 „Betriebsgruppen“, 25 „Betriebsklassen“ und sechs „Wirtschaftsabteilungen“ zusammen. Dank der weitreichenden Aufgliederung kann eine einigermaßen vergleichbare Auszählung zu den modernen statistischen Ergebnissen über die CI in Wien vorgenommen werden, wodurch zumindest in groben Zügen ein „Jahrhundert-Vergleich“ möglich wird. Das selbe gilt auch für die Volkszählung 1910: Bei den meisten Berufsgruppen und Berufsarten der Volkszählung 1910 kann durch Betrachtung der komplementären Berufsgruppen abgeschätzt werden, ob die Abgrenzungen einigermaßen mit den Klassen des ÖNACE 1995-Systems übereinstimmen, in welchem die Daten für 2001 vorliegen. Beim Vergleich mit der Volkszählung 1910 liegt aber eine weitere Schwierigkeit vor: bei den Daten wird hinsichtlich der Berufstätigenmerkmale nicht – wie in den späteren Zählungen üblich – zwischen „Wirtschaftsklasse“ und „Beruf“ unterschieden, sondern zwischen „Berufsgruppen“ und „Berufsarten“, und ist damit eine Kombination aus Berufs- und Wirtschaftsklassensystematik. Dies wirkt sich in der vorliegenden Untersuchung möglicherweise dort aus, wo keine Berufe, sondern Wirtschaftsklassen angeführt sind, und die Zurechnung

zu CI-Berufen damit erschwert wird, besonders im Bereich von Manufacturing und Reproduction. Weiterführende Schwierigkeiten⁷⁷

Ähnlich wie in der Wien-Studie für einzelne ÖNACE-Klassen anhand der differenzierteren Sozialversicherungsdaten Prozentanteile geschätzt wurden, die dann tatsächlich den CI zuzurechnen sind, kann man auch für die Daten der älteren Volkszählung zu weit gefasste Berufsfelder – unter der Annahme, dass nicht alle Berufstätigen zu den CI zu rechnen sind – durch das Heranziehen zusätzlicher Informationen weiter ausdifferenzieren (siehe Kapitel III.5.).

Die Ergebnisse können zwar als ungefähre Indikatoren der untersuchten Entwicklung betrachtet werden, enthalten aber bis zu einem gewissen Grad immer noch Unschärfen.

III.3.3. Grundlegende strukturelle Veränderungen

Die Zurechnungsproblematik zu den CI erschwert sich im historischen Vergleich zusätzlich durch den strukturellen Wandel der einzelnen Teilbereiche im Zeitablauf. Erhebliche inhaltliche Vorbehalte sind daher angebracht, was eine rein „mechanische“ Anwendung von Gliederungen für die aktuellen CI auf historische Daten betrifft. Drei Beispiele illustrieren das:

- Der AV-Sektor inkludiert gemäß der „Wiener Definition“ zahlreiche Elektronik-FacharbeiterInnen im Bereich Manufacturing and Reproduction, da ihre Produkte sowohl für die Produktion als auch

⁷⁷ Vgl. Weigl, Andreas/ Mesch, Michael: Angestellte, Beamte und der Wandel der Beschäftigungsstruktur in Österreich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, in: Wirtschaft und Gesellschaft, Heft 1/2011, Wien 2011, S. 95-183.

Verbreitung von CI-Inhalten notwendig sind. 1910 waren tausende dieser FacharbeiterInnen im AV-Sektor gemäß der verwendeten Definition beschäftigt, obwohl ihre Produkte nicht zur Herstellung oder Verbreitung von CI-Inhalten verwendet wurden.

- Ein ähnliches Phänomen tritt im Feld Mode/Grafik/Design auf. Nach der „Wiener Definition“ ist das gesamte Feld im Jahr 2001 den CI zuzurechnen. 1910 waren mehr als 100.000 Personen in den entsprechenden Berufen beschäftigt, da gerade der Bereich Manufacturing and Reproduction durch eine Vielzahl von Heimarbeitern organisiert war. Im traditionellen Bekleidungssektor waren jedoch herkömmliche Designs in Verwendung, die nicht durch ein Copyright geschützt waren: Man wusste, wie ein Hemd aussieht, und schneiderte es diesem Wissen gemäß – das war auch die einzige Herstellungsmöglichkeit von Kleidung. Da aber gerade das individuelle Design ein Kennzeichen für kreative Branchen ist, wäre die Zahl der in den CI Beschäftigten in der Bekleidungsbranche der frühen Jahre im Vergleich viel zu hoch.
- Eine weitere Ungenauigkeit bei der Übertragung der Gliederung auf die historischen Daten tritt in relativ neuen Berufsfeldern auf. Die Systematiken für die gegenwärtigen CI gehen gemäß den definitorischen Vorüberlegungen von Wertschöpfungsketten aus, in deren Zentrum die Content Origination steht. Da sich die Abläufe und Teilprozesse in den Wertschöpfungsketten jedoch im Laufe der Zeit verändern, sind nicht unbedingt die gleichen vor- und nachgelagerten Aktivitäten hinzuzurechnen. In Wien bestand beispielsweise der AV-Sektor vor dem Ersten Weltkrieg aus wenigen Kinos und den ersten Anfängen einer Filmproduktion. Die AV- und auch die Musikwirtschaft haben sich seither grundlegend verändert, und besonders in den Bereichen Manufacturing and

Reproduction sowie Exchange müssen die Beschäftigtenzahlen, die zu den CI zu rechnen sind, überdacht werden. Überdies entstanden ganze Wertschöpfungsketten dank technologischer bzw. inhaltlicher Innovationen erst am Ende des 20. Jahrhunderts, etwa der IT-Sektor in seiner modernen, digitalen Form. Würde man hier die tausenden Beschäftigten in der Branche Post, Telefon und Telegrafien mit den heute im IT-Business Beschäftigten vergleichen, würde man sinnwidrige Resultate erhalten, da diese Telekommunikation am Beginn des Untersuchungszeitraums noch keine Rolle in der Entwicklung oder Verbreitung von CI-Inhalten spielte.

Demgemäß sind bei den Vergleichen der einzelnen Teilbereiche derartige historische Diskontinuitäten entsprechend zu berücksichtigen. Zu den erzielbaren Ergebnissen muss folgender Aspekt relativierend angemerkt werden: Kamen schon die Studien, die sich auf rezentes Datenmaterial stützen, bei ihren Auszählungen zu den CI in Wien zu stark voneinander abweichenden Resultaten, so treten im historischen Vergleich weitere gravierende Unschärfen auf. Unter Bedachtnahme auf die Vergleichsproblematik ist aber eine Gegenüberstellung unter diversen Vorbehalten möglich.

III.3.4. Schwächen älterer Daten

Neben den bereits erwähnten Konflikten beim Datenvergleich über ein Jahrhundert scheinen weitere Schwächen auf, die der Untersuchung datenbedingt zugrunde liegen. Diese beruhen vor allem auf den Ungenauigkeiten, die in den älteren Datensätzen zu finden sind.

- Ein Problem ist, dass nicht alle Daten für jedes Stichjahr vorhanden sind. Man findet zwar vergleichbare Daten, diese stellen allerdings nicht exakt dasselbe dar, das man vergleichen will, etwa „Grammophonerzeuger“ und die „Hersteller von Funk- und Fernsehgeräten“. Anzumerken ist dabei, dass diese Schwäche hauptsächlich Manufacturing and Production sowie Exchange, nicht aber den Bereich Content Origination betrifft.
- Verschärft wird die Problematik dadurch, dass in nahezu jeder Volkszählung die Berufsgruppen anders kategorisiert sind (siehe auch Kapitel III.3.2.). Weiters ist nicht jede Volkszählung stark genug ausdifferenziert, um tatsächlich ein genaues Bild zu erhalten. Für die Jahre 1961, 1971, 1981 und 1991 ergibt sich die zusätzliche Schwierigkeit, dass zwei verschiedene Volkszählungstypen vorhanden sind: Eine ist aufgesplittert nach erweiterten Berufsgruppen, eine andere untersucht ausgewählte Berufe; beide passen aber weder mit der Gliederung im Jahr 1951 noch 2001 zusammen.
- Ein weiteres Problem besteht in den alten Listen. Die Erhebungsmethode ist oftmals nicht mehr nachvollziehbar, da sie in den Begleittexten zu den Volkszählungslisten nicht so detailliert aufgeführt wurde wie in aktuellen Datenaggregaten. Weiters ist anzunehmen, dass auch bei der Erhebung der Daten kleine Ungenauigkeiten aufgetreten sind, zumal diese nicht elektronisch aufbereitet werden konnten.
- Eine große Schwäche findet sich in der Quelle, also an den Volkszählungen selbst. Bei der Erhebung der Daten liegt es völlig im Ermessen der Befragten, welcher Berufssparte sie sich zurechnen. Viele Kreative üben neben der „Berufung“ als KünstlerInnen einen „Brotberuf“ aus, mit dem sie ihr Einkommen hauptsächlich bestreiten.

- In der Volkszählung sind ebenso jene Erwerbs- oder Berufstätigen enthalten, die in Wien wohnen, aber außerhalb Wiens arbeiten, also zur Wiener CI im Fall der vorliegenden Untersuchung nichts beitragen; umgekehrt ist es in den Betriebs- bzw. Arbeitsstättenzählungen so, dass alle in Wien tatsächlich tätigen Personen erhoben werden, also auch jene, die aus anderen Regionen zum Arbeiten nach Wien pendeln. Im Bereich der Content Origination stellt sich diese Problematik nicht so dramatisch dar, da die Stadt normalerweise Anziehungspunkt für Kreative ist; in den vor- und nachgelagerten Bereichen ist dieser Faktor jedoch nicht zur Gänze zu vernachlässigen.

Eine Ungenauigkeit in der Untersuchung liegt natürlich auch in der händischen Übertragung der Daten in Listen. Ein kompletter Zahlensturz würde aber aufgrund der unterschiedlichen Quellen, die alle auf Ergebnisse in denselben Größenordnungen hindeuten, auffallen.

III.4. Zusammenführung der Daten⁷⁸

Wenn man nun – unter Einbeziehung der methodologischen Schwierigkeiten – eine Übertragung der Wiener Definition auf die Stichjahre vornimmt, bekommt man vergleichbare Zahlen für die meisten CI-Felder und damit vergleichbare Gesamtzahlen für den Wiener CI-Bereich.

Tabelle B: Anzahl der Beschäftigten in der Wiener CI 1910, 1951 und 2001, nach Branchen und Abschnitten der Wertschöpfungskette

	1910	1951	2001
--	------	------	------

⁷⁸ Siehe auch Hromatka/ Resch, a. a. o, und Hromatka, a. a. o.

1 Architektur	16.333	1.230	10.325
Content Origination	16.333	1.230	10.325
2 Audiovisueller Bereich	3.105	6.498	17.744
Manufacturing and Reproduction	3.025	3.207	9.884
Content Origination	30	1572	5.289
Exchange	50	1719	2.571
3 Bildende Kunst/Kunstmarkt	3.710	2.585	3.215
Manufacturing and Reproduction	170	160	0
Content Origination	1.709	1.815	1.676
Exchange	1.831	610	1.539
4 Darstellende und Unterhaltungskunst	4.866	5.810	6.521
Content Origination	3.930	5.212	3.851
Exchange	936	598	2.670
5 Grafik/Mode/Design	135.355	84.271	25.180
Manufacturing and Reproduction	103.993	62.229	2.174
Content Origination	9.711	3.610	2.670
Exchange	21.651	18.432	20.336
6 Literatur/Verlagswesen/ Printmedien	29.166	28.051	18.560
Manufacturing and Reproduction	23.808	13.615	5.311
Content Origination	1.471	3.768	8.211
Exchange	3.887	10.668	5.038
7 Musik	7.283	10.141	9.302
Manufacturing and Reproduction	1.721	3.909	1.724
Content Origination	4.506	4.215	2.237
Exchange	1.056	2.017	5.341
8 Museen/Bibliotheken	682	218	6.265
Exchange	682	218	6.265
9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet	17.020	16.397	23.515
Manufacturing and Reproduction	0	0	17
Content Origination	2.452	1.170	10.504
Exchange	14.568	15.227	12.994
10 Werbung	0	1246	7.970
Content Origination	0	1246	7.970
SUMME	217.520	156.447	128.597
SUMME Manufacturing and Reproduction	132.717	83.120	19.110
SUMME Content Origination	40.142	23.838	52.733
SUMME Exchange	44.661	49.489	56.754

Quelle: Österreichische Statistik: Volkszählung 1910/1951. Statistik Austria: Volkszählung 2001, eigene Berechnung.

Den bereits in Kapitel III.3.3. erwähnten Diskrepanzen bei der Miteinbeziehung der Bereiche Mode, Grafik, Design und Fotografie wird insofern Rechnung getragen, als die nicht vergleichbaren Tätigkeiten aus der Textil- und Bekleidungsbranche des Jahres 2001 (Herstellung von Lederbekleidung, Herstellung von sonstiger Oberbekleidung, Herstellung von sonstiger Bekleidung und Bekleidungszubehör, Herstellung von Schuhen, Einzelhandel mit Bekleidung, Einzelhandel mit Schuhen) sowie den äquivalenten Branchen aus den Jahren 1910 und 1951 vom Vergleich exkludiert werden. Diese sind in Tabelle 5 im Anhang der vorliegenden Arbeit zur besseren Nachvollziehbarkeit markiert.

Das führt zu folgendem Ergebnis:

Tabelle C: Gesamtzahl der Beschäftigten der Wiener CI 1910, 1951 und 2001 (abzüglich nicht vergleichbare Tätigkeiten aus der Textil- und Bekleidungsbranche)

Jahr	1910	1951	2001
SUMME	96.621	79.853	114.798
SUMME Manufacturing and Reproduction	31.143	22.789	17.627
SUMME Content Origination	40.142	23.838	52.733
SUMME Exchange	25.336	33.226	44.438

Quelle: Volkszählungen 1910, 1951 und 2001, eigene Berechnungen.

Das Ergebnis führt zu einer radikalen Schrumpfung des Bereichs Manufacturing and Reproduction in den Jahren 1910 und 1951. Diese erscheint folgerichtig auf Basis der oben erwähnten Unterschiede der Berufe bzw. ihrer Bedeutung für die CI. Zudem rechtfertigt die im Kapitel III.3.3. beschriebene Organisation der Bekleidungsbranche diesen Schritt.

Auf den Kernbereich der CI, die Content Origination, hat dieser Ausschluss keinen Einfluss.

Um vergleichbare Zahlen von sämtlichen Stichjahren zu erhalten, wird in einem weiteren Schritt das Feld 9 „Software/Multimedia/Spiele/Internet“ zur Gänze aus dem Vergleich ausgeschlossen und man erhält folgendes Ergebnis:

Tabelle D: Gesamtzahl der Beschäftigten in der Wiener CI in vergleichbaren Branchen in den Jahren 1910, 1951 und 2001

Jahr	1910	1951	2001
SUMME	79.601	63.456	91.283
SUMME Manufacturing and Reproduction	31.143	22.789	17.610
SUMME Content Origination	37.690	22.668	42.229
SUMME Exchange	10.768	17.999	31.444

Quelle: Volkszählungen 1910, 1951 und 2001, eigene Berechnungen.

* Exklusive 9 und der Mode- und Bekleidungsindustrie des Bereichs 5

Dies bedeutet zwar eine radikale Schrumpfung im Exchange-Bereich jedes Stichjahres, wie auch im Content Origination-Bereich von 2001. Dennoch spiegelt der Ausschluss dieser Branche nun ein genaueres Gesamtbild wider, wenn man die Entwicklung der CI seit 1910 zeigen möchte. In eine Gesamtbetrachtung muss freilich einfließen, dass sich die CI vor allem in der jüngeren Vergangenheit in Sparten entwickelt haben, die es früher nicht gegeben hat, und die heutige Zahl größer anzunehmen ist.

III.5. Ergebnisse des Jahrhundertvergleichs

Nach Ausschluss jener Bereiche, die über diesen großen Zeitraum schwer zu vergleichen sind, kommt man zu folgendem Ergebnis (siehe auch Tabelle 3 im Anhang):

Die Beschäftigtenzahl in den CI sank in den vergleichbaren Branchen zwischen 1910 und 1951 um 25 Prozent. Während der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, zwischen den Stichjahren 1951 und 2001, stieg sie wieder um 43 Prozent zur heutigen Zahl von 91.283, allerdings unter Ausschluss des IT- sowie des Bekleidungssektors, was vor allem aufgrund des weder 1910 noch 1951 existenten IT-Sektors eine zusätzliche Steigerung des Ergebnisses von 2001 bedeuten würde.

Die drei Abschnitte der Wertschöpfungskette unterlagen dabei einer unterschiedlichen Wachstumsdynamik:

- 1) Im Bereich Manufacturing and Reproduction sank die Beschäftigtenzahl während des 20. Jahrhunderts kontinuierlich um 45 Prozent von 31.143 auf 17.610. Dennoch war dieser Verlust an Arbeitsplätzen in den Wiener CI deutlich geringer als im gesamten Sachgüter produzierenden Sektor, wo die Arbeitsplätze um 72 Prozent weniger wurden und von 510.305 im Jahr 1910 auf 140.921 im Jahr 2001 zurückgingen. Das heißt, der Sektor Manufacturing and Reproduction im CI-Bereich konnte um 27 Prozentpunkte mehr Arbeitsplätze halten – vermutlich ist in diesem Sektor billigere Erzeugung nicht in derselben Form bzw. nicht flächendeckend möglich.

Durch die industrielle Fertigung zahlreicher Produkte – im Gegensatz zum früher üblichen Handwerk – wurde der Spielraum für Kreative geringer. Allerdings konnte sich dort die Qualität – was

das Design wie auch die Herstellung betraf – durchsetzen, was im anderen produzierenden Gewerbe meist nicht möglich war.

- 2) Im Bereich der Content Origination, der „KünstlerInnen“ im engeren Sinn, sank die Zahl der Beschäftigten zwischen 1910 und 1951 um 40 Prozent – sie schrumpfte von 37.690 auf 22.668 Personen im Jahr 1951. Bis 2001 stieg die Zahl wieder um 86 Prozent auf 42.229 Personen. Zwischen 1910 und 2001 stieg die Beschäftigtenzahl im Content-Bereich also insgesamt um 12 Prozent. Aufgrund der Unschärfen im Vergleich, auf die in Kapitel III.3. näher eingegangen wurde, kann man von einem ungefähren Gleichbleiben der Beschäftigtenzahl im Untersuchungszeitraum sprechen, freilich ohne die Kreativen des IT-Sektors im Jahr 2001 mitzurechnen. In den vergleichbaren Sektoren benötigte man ein halbes Jahrhundert, um den Aderlass an Beschäftigten, der überwiegend durch die politischen Verhältnisse der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts verursacht wurde, wieder einigermaßen wettzumachen. Für eine hauptsächlich Dienstleistungs-orientierte, mit dem Ruf einer Kunst- und Kulturmetropole ausgestattete Stadt, ist dieser Befund ein ernüchternder.
- 3) Der Bereich Exchange, also Handel und Dienstleistungen, konnte deutlich wachsen. Innerhalb des Jahrhunderts stieg die Beschäftigtenzahl um 192 Prozent von 10.768 auf 31.444. Dieser Anstieg war größer als jener der Beschäftigten im gesamten Dienstleistungssektor, dessen Beschäftigtenzahl von 1910, wo 121.942 Personen gezählt wurden, um 25 Prozent auf 150.723 Personen im Jahr 2001 anstieg. Die Wiener CI konnten das Beschäftigtenpotenzial ihres Exchange-Bereichs also deutlicher steigern als der gesamte Sektor.

Zu dieser Zahl ist anzumerken, dass besonders im Jahr 1910, aber auch im Jahr 1951 die Anzahl der Händler und Dienstleister schwer aus der Volkszählung herauszulesen ist. Dennoch kann der

massive Anstieg als klarer Indikator dafür gesehen werden, dass der Anstieg der Beschäftigten im Handel und bei den Dienstleistungen in den CI-Branchen deutlich höher war als im Gesamtsektor.

Die ausgewählten Stichjahre können nur eine Stichprobe darstellen, die eine ungefähre Entwicklung andeutet. Was zwischen den Stichjahren passiert ist, kann auf verschiedene Art und Weise festgestellt werden:

Zum einen machen das Wissen um die allgemeinen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der jeweiligen Zeit und die Kenntnis um ihre Bedeutung für die CI es möglich, einen Trend abschätzen zu können, wo Zahlen fehlen; die Bedeutung, die etwa der Zweite Weltkrieg weit über das Kriegsgeschehen hinaus hatte, ist allgemein bekannt, und es ist evident, dass die CI dadurch einem besonderen Aderlass ausgesetzt waren.

Zum anderen muss in manchen Fällen eine genaue Literaturrecherche zur jeweiligen Branche und zum einzelnen Zeitraum durchgeführt werden, um gewisse Sprünge erklären zu können. Ebenfalls helfen weitere Statistiken, sich bestimmte Größenordnungen vorstellen oder weitere Sprünge in der Statistik identifizieren zu können. Dies wird im dritten Teil der Arbeit mit dem Feld „Mode, Grafik, Design und Fotografie“ versucht (siehe Kapitel IV.).

Das Stichjahr 1951 zeigt jedenfalls einen deutlichen Tiefpunkt der Wiener CI. Die Auflösung des Habsburger-Reichs, die Weltwirtschaftskrise in der Zwischenkriegszeit und nicht zuletzt die Zeit des Ständestaats und der NS-Herrschaft in Österreich hatten nachteilige Effekte auf die CI.

Dieser Tiefpunkt konnte zwar wieder aufgeholt werden, wie man aber gerade am geringen Wachstum im kreativen Kernbereich sieht, fand der künstlerische und kreative Aufholprozess weniger stark bzw. später statt (siehe auch Kapitel IV.4.).

Interessante Ergebnisse kommen bei einem Vergleich der einzelnen Berufe und Branchen zu Tage.

III.5.1. Architektur

Die Zahl der Beschäftigten im Bereich Architektur schwankte – bezogen auf die drei Stichjahre – enorm. 1910 waren 16.333 Personen als ArchitektInnen und ZiviltechnikerInnen beschäftigt, 2001 waren es 10.325. Für das Stichjahr 1951 kommt man auf insgesamt 1.200 Personen, die den ArchitektInnen zuzurechnen sind, was eine extrem niedrige Zahl darstellt, selbst, wenn man gewisse Unschärfen mitdenkt. Die Größenordnung der Zahl ist dennoch richtig, denn im Jahr 1934 werden 1.003 und 1961 1.900 Beschäftigte in diesem Bereich ausgewiesen. Leider bekommt man in der fachspezifischen Literatur zur Architektur keine Antwort auf diese offensichtliche enorme Schwankung. Am wahrscheinlichsten erklären sich die unterschiedlichen Zahlen durch eine sehr viel breitere Definition jener Berufsgruppen, die 1910 zu den ArchitektInnen gezählt wurden, nämlich BauunternehmerInnen, technische Büros, BaumeisterInnen, ZivilingenieurInnen. Die große Zahl im Jahr 2001 ist vor allem durch die Professionalisierung der Branche und die starke Bautätigkeit in Wien seit den späten 1970er-Jahren erklärbar. Zudem sind in Wien gerade durch den Standort vieler Firmenzentralen sowie öffentlicher Gebäude mehr Raum und Entfaltungsmöglichkeit für ArchitektInnen gegeben.

III.5.2. Bildende Kunst

In der Bildenden Kunst hat die Anzahl der Content Originators im Laufe des 20. Jahrhunderts im Vergleich zu 1910 marginal abgenommen. Nach einem Einbruch Mitte des 20. Jahrhunderts kam es – vor allem in den letzten Jahren – zu einem merklichen Aufschwung. Unter anderem wegen der von staatlicher Seite vorgesehenen Maßnahmen – obwohl die Bildende Kunst im letzten Jahrhundert im Gegensatz zu anderen Kunstsparten von der staatlichen Kunstförderung nachrangig behandelt wurde (siehe Kapitel IV.5.1.), gibt es für die KünstlerInnen zunehmend bessere Chancen, sodass ein Wachstum des Gesamtsektors möglich war.

Die repressiven Effekte der politischen Geschichte bekam die Bildende Kunst in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts in vollem Umfang zu spüren – auch nach 1945 herrschte ein eher restauratives Klima vor. Aus dieser Konstellation resultierende Skandale hatten eine durchaus verkaufsfördernde Wirkung. Dies ermöglichte einigen KünstlerInnen eine individuelle Profilierung bzw. in einigen Fällen sogar die Bildung einer „Marke“.

Die Galerien leiden in Wien notorisch an einem Mangel an interessiertem und kaufkräftigem Publikum. Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass mit weiter steigendem Wohlstand und bei entsprechender Informationsarbeit durchaus Potenziale für eine positive Entwicklung des Kunstmarkts gegeben sind. Private Initiativen zur Belebung dieser Branche wären aber gerade in dem Bereich in verstärktem Maße notwendig, um das ökonomische Potenzial zu steigern.

III.5.3. Literatur/Verlagswesen/Printmedien

Die Bereiche Literatur, Verlagswesen und Printmedien haben sich innerhalb der einzelnen Berufsfelder unterschiedlich entwickelt. Die Zahl der SchriftstellerInnen (als Content Originators) ist zwischen 1910 und 2001 von 1.500 auf 8.000 stark angestiegen. Für SchriftstellerInnen

scheint in Wien ein anziehendes Klima vorzuherrschen, zumal die Großstadt auch als das kulturelle und politische Zentrum Österreichs gilt. Die Nähe zu allen großen Verlags- und Zeitungshäusern, den großen Theatern und praktisch allen Rundfunkhäusern bietet ebenfalls gute Chancen, aus dem Schreiben Kapital zu schlagen.

Der Bereich Exchange stieg im Jahrhundertvergleich nur moderat von 3.900 auf 5.000 Personen an. Der Wandel im Einzelhandel schlägt hier deutlich zu Buche: Große Buchhandelsketten, die von Selbstbedienung geprägt sind, erfordern weniger Verkaufspersonal.

Im Bereich von Manufacturing and Reproduction ist ein dramatischer Rückgang der Beschäftigtenzahl zu beobachten: Von 24.000 Beschäftigten im Jahr 1910 fiel die Zahl auf 13.700 im Jahr 1951 und weiter auf rund 5.000 Beschäftigte im Jahr 2001. Der technologische Wandel im Setzer- und Druckgewerbe aufgrund der IT-Revolution seit den 1970er-Jahren ist in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts weitestgehend dafür verantwortlich – FacharbeiterInnen wie SetzerInnen sind mehr oder weniger überflüssig geworden und wurden durch andere Fachkräfte bzw. Computer ersetzt. Auch die Anzahl der BuchbinderInnen sank zwischen 1910 und 1951 von 5.800 auf 1.350 und fiel weiter bis 2001 auf 476 Personen.

III.5.4. Audiovisueller Bereich, Musik und Darstellende

Kunst

Im Bereich der Musik wie auch der Darstellenden Kunst hat das Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit der Inhalte keine gesteigerte Nachfrage an Content Originators hervorgerufen, sondern im Gegenteil insgesamt ein signifikantes Sinken der Beschäftigtenzahl bewirkt. Im Bereich Musik sank die Anzahl der Content Originators von 4.506 im Jahr 1910 auf 2.237 im Jahr 2001; bei der Darstellenden Kunst blieb die Anzahl

im Laufe des 20. Jahrhunderts annähernd gleich (1910 gab es 3.930, 2001 3.851 Beschäftigte). Auffällig ist, dass 1951 mehr Content Originators beschäftigt waren, und zwar 5.212. Die Gründe dafür könnten – abseits einer Ungenauigkeit in den Listen – in erster Linie in der damals boomenden österreichischen Filmwirtschaft liegen. Dieser Branche kam auch während des Zweiten Weltkriegs mehr Aufmerksamkeit zu, wenngleich ausschließlich mit KünstlerInnen, die dem NS-Regime genehm waren. Viele der damaligen Publikumsliebhaber wurden auch danach wieder beschäftigt – zum einen aus Mangel an Alternativen (um die emigrierten SchauspielerInnen bemühte man sich in den 1950er-Jahren noch nicht), zum anderen, weil beim Publikum eine große Sehnsucht nach Beständigkeit vorherrschend war. Vieles blieb zudem lange im Verborgenen.

Umgekehrt stieg durch den weitgehenden Ersatz von Live-Auftritten durch Aufnahmen die Beschäftigtenzahl im Bereich Exchange stark an: In der Musikbranche erhöhte sich die Zahl der Beschäftigten von 1.056 Personen im Jahr 1910 auf 2.017 im Jahr 1951 und weiter auf 5.341 im Jahr 2001. In der Darstellenden Kunst sank diese Zahl im Exchange zuerst von 936 Beschäftigten im Jahr 1910 und auf 598 im Jahr 1951, stieg danach aber wieder auf 2.670 im Jahr 2001.

Der AV-Sektor, der stark mit den Bereichen Musik und Darstellende Kunst verknüpft ist, beschäftigt heute 17.744 Personen, davon 9.884 im Sektor Manufacturing and Reproduction und 5.289 Personen im Bereich Content Origination. Die drei Branchen Audiovisueller Bereich, Musik und Darstellende Kunst konnten die Beschäftigtenzahl der Content Originators zwar von 8.466 auf 11.377 während des 20. Jahrhunderts steigern – dies ist allerdings nur eine schwache Entwicklung im Vergleich zu dynamischen europäischen Medienstädten wie München, Köln, Amsterdam oder London.

III.5.5. Werbung

Es gibt keine Informationen über die Anzahl der Beschäftigten in der Werbebranche in der Volkszählungsliste 1910. Gemäß dem Herold-Adressbuch gab es in Wien im Jahr 1910 51 Werbefirmen und sieben, die Werbeschilder herstellten. Diese damals noch junge Branche beschäftigte einige hundert Personen. 1951 waren bereits 1.246 Personen in der Werbung tätig, drei Firmen offerierten sogar Rundfunk-Werbungen. Verglichen mit dem Jahr 2001, wo es 7.970 Beschäftigte gab, wird deutlich, wie stark die Werbebranche in den letzten Jahrzehnten gewachsen ist. Der Sektor hat sich zudem stark ausdifferenziert und weiterentwickelt.

III.5.6. Gender-spezifische Ergebnisse⁷⁹

Am Wiener Arbeitsmarkt boten sich im Laufe des 20. Jahrhunderts für Frauen und Männer unterschiedliche Möglichkeiten. Die Vergleichszahlen im Bereich der CI, die man aufgrund der Volkszählungen der Stichjahre 1910, 1951 und 2001 erhält, stellen sich wie folgt dar:

Tabelle E: Anteil der Frauen in allen Berufen und den Wiener Creative Industries 1910, 1951 und 2001, in Prozent

Jahr	1910	1951	2001
Wien gesamt	28	39	47
Frauenanteil in den CI gesamt	23	38	44
Manufacturing and			

⁷⁹ Vgl. Hromatka, a. a. o.

Reproduction	24	34	34
Content Origination	20	36	44
Exchange	34	44	49

Quelle: Österreichische Statistik: Volkszählung 1910/1951. Statistik Austria: Volkszählung 2001, eigene Berechnungen.

Der Anteil der Frauen, die in den vergleichbaren Branchen der Wiener CI tätig waren, stieg im Verlauf des Jahrhunderts von 23 Prozent im Jahr 1910 auf 38 im Jahr 1951 und weiter auf 44 Prozent im Jahr 2001. Die Prozentzahl stagnierte insbesondere in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts auf einem sehr geringen Niveau im Bereich des Sektors Manufacturing and Reproduction. Stark gestiegen im Untersuchungszeitraum ist der Frauenanteil im Content Origination-Bereich. Der höchste Frauenanteil findet sich fast erwartungsgemäß im Handel und im Dienstleistungsbereich (Exchange).

Dennoch bleibt der Beschäftigungsanteil von Frauen in den CI unter dem Wiener Durchschnitt zurück, mit Ausnahme des Handels- und Dienstleistungsbereiches. Die Vorreiterrolle, die man den Kreativen zuschreibt, findet sich in diesen Zahlen nicht wieder.

Im Detail betrachtet gibt es zwischen den einzelnen Berufsgruppen unterschiedliche Entwicklungen beim weiblichen Anteil an der Beschäftigung. Prinzipiell können drei Entwicklungsszenarien in den CI unterschieden werden:

1. Traditionell männlich dominierte Branchen am Beispiel Architektur:

Im Jahr 1910 waren 83 Prozent der ArchitektInnen und ZivilingenieurInnen Männer, was sich in den nächsten 50 Jahren nicht veränderte – 1961 waren 15 Prozent der Beschäftigten Frauen. Das ist ein klarer Indikator für eine Branche, die männlich dominiert ist und

eine lange Tradition hat. Sogar im Jahr 2001, als der durchschnittliche Beschäftigungsanteil der Frauen in den CI bei 44 Prozent lag, betrug der Anteil bei den ArchitektInnen nur 36 Prozent. Erst in den letzten Jahrzehnten zeichnet sich ein Aufholprozess ab.

2. Hoher Frauenanteil in jüngeren Branchen am Beispiel Werbung:

Ein anderes Bild zeichnet die Werbebranche. Im Jahr 1951 war der Frauenanteil in der Werbung so hoch wie der durchschnittliche Frauenanteil an Beschäftigten in den CI insgesamt, nämlich ein Drittel. In den letzten fünfzig Jahren konnten Frauen ihren Anteil an der Werbung noch deutlicher vergrößern: im Jahr 2001 waren bereits die Hälfte aller in der Werbung tätigen Personen Frauen, was deutlich mehr ist als ihr durchschnittlicher Beschäftigungsanteil bei den Content Originators, wo sie 44 Prozent ausmachen.

3. Frauen in schrumpfenden Branchen am Beispiel BuchbinderInnen:

Interessant ist die Entwicklung des Beschäftigungsanteils von Frauen bei den BuchbinderInnen. 1910 war dieser Beruf offen für Frauen, 43 Prozent aller BuchbinderInnen waren weiblich. Auch im Jahr 1951 wurde dieser Beruf von Frauen dominiert, ihr Anteil war auf 73 Prozent gestiegen. Die nachfolgenden Jahrzehnte brachten jedoch einen massiven Rückgang der Beschäftigten insgesamt und ein Schrumpfen dieser Branche, wie an den dargestellten Gesamtbeschäftigtenzahlen weiter oben deutlich wurde. Der Anteil der Frauen sank dabei überdurchschnittlich, im Jahr 2001 waren nur mehr 38 Prozent der BuchbinderInnen Frauen. Frauen scheinen demzufolge von Rationalisierungsmaßnahmen und Entlassungen deutlich mehr betroffen gewesen zu sein als Männer.

Dass Frauen überproportional häufig entlassen wurden, trifft auf den gesamten Bereich Manufacturing and Reproduction zu, der in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts von deutlichen Arbeitsplatzverlusten geprägt war. Das wäre ein Indikator dafür, dass Männer bei einem starken Abbau von Arbeitsplätzen häufiger in ihren Positionen bleiben, vermutlich aufgrund einer hierarchisch höheren Stellung innerhalb der Unternehmen oder besseren Qualifikation, möglicherweise aber auch nur aufgrund ihres Geschlechts und des traditionellen Geschlechterrollenverständnisses.

III.6. Ausgewählte Aspekte der Wiener Creative

Industries⁸⁰

Wichtige Aufschlüsse über die CI und einzelne Berufe geben die Branchenstruktur wie auch die Lohnverhältnisse, die im Folgenden näher beschrieben werden.

Die Datenbasis, um über die Einkommenssituation der Wiener CI-Beschäftigten zu sprechen, bildet die Statistik der gewerblichen Wirtschaft. Die Daten, die für die vorliegende Untersuchung verwendet werden können, liegen jedoch leider nicht für das gesamte 20. Jahrhundert vor, sondern nur für die Jahre 1954, 1964, 1976, 1983 und 1988, wobei die Daten 1954 und 1964 nicht auf 4-Steller-Ebene vorliegen, also zu wenig strukturiert sind und somit vom Vergleich ausgenommen werden müssen. Die übrigen Jahrgänge geben in einer Zeitreihe einen detaillierten Einblick in die Einkommenssituation der 1970er- und 1980er-Jahre in den Wiener CI.

⁸⁰ Vgl. Hromatka, a. a. o.

Erhebungseinheit ist in dieser Statistik jede örtliche oder in der Kostenrechnung getrennte Wirtschaftseinheit, von der die Beschäftigtenzahl, der Personalaufwand, der Brutto- und Nettoproduktionswert sowie die Investitionen des Betriebs erhoben werden. Die Einteilung nach Branchen erfolgte analog zur Wiener Definition der CI nach Abschnitten der Wertschöpfungskette (siehe auch Tabelle 2 im Anhang).

Die Arbeitsstättenzählung wie auch die Volkszählung wurde in Österreich als Vollerhebung durchgeführt, sie ist für die Jahre 1930, 1964, 1973, 1981, 1991 und 2001 publiziert worden, wobei für die vorliegende Untersuchung vor allem die Jahre 1973, 1981, 1991 und 2001⁸¹ relevant waren. Hierbei werden die Berufstätigen in den jeweiligen Arbeitsstätten erhoben und den Branchen zugeteilt. Diese Zählung gibt in der vorliegenden Arbeit vor allem Aufschluss über die Betriebsgrößen der CI-Betriebe in Wien.

Die beiden Erhebungen wurden von der Statistik Austria (früher Statistisches Zentralamt) durchgeführt. Wichtig für die vorliegende Untersuchung war einerseits die Aufgliederung der Ergebnisse in einer regionalen Dimension, um ausschließlich Daten der Wiener CI zu erhalten, sowie andererseits in Berufssparten, die auf 4-Steller-Ebene vorliegen mussten, um die CI-Berufe herausfiltern zu können. Waren einzelne Jahre nicht verwendbar, lag es daran, dass die Daten auf 4-Steller-Ebene nur für Gesamtösterreich zur Verfügung standen bzw. die Daten für Wien nur auf 3-Steller-Ebene aufgegliedert waren.

⁸¹ Mit Stichtag 31. 10. 2011 wurde die letzte Arbeitsstättenzählung durchgeführt, die in der vorliegenden Arbeit allerdings keine Berücksichtigung mehr finden konnte.

III.6.1. Einkommenssituation

Die angegebenen Zahlen spiegeln jene Ausgaben wider, die der/die Arbeitgeber/in für die/den Beschäftigte/n pro Jahr tätigt. Die Zahlen wurden von Schillingen in Euro umgerechnet sowie in Realwerte von 1988. Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der durchschnittlichen Ausgaben pro Jahr und Beschäftigten für die gesamte Wiener Wirtschaft, die gesamten Wiener CI sowie für die drei Abschnitte der Wertschöpfungskette.

Tabelle F: Einkommenssituation in Wien und in den Wiener Creative Industries 1976, 1983 und 1988, in Euro und in Realwerten des Jahres 1988

Jahr	1976	1983	1988
Durchschnittliche Ausgaben pro Beschäftigten in Wien	18.229	22.021	24.154
Durchschnittliche Ausgaben pro Beschäftigten in den CI	14.273	18.272	20.391
Manufacturing and Reproduction	15.000	20.442	23.141
Content Origination	15.729	20.574	23.022
Exchange	12.197	14.429	15.471

Quelle: Österreichische Statistik: Statistik der gewerblichen Wirtschaft nach 3-Steller der Betriebssystematik, Jahrgänge 1976, 1983, 1988; eigene Berechnungen.

Deutlich erkennbar ist, dass die durchschnittlichen Ausgaben für Beschäftigte in den CI in jedem Stichjahr deutlich geringer sind als die Ausgaben für Beschäftigte in Wien im Durchschnitt. In keinem Abschnitt der Wertschöpfungskette wird in den CI durchschnittlich mehr verdient als im Wiener Durchschnitt.

Gleichzeitig verringerte sich der Unterschied zwischen 1976 und 1988 allerdings geringfügig. Der Einkommenszuwachs in den CI war höher als der der in Wien Beschäftigten insgesamt. Im Durchschnitt verdient man in den Bereichen Content Origination sowie Manufacturing and Reproduction am meisten und fast gleich viel. Auffällig ist, dass im Bereich Exchange, also im Handel, deutlich weniger bezahlt wird.

In den einzelnen Berufsfeldern treten allerdings sehr unterschiedliche Ergebnisse zutage:

- Während des Untersuchungszeitraums stiegen die Gehälter in der Unterhaltungsbranche am höchsten – eine Branche, die boomt. Die jährlichen Ausgaben pro Beschäftigten verdoppelten sich von 11.861 auf 23.774 Euro zwischen 1976 und 1988. Beschäftigte in diesem Bereich zählten zu den bestbezahlten innerhalb der Wiener CI, Spitzenreiter im Jahr 1988 waren die Beschäftigten im Verlagswesen, für die pro Jahr und Person 31.200 Euro bezahlt wurden.
- In der Werbebranche stieg das Gehalt nur moderat um 36 Prozent an, während die Zahl der Beschäftigten in den 1980er-Jahren stark wuchs. Dies deutet darauf hin, dass viele Personen in diesem Beruf tätig sein wollten und die Firmen deshalb ihre Personalkosten bzw. die Gehälter gering halten konnten. Die Ausgaben stiegen von 17.193 auf 23.367 Euro im Vergleichszeitraum.
- Der Buchhandel verzeichnete zwischen 1976 und 1988 eine Stagnation bei den Ausgaben, die ArbeitgeberInnen für einen Beschäftigten jährlich tätigten, jedoch auf einem – verglichen mit dem restlichen Handelssektor – relativ hohen Niveau von ca. 16.500 Euro. Im Textil- und Schmuckhandel stiegen die Ausgaben um 22 bzw. 40 Prozent und betragen im Jahr 1988 knapp 12.000 bzw. 18.000 Euro.

- Im Bereich Manufacturing and Reproduction waren die Gehälter im Allgemeinen höher, was hauptsächlich daran lag, dass die FacharbeiterInnen in diesem Bereich sehr gut ausgebildet sein mussten. Für die ErzeugerInnen von Druckstöcken und Druckplatten beispielsweise bezahlten ArbeitgeberInnen pro Jahr knapp 30.000 Euro im Jahr 1988.

III.6.2. Betriebsgrößen

Der Vergleich der Arbeitsstättenzählung 1973 bis 2001 erlaubt die Betrachtung der Betriebsgrößen und somit die Analyse der Struktur von Betrieben in den Creative Industries (siehe auch Tabelle 6 im Anhang).

Tabelle G: Anzahl der Arbeitsstätten und Beschäftigten in den CI 1973, 1981, 1991 und 2001

	Arbeitsstätten				Beschäftigte			
	1973	1981	1991	2001	1973	1981	1991	2001
SUMME	10.640	10.907	11.904	21.387	112.201	93.546	95.215	135.639
Beschäftigte pro Betrieb	11	9	8	6				
Manufacturing and Reproduction	3.656	2.753	1.951	1.018	58.102	38.003	33.270	23.032
Beschäftigte pro Betrieb	16	14	17	23				
Content Origination	1.838	3.055	4.713	11.285	14.996	17.091	22.563	54.523
Beschäftigte pro Betrieb	8	6	5	5				
Exchange	5.146	5.099	5.240	9.084	39.103	38.452	39.382	58.084
Beschäftigte pro Betrieb	8	8	8	6				

Quelle: Arbeitsstättenzählung 1973, 1981, 1991 und 2001; eigene Berechnungen.

Sehr deutlich zeigte sich – bei vor allem im letzten Jahrzehnt enormer Steigerung der Anzahl der Arbeitsstätten und gleichzeitig nur mäßiger Steigerung der Beschäftigtenzahl zwischen 1973 und 2001 – die Reduktion der Beschäftigten pro Betrieb von elf auf sechs. Verantwortlich dafür war in erster Linie der Bereich Content Origination, in dem die Zahl der Beschäftigten pro Betrieb von acht auf fünf fiel - bei einem Anstieg der Arbeitsstätten um 614 Prozent sowie einem Anstieg der Beschäftigten um fast 300 Prozent. Dieser Bereich wuchs kontinuierlich, wenn auch zwischen 1991 und 2001 bei weitem am stärksten. In diesem Jahrzehnt kam es zu einer Gründerwelle, vor allem bedingt durch mehr Flexibilität der UnternehmerInnen, nicht zuletzt durch die sich bietenden technischen, digitalen Möglichkeiten. Quer durch alle boomenden Branchen sind derartige Gründerwellen zu beobachten.

Im Bereich Exchange stagnierte sowohl die Zahl der Arbeitsstätten als auch die der Beschäftigten zwischen 1973 und 1991. Bis 2001 verzeichnete der Bereich dann ein rasantes Wachstum. Eine ganz andere Entwicklung zeigte der Bereich Manufacturing and Reproduction. Dort fiel vor allem die Beschäftigtenzahl zwischen 1973 und 1981 drastisch, auch die Beschäftigtenzahl pro Betrieb wurde von 16 auf 14 reduziert. Während sich die Beschäftigtenzahl bis 2001 nochmals deutlich verringerte, stieg die Anzahl der Beschäftigten pro Betrieb bis 2001 auf 23 an, wobei gleichzeitig ein noch höherer Verlust an Arbeitsstätten zu bemerken war. Verantwortlich dafür waren die Zusammenschlüsse von mehreren Produktionsschritten in einem Unternehmen, vor allem durch den technischen Fortschritt und die Möglichkeiten, die sich dadurch boten. Durch die Auslagerung einzelner, einfacher Arbeitsschritte in Billiglohnländer kam es bei den anderen Produktionsschritten zum einen zu einer Zusammenlegung, zum anderen zu einer Spezialisierung der Angebote und dadurch erneut zu Zusammenschlüssen.

Die Ergebnisse sind nur begrenzt mit jenen des Jahrhundertvergleichs der Beschäftigtenzahl (siehe Kapitel III.5.) zu vergleichen, da von einer anderen Datenbasis ausgegangen wird. Bei der Volkszählung werden Einzelpersonen nach ihrer Berufszugehörigkeit gefragt, bei der Arbeitsstättenzählung ist die Definition des Betriebes das entscheidende Kriterium. Zu bedenken ist weiters, dass ein großer Teil von Manufacturing and Reproduction im Bereich der Mode aus dem Jahrhundertvergleich ausgenommen wurde, bei den Arbeitsstättenzählungen sind diese Branchen jedoch inkludiert.

Dennoch zeigen die Ergebnisse, dass die Entwicklung der CI in Wien nicht kontinuierlich stattfand, sondern Schwankungen unterworfen war. Die später beschriebenen Rahmenbedingungen in den 1970er-Jahren (siehe Kapitel IV.5.) schlagen sich hier ganz deutlich zu Buche. Insgesamt passt die Entwicklung aber zu jener des Jahrhundertvergleichs: Der Höhepunkt an Beschäftigten wurde bei beiden Zugängen im Jahr 2001 erreicht, was bedeutet, dass die CI gewachsen sind.

Einzelne Detailergebnisse verschiedener Branchen und Berufe sind besonders interessant (siehe Tabelle 6 im Anhang):

- Im AV-Bereich wuchs die Anzahl der Arbeitsstätten zwischen 1973 und 2001 von 265 auf 1.124 und stieg vor allem in den letzten zehn Jahren kräftig an. Die Beschäftigtenzahl verdoppelte sich hingegen nur, das ebenfalls im gleichen Zeitraum.
- In einem der „Kernbereiche“ der Kunst, der Bildenden Kunst, stieg mit der Anzahl der Beschäftigten auch die Anzahl der Arbeitsstätten im selben Ausmaß. Bildende KünstlerInnen sind gewissermaßen „EinzelkämpferInnen“.
- Am Beispiel der Werbebranche, die in der Arbeitsstättenzählung nur aus Content Origination besteht, ist deutlich zu sehen, wie eine

einzelne Berufssparte boomte. Die Anzahl der Beschäftigten wuchs von 2.640 auf 8.622 Personen und verdreifachte sich damit. Auch die Anzahl der Arbeitsstätten wuchs von 448 auf 1.115. Gleichzeitig fiel die Beschäftigtenzahl von 1973 bis 2001 pro Betrieb von sechs auf vier, zahlreiche „Werbeleute“ haben sich selbstständig gemacht und reüssieren offenbar in Spezialsparten oder können in kleinen Agenturen flexibler agieren und ihre Ideen besser verkaufen.

- Im Bereich Mode, Grafik und Design zeigt sich erst in den letzten zehn Jahren der Untersuchung eine Erholung des radikalen Abwärtstrends, dennoch sind 2001 weniger Arbeitsstätten wie auch deutlich weniger Beschäftigte in diesem Bereich auszumachen als 1973. Im Einzelhandel stiegen sowohl die Anzahl der Betriebe als auch jene der Beschäftigten, obwohl der Verkauf heute zum Großteil anders strukturiert ist. Das deutet auf ein großes ökonomisches Potenzial in diesem Bereich hin – allerdings nicht mit Kreativleistungen, die ausschließlich von WienerInnen kommen.
- In der Fotografie, die als Content Origination dem Bereich Mode, Grafik und Design zuzuordnen ist, stieg die Beschäftigtenzahl zwischen 1973 und 2001 von 633 auf 1.080, wobei eine deutliche Steigerung von 40 Prozent erst in den letzten zehn Jahren auszumachen war. Dies ist vermutlich auf den Boom der Online-Inhalte zurückzuführen, die nun viel mehr Bilder benötigten; die digitale Fotokunst ermöglichte es aber auch einem breiteren Kreis, sich als FotografIn zu titulieren. Die Zahl der Arbeitsstätten stieg im Vergleichszeitraum von 195 auf 365.

III.7. Beschäftigtenentwicklung im Bereich Mode, Grafik,

Design und Fotografie laut Volkszählung

Im Folgenden wird auf die quantitative Entwicklung der Branche im letzten Jahrhundert eingegangen; herauszufinden, wer tatsächlich kreativ tätig war und wer nicht, ist bis zu einem gewissen Grad ein subjektives Unterfangen, darum umfasst die folgende Betrachtung im Wesentlichen den Bekleidungs-, den Design- und soweit wie möglich auch den grafischen Bereich sowie die Fotografie, im Wissen, dass vor- und nachgelagerte Berufe ebenso inkludiert sind wie ganze Industrien, die lediglich Vorleistungen liefern. Die Entwicklung wird mithilfe verschiedener Indikatoren wie Beschäftigtenzahl, Firmenanzahl und deren Struktur, Investitionen, Löhne und Produktionsoutput nachgezeichnet.

In den Volkszählungslisten gibt es fünf Branchen, die über die Jahre hinweg vergleichbar sind und zum Bereich Mode, Grafik und Design gehören. Diese werden im Folgenden genauer hinsichtlich ihrer Beschäftigtenzahl untersucht.

III.7.1. Bekleidung

35.910 SchneiderInnen und KleidermacherInnen wurden im Jahr 1890 gezählt. Dass sie – im Sinne der Definition von Creative Industries – mit geschützten Designs gearbeitet haben, also zu den CI gezählt werden können, darf bezweifelt werden. Dennoch ist ihre Zahl ein wichtiger Indikator, um die Entwicklung dieser Branche zu verdeutlichen.

Um 1900 stieg die Zahl der SchneiderInnen auf 42.973, 1910 erlebte sie ihren Höhepunkt mit 61.454 Personen. Danach ging die Zahl der KleidermacherInnen wieder zurück⁸²: 1934 gab es 45.595, 1951 40.776. Dann zeigten sich deutliche Krisensymptome. In den Folgejahrzehnten fiel

⁸² Auf eine grafische Darstellung wird aufgrund der unterschiedlichen Zuordnungen in den verschiedenen Jahren verzichtet.

die Zahl auf rund 27.000 (1961), 22.000 (1971), 12.000 (1981) und 7.000 (1991) Beschäftigte, im Jahr 2001 waren nur noch 1.156 Menschen mit der Herstellung von Oberbekleidung beschäftigt. Diese drastische Abnahme spiegelt die sinkende Bedeutung der Textil- und Bekleidungsindustrie für die gesamte Wirtschaft wider (siehe Kapitel IV.1.).

Ab 1961 wurde neben der Gesamtzahl der Beschäftigten im Bereich der Erzeugung von Kleidung noch die Zahl der SchneiderInnen gesondert erhoben: 1961 gab es noch 21.421 SchneiderInnen, 1991 nur mehr 4.268. Diese Zahlen decken sich in etwa mit den Erhebungen der Wirtschaftskammer (siehe Kapitel III.7.).

III.7.2. KürschnerInnen/LederbekleidungserzeugerInnen

Die Beschäftigten im Bereich der Lederbekleidungs- und Lederaccessoireserzeugung wurden in Wien seit 1900 konstant weniger. Im Jahr 1890 waren 5.125 Menschen in dieser Branche (die anfangs noch mit der Hutmacherei zusammengefasst war) beschäftigt, 1900 waren es mit fast 5.500 Beschäftigten etwas mehr. Danach begann die Zahl drastisch zu sinken: 1910 gab es knapp 4.000 Beschäftigte in der Lederbekleidungsbranche, 1934 3.199, 1961 waren es 1.630 Beschäftigte, 1981 1.312 und im Jahr 2001 nur mehr 18. Es handelt sich damit eindeutig um eine sterbende Branche in den westlichen Industrieländern, sie existiert nur mehr im Luxussegment bzw. dann, wenn es um Reparaturen geht.

III.7.3. Fotografie

Die Anzahl der in der Fotografie tätigen Personen entwickelte sich zahlenmäßig äußerst diffus, vor allem, weil die Fotografie verschiedenen Berufssparten zugerechnet bzw. mit verschiedenen Berufen (etwa Lichtdruck oder Kameraleute) zusammengefasst wurde – aus diesem Grund wird auch auf eine grafische Darstellung verzichtet.

1910 waren 2.066 Personen der Fotografie und dem Lichtdruck zuzuordnen, 1.952 Personen waren im Jahr 1934 in der Fotografie und für Filmaufnahmen tätig. Die Beschäftigtenzahl dieser Branche entwickelte sich nach dem Zweiten Weltkrieg von 1.390 Personen im Jahr 1951 auf 807 im Jahr 1961, 824 im Jahr 1971, 608 im Jahr 1981 und 725 im Jahr 1991, allerdings waren FotografInnen und Kameraleute immer zusammengefasst. 2001 wurden in der Branche Fotografie und Fotolabors 1.059 Personen gezählt, nunmehr exklusive der Kameraleute.

Dieser Zuwachs lässt sich, wie weiter oben erwähnt, unter anderem mit dem steigenden Bedarf an Fotos erklären. Die neue Technologie der digitalen Fotografie und das Internet verlangen nach einer schnellen Verbreitung möglichst vieler Bilder, was einen Bedarf an FotografInnen schafft; auch durch die immer größer werdende Eventkultur gibt es mehr Bedarf an professionellen FotografInnen. Weiters ist es durch diese Technologie für eine größere Anzahl an Personen möglich geworden, sich als FotografIn zu titulieren und diesen Service halbwegs professionell anzubieten.

III.7.4. Schuhmacherei

Die Zahl der SchuhmacherInnen blieb bis zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs ungefähr konstant: Zwischen 1890 und 1910 waren rund 25.500 SchuhmacherInnen in Wien tätig. 1934, bei der nächsten Volkszählung, gab es nur mehr knapp 18.000 SchuhmacherInnen in Wien,

1951 11.000, wobei drei Firmen Schuhmodelle erzeugten. Bis zum Jahr 2001 fiel die Zahl kontinuierlich auf 153.

Gerade der Beruf der Schuhmacherei zeigt im Jahrhundertvergleich einen eindeutigen Wandel in der Struktur wie auch in der Tätigkeit: Zum einen kam es zu einer Konzentration und es wurden weniger SchusterInnen benötigt, da die Billig- und Massenherstellung ähnlich wie bei den Textilien auch aus Schuhen einen Wegwerfgegenstand machte, den man häufiger ersetzte als ihn reparieren zu lassen.

Es ist anzumerken, dass typische SchuhmacherInnen bzw. SchusterInnen eher im Reparaturbereich tätig waren und nach wie vor sind. Die wenigsten SchusterInnen sind mit Schuhdesign und -herstellung beschäftigt; als sich der Wandel hin zur Massenfertigung von Schuhen vollzog, hatten einige von ihnen die Möglichkeit, LuxushandwerkerInnen zu werden. In Perioden wie den 1950er- und 1960er-Jahren wäre aber kaum Bedarf daran bestanden. Anders sieht die Situation wiederum seit den 1990er-Jahren aus, wobei der Bedarf an Luxus- und Nischenprodukten in diesem Bereich nicht zu hoch eingeschätzt werden sollte.

III.7.5. Keramik

Die Herstellung von keramischen Haushaltswaren, die zum vorgelagerten Bereich Manufacturing and Reproduction der CI gehört, wurde nur in den Jahren bis zum Ersten Weltkrieg in einer eigenen Berufssparte erhoben. Ob diese ProduzentInnen allerdings kreativ waren oder lediglich einfache, traditionell überlieferte Formen für ihre Produkte verwendeten, lässt sich – ähnlich wie bei den SchneiderInnen – nur ungefähr abschätzen. Ihre Gesamtzahl wuchs von 939 im Jahr 1890 auf 2.092 im Jahr 1934. Einzelne Firmen, die Haushaltswaren mit Design erzeugten, werden in den Kapiteln über Mode und Design, also in den Kapiteln IV.2.2., IV.2.3.,

IV.3.2. und IV.3.3. beschrieben. Auch hier ist nach dem Zweiten Weltkrieg davon auszugehen, dass durch die industrielle Fertigung dieser Gegenstände die Berufssparte in Wien eher am Sinken war. Vor allem durch neue Materialien wie Kunststoff und Plastik wurde Keramik als Haushaltsware nicht mehr in diesem Ausmaß nachgefragt.

III.8. Beschäftigtenentwicklung im Bereich Mode, Grafik, Design und Fotografie laut Wirtschaftskammer Wien

Die Wirtschaftskammer Wien erhebt seit 1958 unregelmäßig, seit 1981 jährlich die Zahl der unselbstständig Beschäftigten unter ihren Mitgliedern. Für diesen Zeitraum lässt sich ein durchgängiges Bild der Beschäftigtenentwicklung für folgende Berufsgruppen nachzeichnen: In der Sparte Gewerbe und Handwerk sind die Innungen „Gold- und Silberschmiede und Juweliere“, „Kürschner, Handschuhmacher, Präparatoren und Säckler“, „Schuhmacher“, „Bekleidungsbranche“⁸³, „Sticker, Stricker, Wirker, Weber, Posamentierer und Seiler“ für die Betrachtungen der Sparte Mode, Grafik und Design heranzuziehen. Weiters gab es außerdem die Fachgruppe „Bekleidungsindustrie“ und die Gremien „Einzelhandel mit Bekleidung und Textilien“, „Einzelhandel mit Schuhen“, „Einzelhandel mit Leder, Galanterie- und Bijouteriewaren sowie kunstgewerblichen Artikeln“⁸⁴ sowie „Einzelhandel mit Juwelen, Gold-, Silberwaren und Uhren“.

⁸³ Diese Branche besteht aus den Bereichen Kleidermacher und Mieder- und Wäschewarenhersteller.

⁸⁴ Bis 1998 hieß die Branche „Leder- u. Galanteriewaren Einzelhandel“.

Durch die Pflichtmitgliedschaft in der Wirtschaftskammer ergeben sich für die einzelnen Innungen, Fachgruppen und Gremien sehr genaue Beschäftigtenzahlen für Wien. Die Unschärfen im Vergleich zu anderen Statistiken liegen lediglich in der Zuteilung der Berufstätigen zu vordefinierten Sparten der Wirtschaftskammer, die sich im Laufe der Zeit jedoch nur marginal geändert haben und historisch gewachsen sind.

III.8.1. Bekleidungsindustrie

Die Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten zeigt deutlich, dass die Branche durch den technologischen Fortschritt, vor allem aber durch den Stellenwert, den die Bekleidungs- aber auch die Textilindustrie (siehe Kapitel IV.1.) weltweit eingenommen hat und durch die Konkurrenz aus den Billiglohnländern (vor allem Asien) drastisch an Beschäftigten eingebüßt hat. In der Bekleidungsindustrie fielen die Zahlen zwischen 1958 und 1981 rigoros von 17.318 auf 6.149 Beschäftigte und weiter relativ konstant bis zum Jahr 2004 auf nur mehr 985 Beschäftigte.

Interessanterweise sank der prozentuelle Anteil der weiblichen Beschäftigten weit stärker als jener der männlichen: Von 14.618 beschäftigten Frauen in der Bekleidungsindustrie im Jahr 1958 waren 2004 nur mehr 672 übrig, das ist ein Rückgang um ca. 94 Prozent. Die männlichen Beschäftigten nahmen hingegen von 2.700 auf 313 im selben Zeitraum ab, das sind 88 Prozent. Bei den Männern war auch ein kurzfristiger Zuwachs in den Jahren 1991 und 1992 zu verzeichnen, vermutlich billige Arbeitskräfte, die nach dem Fall des Eisernen Vorhangs verfügbar waren, während der weibliche Beschäftigtenanteil gleichzeitig weniger wurde – Gründe dafür wurden bereits im Kapitel III.5.6. dargestellt.

Die Betriebe in der Bekleidungsindustrie in Wien wurden ebenfalls weniger: Sie nahmen von 308 Betrieben im Jahr 1958 auf nur 32 Betriebe im Jahr 2004 ab. Weiters wurden die Betriebe im Durchschnitt kleiner: Waren 1958 durchschnittlich noch 56 Beschäftigte pro Betrieb tätig, so war im Jahr 2004 mit nur mehr 31 auch hier ein konstanter Rückgang zu verzeichnen.

III.8.2. Bekleidungs-gewerbe

Ein ähnliches Bild zeigt sich im Bekleidungs-gewerbe (siehe auch Diagramme 3 und 4 im Anhang). Hier sanken die Beschäftigtenzahlen von 1958 bis 1981 noch stärker als in der Industrie, von 17.459 auf 3.803. Vom gleichen Niveau wie die Industrie ausgehend, sanken die Beschäftigtenzahlen im Gewerbe vor allem seit den 1970er-Jahren deutlich. Während die Zahl in der Industrie konstant steil abfiel, war im Gewerbe ab Mitte der 1980er-Jahre ein Abflachen der Kurve zu verzeichnen. Den einzigen Ausreißer stellt das Jahr 1991 dar. Hier war kurzfristig eine Steigung in der Anzahl der Arbeitskräfte zu verzeichnen. Dies ist auf den Fall des Eisernen Vorhangs zurückzuführen, als kurzfristig billigere Arbeitskräfte aus dem Osten eingestellt wurden.

Im Jahr 2004 lag die Beschäftigtenzahl bei 685 Personen, davon 194 Männer und 491 Frauen. Ausgehend von den Werten des Jahres 1958, als 3.132 Männer und 14.327 Frauen ermittelt wurden, lässt sich auch im Bekleidungs-gewerbe eine vergleichsweise stärkere Reduktion von weiblichen Arbeitskräften beobachten.

Die Betriebsstruktur schwankte zwischen fünf und sechs Beschäftigten pro Betrieb und nahm erst Ende der 1990er-Jahre ab: 2004 waren im Durchschnitt zwischen vier und fünf Beschäftigte in einem Betrieb tätig.

Die Anzahl der Betriebe sank insgesamt drastisch von 3.153 Betrieben auf 149.

III.8.3. Leder- und Accessoires-Gewerbe

Branchen des Gewerbes wie „Kürschner, Handschuhmacher, Präparatoren und Säckler“ bzw. „Gold- und Silberschmiede sowie Juweliere“ waren im Jahr 2004 kaum mehr existent: Sie fielen von 1.604 bzw. 1.351 im Jahr 1958 zuerst sehr gering, ab den 1980ern etwas steiler auf Werte von 110 und 196 Beschäftigten im Jahr 2004. Das sind nur sieben bzw. 14 Prozent ihrer anfänglichen Beschäftigtenzahlen. Auch die Betriebszahlen sanken, etwa bei den Gold- und SilberschmiedInnen sowie bei den JuwelierInnen von 255 auf 68, bei den KürschnerInnen noch drastischer von 346 auf 41. Die Tendenz ging in beiden Branchen zu kleineren Betrieben – von einer anfänglichen Betriebsgröße von etwa fünf Personen auf zwei bis drei Beschäftigte im Jahr 2004. Dies deutet darauf hin, dass der Bedarf in diesen Branchen durch industrielle Massenerzeugung gedeckt werden konnte, lediglich Betriebe, die individuelle, hochqualitative Produkte im Luxussegment herstellten, konnten bestehen – diese allerdings in viel kleineren Firmen.

III.8.4. Schuhmacher

Die Anzahl der SchuhmacherInnen fiel vor allem in den 1960er-Jahren rapide, von 1.723 im Jahr 1958 auf 444 im Jahr 1971 – ein Wert, der in den Jahren bis 1992 ungefähr gleich blieb und danach neuerlich stetig sank. 2004 waren in Wien noch 240 SchuhmacherInnen beschäftigt. Die Anzahl der Betriebe unterlag einem ähnlichen Rückgang, sie sank von 601 Ende der 1950er-Jahre auf 170 im Jahr 1971, blieb bis zu den

1990er-Jahren relativ konstant und sank auf 67 im Jahr 2004 (siehe auch Diagramme 5 und 6 im Anhang).

III.8.5. Sticker, Stricker, Wirker, Weber, Posamentierer und Seiler

Die Branche der „Sticker, Stricker, Wirker, Weber, Posamentierer und Seiler“ war einem konstanten und drastischen Rückgang unterworfen, von 4.929 Beschäftigten in 638 Betrieben im Jahr 1958 auf 77 in 19 Betrieben im Jahr 2004 (siehe auch Diagramme 7 und 8 im Anhang).

III.8.6. Einzelhandel

Der Einzelhandel zählt zum Bereich Exchange. Die Beschäftigtenzahl im „Einzelhandel mit Bekleidung“ stieg zwischen 1958 und 2004 von 5.142 auf 8.407 Beschäftigte, eine Zahl, die allerdings leichten Schwankungen unterworfen war. Die Anzahl der Betriebe sank als Ausdruck einer Betriebskonzentration gleichzeitig von 1.277 auf 762. Die Betriebe im Einzelhandel erlebten im Durchschnitt einen deutlichen Anstieg von vier auf elf Beschäftigte zwischen 1958 und 2004 (siehe auch Diagramme 1 und 2 im Anhang).

Dies ist keine CI-spezifische Entwicklung. Die Betriebskonzentration findet in allen Branchen statt, sei es im Lebensmittel-, im Drogerie- oder eben im Bekleidungshandel. Große Supermarktketten bzw. deren Filialen verdrängen kleinere Einzelhandelsgeschäfte. Dies wird auch anhand folgender Zahlen deutlich.

Die Beschäftigtenzahl im „Einzelhandel mit Schuhen“ stieg von 1958 bis 1982 von 1.119 auf 2.646, sank danach allerdings bis 2004 konstant auf 1.738 Beschäftigte. Die Anzahl der Beschäftigten pro Betrieb stieg von rund sechs auf 19.

Auch beim „Einzelhandel der Bijouteriewaren und kunstgewerblichen Artikel“ ging der Trend zu größeren Geschäften: Die Beschäftigtenzahl stieg von 475 auf 1.057, die Anzahl der Betriebe stieg zwischen 1958 und 1984 von 141 auf 222, fiel dann aber bis 2004 auf 151 zurück, was eine durchschnittliche Beschäftigtenzahl von sieben ergab, während diese bis in die 1990er-Jahre zwischen drei und vier gelegen hatte.

Die JuwelierInnen machten eine ähnliche Entwicklung durch, ihre Beschäftigtenzahl stieg von 225 auf 803, die Anzahl der Betriebe stieg bis Anfang der 90er von 75 auf 214 und fiel dann auf 158. Die Anzahl der Beschäftigten pro Betrieb blieb allerdings im Gegensatz zu den zuvor behandelten Einzelhandelsbetrieben während dieser Periode relativ konstant zwischen drei und vier.

Eine zunehmende Konzentration in Form von steigenden Betriebsgrößen kann also für den Einzelhandelsbereich der CI geltend gemacht werden; eine Tendenz, die den Handel insgesamt charakterisiert.

III.9. Beschäftigtenentwicklung im Bereich Mode, Grafik,

Design und Fotografie laut Firmenadressbuch

Im Branchenverzeichnis *Creation Production*, dem Adressbuch für kreative Firmen in Wien, gab es 1988 ca. 80 Einträge für Modemacher, wobei nicht klar ist, ob es sich um SchneiderInnen, DesignerInnen oder AusstatterInnen handelte. 1998 waren 45 Adressen eingetragen, die mit

Mode zu tun hatten, vier mit Modeschauen; 2005 waren es bereits 75 insgesamt bzw. zwölf, die sich mit Modeschauen beschäftigen.

Daran ist deutlich zu erkennen, dass die Förderungen und Initiativen der Stadt Wien bzw. des Bundes greifen und in diesem Bereich tatsächlich Firmen entstehen und eine Branche zunehmend Fuß fasst (siehe Kapitel IV.6.).

IV. MODE, GRAFIK, DESIGN

Mode, Grafik, Design: Diese Branchen liegen im Kernbereich des insgesamt zu untersuchenden Feldes der Creative Industries. Design ist in vielen Branchen das kreative Element schlechthin und in jedem Fall das schützenswerte geistige Eigentum, um das sich die erzeugenden wie verwertenden Bereiche scharen.

Dennoch sind gerade die Branchen Mode, Grafik und Design schwer abzugrenzen und zusammenzufassen, was eine eigenständige Betrachtung ebenso wie in ihrer Gesamtheit erschwert.

Der folgende Teil der Arbeit beschäftigt sich mit der Entwicklung des Bereichs Mode, Grafik und Design in Wien sowie mit den wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, innerhalb derer sich diese Branchen in Wien entwickelten, um so Erkenntnisse über gewisse Entwicklungstendenzen zu gewinnen. Weitere Kapitel widmen sich in Fallstudien bekannten Wiener Firmen und deren herausragenden Leistungen innerhalb der Branche sowie exemplarischen Besonderheiten und Spezifika.

Eine zusammenfassende quantitative wie qualitative Betrachtung dieses Feldes innerhalb der Creative Industries ist in ihrer Gesamtheit kaum durchführbar; zu unterschiedlich sind die Strukturen, die Anforderungen und die Möglichkeiten innerhalb der einzelnen Branchen Mode, Grafik und Design bzw. auch der einzelnen Berufe innerhalb dieser Sparten. SoftwaredesignerInnen, WerbegrafikerInnen und ModezeichnerInnen haben verschiedene Ausbildungen genossen und bewegen sich innerhalb unterschiedlicher Rahmenbedingungen. Auch die vor- bzw. nachgelagerten Bereiche unterscheiden sich gravierend voneinander.

Es erscheint daher sinnvoll, die Textil- und Bekleidungsbranche Wiens, die in sich bereits sehr heterogen ist, abstrahiert vom grafischen Bereich zu betrachten und ebenso gesondert auf Design einzugehen, im Wissen, dass diese ineinandergreifen und voneinander profitieren. Auch auf die Fotografie, die sich innerhalb der Branche vom Mode inszenierenden Beruf zu einer eigenen Kunstrichtung entwickelt hat, wird unabhängig davon eingegangen.

Im Folgenden wird ein Überblick über die groben und auch herausragenden Entwicklungen der CI-Branche Mode, Grafik, Design und Fotografie in Wien in verschiedenen Zeitabschnitten gegeben. Damit sollen anhand einer Branche die verschiedenen Einflüsse, die auf ihre Entwicklung – und damit auch auf die der gesamten CI – einwirken, exemplarisch dargestellt werden.

Die gewählten Zeitabschnitte sind inhaltlich begründet. Viele der Brüche hatten für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – und damit auch für die CI – Weltbedeutung, etwa die Jahre 1918, 1938 und 1945. In den 1970er- und 1980er-Jahren wurde trotz des fortschreitenden Niedergangs der Industrie erstmals ein Lebenszeichen der Mode in Österreich bzw. Wien erkennbar (siehe Kapitel IV.5.), Kreativbranchen erlebten einen ersten zarten Aufschwung. Die Bedeutung der letzten Jahre ergibt sich vor allem durch die vermehrte Beschäftigung mit dem Thema durch Politik und Öffentlichkeit sowie durch ein gesteigertes Konsuminteresse des Publikums bzw. der KäuferInnen und wird daher gesondert behandelt.

Mit den gewählten Zeitabschnitten ist aber auch jener Aufstieg und Niedergang der Branche nachvollziehbar, der ab Kapitel III.5. konstatiert wird.

Bevor eine Betrachtung des CI-Bereichs vorgenommen werden kann, muss die Entwicklung der Textilindustrie in Österreich beschrieben werden. Wenngleich die Textilindustrie nur zu den vorgelagerten Bereichen der Creative Industries gehört, ist durch ihre enge Verknüpfung mit der Bekleidungsindustrie und dem Modedesign eine knappe Darstellung dieses Bereichs nötig, um die Strukturen zu verstehen, innerhalb derer sich Modedesign und die vor- und nachgelagerten Bereiche in Wien entwickeln konnten und können.

IV.1. Die Entwicklung der Textilindustrie in Österreich

Österreich und insbesondere Wien galt bis zum Ersten Weltkrieg als das größte kontinentaleuropäische Textilzentrum und verzeichnete in der Textilindustrie einen Aufstieg, der jedoch nicht stetig war. Durch den Verlust der Lombardei 1859 verlor Österreich seine beherrschende Stellung in der Rohseidenproduktion Europas. Mit jedem weiteren Territorialverlust verschlechterte sich die Situation. Erst nach dem Berliner Kongress 1878 erholte sich die Textilindustrie.⁸⁵

Obwohl das Jahr 1873 der Gründerzeit, in der die österreichische Textilindustrie einen Auftrieb verzeichnete, durch den Börsenkrach und die darauffolgende Wirtschaftskrise ein Ende setzte, kräftigte sich die industrielle Struktur in den 1880er-Jahren wieder soweit, dass von einer neuen Phase der Industrialisierung gesprochen werden kann.⁸⁶ Die Baumwolltextilproduktion wurde immer wichtiger: Zuerst wurde die Einfuhr von Baumwolle verboten, später mit Zoll belegt, und erst, als Österreich selbst über eine bedeutende Baumwollindustrie verfügte⁸⁷, wurde dieser abgeschafft. Neue technologische Verfahren wurden eingeführt, und die Staatseinnahmen stiegen – vor allem aufgrund der Zolleinnahmen – enorm an.⁸⁸ Vor dem Ersten Weltkrieg waren in Österreich-Ungarn 37.000

⁸⁵ Vgl. Felber, Ulrike/ Melichar, Peter/ Priller, Markus/ Unfried, Berthold/ Weber, Fritz: Ökonomie der „Arisierung“. Teil 2: Wirtschaftssektoren, Branchen, Falldarstellungen, in: Jabloner, Clemens/ Bailer-Galanda, Brigitte/ Blimlinger, Eva/ Graf, Georg/ Knight, Robert/ Mikoletzky, Lorenz/ Perz, Bertrand/ Sandgruber, Roman/ Stuhlpfarrer, Karl/ Teichova, Alice (Hrsg.): Veröffentlichungen der Österreichischen Historikerkommission. Vermögensentzug während der NS-Zeit sowie Rückstellungen und Entschädigungen seit 1945 in Österreich. Band 10/2: Zwangsverkauf, Liquidierung und Restitution von Unternehmen in Österreich 1938 – 1960, Wien, 2004, S. 11.

⁸⁶ Vgl. Matis, Herbert und Bachinger, Karl (Hrsg.): Österreichs industrielle Entwicklung. Wien, 1973, 126ff.

⁸⁷ Anfang der 1870er-Jahre besaß Österreich 2,84 Prozent der Gesamt-Baumwollspindel-Anzahl der Welt, 1909 waren es bereits 3,77 Prozent.

⁸⁸ Vgl. Matis, a. a. o., S. 137.

Personen in 157 Baumwollspinnereien beschäftigt und versponnen 174.000 Tonnen Baumwolle.⁸⁹

Der cisleithanische Bedarf konnte im Jahr 1875 nur zu 73 Prozent gedeckt werden, 1950 betrug die einheimische Versorgung bereits 94 Prozent. Betrachtet man Österreich allerdings in den heutigen Grenzen, zeigt sich ein anderes Bild: Bereits in der Gründerzeit konnte man nicht mit den angrenzenden Ländern Deutschland und Schweiz mithalten, wozu der Verlust der Märkte Lombardei und Venetien beitrug.⁹⁰

Die Abkehr vom Liberalismus nach der Wirtschaftskrise 1873 äußerte sich in einem Sicherheitsstreben der ProduzentInnen und einer größtmöglichen Risikominderung. Ebenfalls wurden eine moderne Sozialpolitik und ein staatliches Interventionssystem aufgebaut. Nachdem 1885 der elfstündige Arbeitstag eingeführt worden war, setzte sich die Arbeiterbewegung schon bald für den 10-Stunden-Tag ein. In der gesamten Textilindustrie waren 1906 noch 59 Prozent der ArbeiterInnen über zehn Stunden beschäftigt; eine Zahl, die in den folgenden drei Jahren weiter auf 43 Prozent fiel.

Nach 1890 wurde von den Großbanken eine Verbandsbildung angestrebt, um die Investitionen zu einer höheren Effizienz zu bringen. In der Textilindustrie entstanden in Österreich zwischen 1890 und 1900 neun Kartelle, im Jahr 1909 existierten bereits 27 Kartelle (von insgesamt 120).

Der Konjunkturanstieg endete 1900, nach dem Börsencrash in den USA 1901 folgte ein kurzer Abschwung, danach kam erneut ein Aufschwung, der sich durch den sich nahenden Krieg verlangsamte und schließlich umkehrte.⁹¹

⁸⁹ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 12.

⁹⁰ Vgl. Jetschgo, Johannes: Die verpasste Chance: 1848 bis 1955, in: Chaloupek, Günther und Österreichische Industriegeschichte Linz (Hrsg.): Österreichische Industriegeschichte. Band 2. Wien, 2004, S. 167f.

⁹¹ Vgl. Matis, a. a. o., S. 138.

Ihre Standorte hatte die Textilindustrie auf Nordböhmen und Schlesien, das Wiener Becken und das Rheintal in Vorarlberg konzentriert, was auch die Trennung einzelner Produktionsstufen zur Folge hatte: Die Weberei etwa fiel nach dem Ersten Weltkrieg fast zur Gänze ans Ausland. Somit musste notgedrungen eine Anpassung erfolgen, die 1938 insofern erreicht war, als die Weberei dem Erzeugungsvolumen der Spinnerei weitgehend entsprach.⁹²

Diese Entwicklungen spiegeln sich auch in bedeutenden Textilunternehmen wider: Eines davon war die Strickwarenfabrik *Bernhard Altmann*, der eine Konfektionsabteilung angeschlossen war. Altmann expandierte Wiener Strickmode in die wichtigsten europäischen Hauptstädte, womit die Firma nicht nur der Textilindustrie, sondern auch der Modebranche zuzurechnen war. Sie hatte 1929 bereits 1.000 MitarbeiterInnen. Altmann musste nach dem „Anschluss“ in die USA auswandern, während sein Geschäft von den Nazis „arisiert“ wurde. Nach der Rückerstattung nach dem Zweiten Weltkrieg expandierte er weiter und hatte in den 1960er-Jahren über 3.000 MitarbeiterInnen, worauf jedoch ein Schrumpfungsprozess einsetzte.⁹³

Die größte Jute-Fabrik wurde 1869 von Paul Pacher von Theinburg gegründet und beschäftigte 1929 6.500 MitarbeiterInnen, 4.400 davon in Österreich. Sie wurde in *HITIAG* umbenannt und beschäftigte 1952 wieder 4.250 MitarbeiterInnen, erlebte danach aber einen Niedergang und schrumpfte zur Bedeutungslosigkeit.⁹⁴

Die Bekleidungsindustrie konzentrierte sich aufgrund der Nähe zum Absatzmarkt auf Wien. Zwar gab es einige Großunternehmen,

⁹² Vgl. Büttner, Wolfgang: Die österreichische Textilindustrie. Wien, 1952, S. 5 – 6.

⁹³ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 75.

⁹⁴ Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 177f.

beispielsweise die *Wäsche- und Miederfabrik Leopold Landeis AG*, die um 1900 2.500 MitarbeiterInnen beschäftigte; dennoch waren 88,3 Prozent der Betriebe Klein- und Kleinstbetriebe mit ein bis 20 MitarbeiterInnen.⁹⁵ Ansonsten fungierte Wien hauptsächlich als Standort für Firmenzentralen, die ihre Betriebe in Niederösterreich und Böhmen hatten. Die eigene Industriebasis bestand aus einer traditionellen Seiden-, Schal-, Textilveredelungs- und Konfektionsindustrie. Durch die Desintegration der Habsburger Monarchie wurden die altösterreichischen Betriebe schwer in Mitleidenschaft gezogen. Die Textil-Standbeine waren dem Kostendruck der Hauptstadt nicht gewachsen. Einzig das Aufkommen von Kunstseide brachte eine neue Chance. 1929 betrug die Ausfuhr von Seidenwaren 257 Mio. S, nach der Weltwirtschaftskrise mit 56 Mio. S nur mehr rund ein Fünftel.

Das bedeutendste Unternehmen im Bereich der Seidenwaren-Produktion war mit 3.000 MitarbeiterInnen die Firma *Gebrüder Schiel*, die in den 1920er-Jahren in Österreich und Europa Marktführer war, wohl auch, weil sie sich sehr bald auf zeitgemäße Vermarktung konzentriert hat: Adolf Schiel gründete 1921 die Wiener Messe und den ersten österreichischen Gewerbeverein.⁹⁶

Bereits 1890 verfügte der Handelskammerbezirk Reichenberg über mehr Spindeln zur Garnerzeugung als ganz Österreich, was einen unaufholbaren Vorsprung darstellte. Auch der Erste Weltkrieg, während dem sich die Rohstoffe extrem verknappten, und die Zeit danach, als der Absatzmarkt durch die Verkleinerung des österreichischen Territoriums schrumpfte, bewirkten eine drastische Schwächung der Branche. Zur Krise der Jahre 1914 bis 1955 trug außerdem das textilindustrielle Wachstum in Böhmen bei.⁹⁷

⁹⁵ Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 170.

⁹⁶ Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 176f.

⁹⁷ Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 168.

Vielen textilproduzierenden Betrieben gelang es jedoch, sich den neuen Umständen rasch anzupassen, indem die Anzahl der Baumwollspindeln reduziert, die Anzahl der Webstühle aber gesteigert wurde. Die österreichische Baumwollindustrie überstand auch die Weltwirtschaftskrise relativ gut: Die Produktion fiel zwar zwischen 1929 und 1933 von 23.700 t auf 18.000 t, stieg dann aber entgegen dem internationalen Trend auf 33.500 t an.⁹⁸

Auch der Erfolg der Wiener Modeindustrie war zu Beginn des 20. Jahrhunderts markant, Wien galt als internationales Modezentrum (siehe Kapitel IV.2.1.). Trotz der Schwächung durch den Zusammenbruch der Monarchie behauptete sich die Modeindustrie auch in den 1920er-Jahren. Der Anteil der exportierten Damenoberbekleidung betrug zwischen 1924 und 1930 mit einem Volumen von 30 bis 40 Mio. S 2 bis 2,5 Prozent am gesamten österreichischen Außenhandel.

Dadurch wurde dieser Industriezweig Jahre später auch für das NS-Regime interessant. Die Textil- und Bekleidungsbranche galt für das NS-Regime darüber hinaus als „von Juden beherrscht“, ihr wurde deshalb besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Es wurde – angelehnt an die Zahlen für Deutschland – angenommen, dass 70 bis 95 Prozent dieser Industrien in jüdischem Eigentum wären. Die Zahl scheint für Österreich viel zu hoch gegriffen, mit Ausnahme einiger Nischenbereiche bzw. -betriebe, in denen tatsächlich 75 Prozent der Belegschaft jüdisch waren.⁹⁹

Generell sollten die als jüdisch geltenden Betriebe die Basis für eine „Wirtschaftsrationalisierung“ bilden, sie sollten entweder „arisiert“ oder liquidiert werden. Die Betriebe sollten „grundsätzlich stillgelegt werden, sofern nicht besondere volkswirtschaftliche Gründe für die Weiterführung

⁹⁸ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 14.

⁹⁹ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 14.

in nichtjüdischem Besitz vorlagen“. Als offizieller Grund wurde Rohstoffknappheit angegeben.

Die „Arisierung“ der Textilindustrie sollte vom Reichswirtschaftsminister Walter Funk persönlich geleitet werden, tatsächlich weist aber kein Dokument auf eine derartige Durchführung hin – offenbar war die Verfügung aufgrund der großen Anzahl von „Arisierungsfällen“ unpraktikabel.¹⁰⁰

Insgesamt wurden aber im Gegensatz zu vielen anderen Branchen viel mehr Betriebe „arisiert“ als liquidiert (es wird von max. 25 Prozent ausgegangen), der geplante „Rationalisierungsprozess“ fand nur eingeschränkt statt, vermutlich aufgrund der Erwartung, dass nach dem „Anschluss“ die Wirtschaft angekurbelt würde, was sich vor allem in der Textilindustrie niederschlagen sollte.¹⁰¹

Im Textilhandel waren laut Statistiken von 3.642 Wiener Textil-Einzelhandelsgeschäften 2.630 in jüdischem Besitz, also über 70 Prozent. Diese Geschäfte waren vorwiegend klein und häufig von den „wilden Arisierungen“ nach dem Einmarsch in Österreich betroffen – viele Nationalsozialisten sahen dies als „Wiedergutmachungspraxis“ für die sogenannte „Verbotszeit“ an. Jene „wilden Ariseure“ wurden später oft nachträglich als „kommissarische Verwalter“ von jüdischen Betrieben eingesetzt, um diese Form der „Arisierungen“ zu institutionalisieren. Man geht davon aus, dass in so gut wie jedem jüdischen Betrieb ein „kommissarischer Verwalter“ eingesetzt war.¹⁰²

Durch den Zweiten Weltkrieg war die Textilindustrie schwer angeschlagen. Die immer knapper werdende Rohstoffversorgung sorgte dafür, dass nur mehr ein Teil der Textilbetriebe als solche geöffnet bleiben konnten,

¹⁰⁰ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 23.

¹⁰¹ Vgl. Priller, Markus: „Arisierungen“ in der österreichischen Textilindustrie, Wien, 2008, S. 28f.

während der Großteil auf Kriegsindustrie umgestellt wurde oder gänzlich zum Stillstand kam. Zahlreiche Arbeitskräfte mussten zum Kriegsdienst freigegeben werden.¹⁰³

Nach dem Zweiten Weltkrieg lag die Textilindustrie nahezu brach. Viele Betriebe klagten über Rohstoffmangel, da die meisten Textilien importiert werden mussten, oder waren von den Kriegshandlungen schwer beschädigt.

Ein weiterer Faktor für die Schwächung der Wiener Textilindustrie, neben der Weltwirtschaftskrise, den „Arisierungen“ nach dem „Anschluss“ an Deutschland und dem Zweiten Weltkrieg, war die darauffolgende Besatzungszeit. Der Marshallplan sah zwar für 1948 und 1949 elf Prozent des Gesamtbudgets für die Textilindustrie vor, was aber hauptsächlich Betrieben in den westlichen Zonen zugute kam.¹⁰⁴ Da die Betriebe in der russischen Zone USIA-Betriebe (nach den Initialen der russischen Bezeichnung) blieben, zog der US-amerikanische Präsident Truman das sogenannte „deutsche Eigentum“ nicht zur Wiedergutmachung heran, sondern beschloss, in der amerikanischen Zone jene Betriebe, die vormals „deutsches Eigentum“ gewesen waren, 1946 der Bundesregierung zu übergeben und somit zu verstaatlichen, um den Österreichern ein wirtschaftliches Gleichgewicht zur russischen Zone zu geben. Die Briten folgten dem amerikanischen Beispiel.¹⁰⁵ Das und die Fokussierung auf die Textilindustrie half Vorarlberg, bei den Kapazitäten in Österreich eine Führungsrolle zu übernehmen, die lange Zeit bestehen sollte.

¹⁰² Vgl. Priller, a. a. o., S. 103.

¹⁰³ Vgl. Büttner, a. a. o., S. 149.

¹⁰⁴ Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 169.

¹⁰⁵ Vgl. Dorner, Renate: Textiles Österreich. Zweite Republik. Kontraste und Parallelen. Perchtoldsdorf, 1988, S. 66-69.

Drei Wollkredite der *Bank of England* in der Höhe von 1,5 Mio. Pfund Sterling zwischen 1947 und 1950 konnten das Devisenproblem einigermaßen lösen. Der erste Marshallplan sah zwischen Mitte 1948 und Mitte 1950 31 Mio. Dollar, wie oben erwähnt 11 Prozent der Gesamtzusendungen für Österreich allein für die Textilindustrie, vor. Bis 1949 gab es etliche Betriebsneugründungen und Exportsteigerungsraten von 50 Prozent bei Baumwollwaren und 100 Prozent bei Wollwaren.¹⁰⁶

Österreich versuchte nach der Unterzeichnung des Staatsvertrags das wirtschaftliche Gleichgewicht zwischen Ost- und Westösterreich wiederherzustellen. Vor allem die Textilbetriebe in der russischen Zone waren einigermaßen benachteiligt worden.¹⁰⁷

Die Versorgung des heimischen Markts durch die Textilindustrie betrug 1955 noch 88 Prozent, fast 50 Jahre später waren es nur noch 18 Prozent bei fallender Tendenz. Ein Grund dafür lag an der generellen Ausrichtung auf die europäischen Märkte bzw. den Weltmarkt; eine Tatsache, die den Abschwung allerdings nur kurz bremste. In den 1960er-Jahren setzte eine Internationalisierung ein. 1960 trat Österreich der Europäischen Freihandelszone (EFTA) bei, was vor allem den Außenhandel stimulierte. Gleichzeitig wuchs die Konkurrenz für die heimischen Unternehmen und Industrien, die Exporte zeigten eine fallende Tendenz, worauf mit Rationalisierung, Spezialisierung, Forschung und Entwicklung reagiert wurde. Durch die Unterzeichnung mehrerer internationaler Abkommen¹⁰⁸ wurde dafür gesorgt, dass der internationale Handel und die Produktion von Textilwaren einerseits für die Entwicklungsländer hilfreich,

¹⁰⁶ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 95.

¹⁰⁷ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 69.

¹⁰⁸ Zwei Abkommen im Rahmen des GATT (General Agreement on Tariffs and Trade, Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen) 1961 und 1965, das LTA (Long-Term Agreement on International Trade in Cotton Textiles, Langzeitabkommen über den internationalen Handel mit Baumwolltextilien) 1962 sowie das MFA (Multi-Fiber Agreement on Textile and Clothing,

andererseits für die Industrieländer nicht nachteilig waren. International versuchte man, durch die Förderung der Textilindustrie als eine Art Startindustrie den Schwellenländern zu deren wirtschaftlicher Entwicklung zu verhelfen. Mit den Exporterlösen sollten hochwertigere Produktionsgüter angeschafft werden.¹⁰⁹

Insgesamt führten seit der zweiten Hälfte der 1960er-Jahre mehrere Faktoren zu Negativfolgen für den Zweiten Sektor¹¹⁰ in Wien: Die geopolitische Randlage und die relativ geschützten Märkte führten zu Investitions- und Produktivitätsdefiziten gegenüber Westösterreich und dem westlichen Ausland, die demografische Entwicklung bewirkte eine Reduktion der Arbeitskräfte, die auch durch Pendelwanderung und GastarbeiterInnen nicht ausgeglichen werden konnte. Die Verknappung innerstädtischen Baulandes – auf die von Niederösterreich und dem Burgenlandes mit einer aktiven Ansiedlungspolitik reagiert wurde – ergab ebenfalls eine starke industrielle Abwanderung. Die Zahl der Arbeitsstätten im Zweiten Sektor fiel zwischen der Arbeitsstättenzählung 1964 und 1973 um ein Drittel, die Beschäftigtenzahl um ein Viertel. Im Bekleidungsgewerbe wurde die Anzahl der Betriebe mit bis zu neun unselbstständig Beschäftigten halbiert, ebenfalls der Beschäftigtenstand. Vor allem traf diese Entwicklung in Wien die KMU, da diese mit der überlegenen, industriellen Massenanfertigung zu kleineren Preisen nicht mithalten konnten. In Bereichen, in denen keine besonders qualifizierten Arbeitskräfte notwendig waren, erfolgte aufgrund des dort herrschenden niedrigen Lohnniveaus häufig eine Abwanderung in die benachbarten

Mehrfachfaserabkommen über Textil und Bekleidung, auch ATC – Agreement on Textile and Clothing - genannt) 1974.

¹⁰⁹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 88-97.

¹¹⁰ Als Zweiter Sektor oder Sekundärsektor wird – der volkswirtschaftlichen Theorie des Drei-Sektoren-Modells entsprechend – der produktionsverarbeitende Sektor bezeichnet. Der Erste Sektor oder Primärsektor ist der rohstoffgewinnende Sektor, der Dritte Sektor oder Tertiärsektor der Dienstleistungssektor.

Bundesländer.¹¹¹ Immer mehr Produktionsschritte wurden in der Folge aus Wien ausgelagert. Innerösterreichisch verschob sich der Schwerpunkt von der Bundeshauptstadt in die Bundesländer, vor allem nach Westösterreich. Dies hatte Auswirkungen auf die gesamte Branche und war der Beginn einer Textilclusterbildung in Vorarlberg bzw. Tirol.

Zwar herrschte in Österreich kein Mangel an technischer Innovation, dennoch war langfristig der Niedergang dieser Industrie in den USA und Westeuropa nicht zu stoppen. Die Lohnvorteile in den Billiglohnländern sowie wirtschaftspolitische Lenkungsmaßnahmen ermöglichen Produktpreise, denen die industrialisierte Welt konkurrenzlos gegenüberstand und immer noch steht.

In Österreich war durch eine höhere Investitionsbereitschaft und mehr Beweglichkeit im modischen Anpassungsprozess die Situation nicht so gravierend wie etwa in England, wo die letzte Baumwollspinnerei bereits Anfang dieses Jahrhunderts geschlossen worden war. Doch auch hierzulande wurden seit den 1970er-Jahren drei Viertel der bedeutenden Textilunternehmen – zumeist durch Konkurs – liquidiert, obwohl sie einen hervorragenden Ruf genossen.¹¹²

Anfang der 1970er-Jahre war die österreichische Strick- und Wirkwarenindustrie mit 22.000 Personen, die sich auf 207 Betriebe aufteilten, die beschäftigungsintensivste Sparte der Textilindustrie. Es gab weiters 660 handwerkliche Betriebe, die 5.600 Leute beschäftigten.

Trotz neuester Technologie und hoher Investitionen musste jedoch auch dieser Zweig mehr und mehr Einbußen hinnehmen. Der Import von

¹¹¹ Vgl. Meißl, Gerhard: Arbeitsort Wien. Die Entwicklung der Wiener Wirtschaft nach 1945 aus dem Blickwinkel der Betriebs- und Arbeitsstättenzählungen, in: Schmee, Josef/ Weigl, Andreas (Hrsg.): Wiener Wirtschaft 1945 – 1998. Geschichte – Entwicklungslinien – Perspektiven, Wien, 1999, S. 26ff.

¹¹² Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 261ff.

Billigstrumpfhosen hatte Massenentlassungen und Produktionsrückgänge zur Folge. Aber nicht nur die Konkurrenz trug zu dieser unzulänglichen Performance bei. Im Jahr 1973 wurden die Mehrwertsteuer eingeführt und der Schilling aufgewertet. Die verkürzten Arbeitszeiten – ab 1973 wurde schrittweise die 40-Stunden-Woche eingeführt – bedeuteten vor allem für die Textilindustrie einen Einschnitt, da die ArbeiterInnen in Akkordsystemen beschäftigt waren und deren Änderung massive Investitionen erforderte. Für die Wirtschaft bedeutete dies in jedem Fall enorme Kosten – die an die KonsumentInnen weiter gegeben wurden.

Weiters trugen die Ölkrisen in den Jahren 1973, 1975 und 1979 massiv zu dieser Krise bei.¹¹³

Dennoch ist festzuhalten, dass gerade in den 1970er-Jahren in Österreich durch eine offensive Wirtschaftspolitik Vollbeschäftigung herrschte und die nur spärlich bzw. spät vorhandene Bereitschaft der Branche zur Weiterentwicklung wohl mit ein Grund für deren Niedergang war. Bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts war die Textilindustrie der führende Industriezweig Österreichs mit den meisten Beschäftigten, 1956 waren es noch ca. 80.000. In den 1970er-Jahren wurde die Textilindustrie in diesem Rang von der Maschinen-, Elektro-, Fahrzeug- und chemischen Industrie abgelöst, vor allem auch, weil jene Industrien höhere Qualifikationen und eine höhere Technologisierung voraussetzen und daher vermehrt in diese Branchen investiert wurde.¹¹⁴

Obwohl der signifikante Niedergang der Textil- und Bekleidungsbranche in wirtschaftlicher Hinsicht wie auch bei der Beschäftigtenzahl eklatant war, wehrte man sich in vielen Betrieben noch dagegen. Die Bekleidungs- und

¹¹³ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 157ff.

¹¹⁴ Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 261.

Textilindustrie investierte, um auf dem technisch neuesten Stand zu bleiben, und das Wirtschaftsministerium unterstützte¹¹⁵ die Branche.¹¹⁶

Der Abstieg der Textil- und Bekleidungsindustrie war indes nicht aufzuhalten. 1986 lagen die Insolvenzen in der Textilwirtschaft nach der Bauwirtschaft mit 138 Verfahren auf Platz zwei in Österreich. Auf den Insolvenzlisten fanden sich bekannte und erfolgreiche Unternehmen, die Großinsolvenzen zwischen 1970 und 1986 betrafen unter anderem *Bernhard Altmann*, *P. M. Glaser*, *Arwa Strümpfe*, *Wollfix-L. Bekássy*, *Julius Ott*, *Exi-Sportbekleidung*, *Vereinigte Färbereien Vöslau*, *WIDAMO Dr. Ernst Kucera* und *SIWAG Großkonfektion*.¹¹⁷

1986 wurde schließlich erstmals mehr Kleidung importiert als exportiert, weswegen die Textil- und Bekleidungsfabrikanten neue Exportregionen – vor allem in Asien – akquirieren wollten. Da aber dennoch der westeuropäische Markt für den Export bedeutender war, wollte die Textilindustrie mit Nachdruck Mitglied in der EG werden.¹¹⁸

Vor allem nach dem Fall des Eisernen Vorhang fiel die Zahl der Beschäftigten dramatisch und lag im Jahr 2004 nur mehr bei 9.400 – davon waren 2.000 Personen in der chemischen Reinigung und in Wäschereien tätig, 1.927 bei der Firma *Triumph*, dem mit Abstand größten Unternehmen dieser Branche.

In Österreich verblieben statt einiger größerer Betriebe EinzelunternehmerInnen, die sich durch hohe modische Kompetenz, präzise Ausrichtung auf Nischen und sehr hohe und kapitalintensive Produktion auszeichnen.¹¹⁹

¹¹⁵ Etwa kam es im Jahr 1980 zu einer Textil- und Bekleidungsförderungsaktion von 950 Mio. ÖS, die auch 1981 fortgesetzt wurde.

¹¹⁶ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 217.

¹¹⁷ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 177.

¹¹⁸ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 208ff.

¹¹⁹ Vgl. Jetschgo, a. a. o., S. 264ff.

Im europäischen Raum liegt die Investitionsquote in der Textilindustrie gerade einmal bei rund zwei Prozent des Umsatzes, was auch an der internationalen Handelspolitik liegt, die im Rahmen der WTO den letzten Liberalisierungsschritt im Rahmen des Textilhandels setzte. Durch den Wegfall von Quoten bestreitet China allein rund 50 Prozent des Welttextilexports.

Die Textilindustrie spielt in westlichen Industriestaaten so gut wie keine Rolle mehr, einen Aufholprozess in Gang zu setzen wäre sinnlos, zu groß ist die weltweite Konkurrenz. Bedarf gibt es nach wie vor im Qualitäts- bzw. Luxussegment, die industrielle Herstellung von Textilien wird aber immer mehr in anderen Regionen stattfinden.

IV.2. Vom Fin de Siècle bis 1918 – KünstlerInnen und

Mäzenatentum

Wien wurde zwischen 1897 und 1918 als „Kristallisationspunkt der Moderne“ bezeichnet. Die Stadt war neben ihrer politischen wie wirtschaftlichen Bedeutung durch ihre „multikulturelle“ Bevölkerung¹²⁰ ein „Melting Pot“ und neben Paris und London auch eine wichtige Metropole des alten Europas, die viele Menschen anzog. Die Bevölkerung wuchs zwischen 1869 und 1910 von 890.000 auf über 2 Mio. Menschen an – ein Zuwachs, der vor allem durch den Industrialisierungsschub Ende des 19. Jahrhunderts begünstigt wurde. Die gesamte österreichisch-ungarische Monarchie umfasste 50 Mio. Menschen aus 15 verschiedenen Nationen und wurde vom Langzeitregenten Kaiser Franz Joseph I. sowie einem großen und mächtigen Verwaltungsapparat geführt.

Gute Verkehrsanbindungen, ein großes Arbeitskräfteangebot, Wien als Finanzzentrum und Haupt- sowie Residenzstadt der Monarchie sorgten für einen „Boom“. Ab 1896 kam es zu einer Zeit des langen Aufschwungs, der auch als „Zweite Gründerzeit“ bezeichnet wird. Mit den ersten Autos zog der Luxus in die Stadt ein, die ersten Kinos entstanden und eine kleine Tourismuswelle fand statt.

Die Konfliktlinien innerhalb der Wiener Gesellschaft verliefen vor allem zwischen den sozialen Klassen. Der Liberalismus mit all seinen den ArbeiterInnen gegenüber diskriminierenden Ausprägungen war in voller Blüte, es organisierten sich dann auch die ArbeiterInnen: Gewerkschaften entstanden und die Sozialdemokratie wurde gegründet. Insgesamt war die Organisation in Parteien, Gewerkschaften, Vereinen, Genossenschaften,

¹²⁰ Viele KünstlerInnen bzw. ihre Elternteile stammten aus den Kronländern Böhmen und Mähren, wie beispielsweise Gustav Klimt, Josef Hoffmann, Karl Kraus, Arnold Schönberg und Adolf Loos.

Verbänden oder Bündeln zu dieser Zeit prägend für die Gesellschaft. Dadurch kam es auch zur Ausbildung des Kollektivvertragswesens, das zu einer Gleichberechtigung von ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen führen sollte und eine Reihe von sozialpolitischen Initiativen mit sich brachte.

Die gesellschaftlichen Strömungen im Wiener Fin de Siècle werden vor allem im Kapitel II.2.1. der vorliegenden Arbeit behandelt.

Die Konzentration sämtlicher Ressourcen wurde auf die Reichshauptstadt Wien verlagert; trotz aller Probleme die eine Metropole wie Wien damals hatte (unter anderem was die Hygiene und soziale Infrastruktur betraf), stand sie dennoch sehr gut da, vor allem, was die Rahmenbedingungen für wirtschaftliche Entwicklung betraf. Durch Petroleum, Stadtgas und Elektrizität wurden sowohl die Maschinen als auch die Arbeitsabläufe flexibler – die Fließbandarbeit entstand und damit neue Großunternehmen. Es kam zu einer engen Verflechtung von Banken, Unternehmen, Industrie und Staat. Auf die Vernetzung, Konzentration und Monopolisierung vor allem der Elektrizitätsindustrie reagierte die Politik mit Verstaatlichung und Kommunalisierung als scheinbar einziger Möglichkeit, einen Machtausgleich zu schaffen. Die KMU entgegneten diesen neuen Entwicklungen mit Rationalisierung und Dezentralisierung. Für die ArbeiterInnen führte das neu entstandene künstliche Licht zu neuen Freiheiten und neuen Konsumgewohnheiten.

Auch die Informationsinfrastruktur wurde zu dieser Zeit auf- und ausgebaut. Die Informationsströme nutzte vorerst hauptsächlich das Militär, die Telegrafen und die Möglichkeit der Korrespondenz veränderten dann aber sehr rasch das Wirtschafts- und Alltagsleben – vor allem auch durch die steigende Beliebtheit und die verstärkte Nutzung des Fahrrads für den Postverkehr (rund 80.000 Fahrräder waren im Wien des Fin de Siècle unterwegs). Durch das Entstehen der professionellen Büroarbeit, bald mithilfe von mechanischen Hilfsmitteln, entstanden neue Berufsbilder

und damit eine neue soziale Schicht, die Angestellten. Der Dienstleistungssektor wuchs rasch an und beschleunigte bzw. differenzierte sich durch die Industrialisierung.¹²¹

Die Zeit des Wirtschaftsaufschwungs war mit Beginn des Ersten Weltkriegs zu Ende. Die Folgen waren vor allem ein massiver Arbeitskräfteausfall, der erst spät durch die Frauen aufgefangen und zwischenzeitlich auch durch Kinder-Ersatzarbeit, später durch Kriegsgefangene erledigt wurde, hohe Kosten und ein Mangel an Nahrung, sowie große Flüchtlingsströme. Am Ende stand ein zerfallenes, ehemaliges Großreich.

Künstlerische Strömungen

Die Bildende Kunst, aus der heraus sich in dieser Zeit Mode und Design entwickelten, war in Wien bis ins späte 19. Jahrhundert hinein vom Gründerzeitstil geprägt. Dieser Malstil wurde von der *Genossenschaft der Bildenden Künstler*, die das *Künstlerhaus* am Wiener Karlsplatz betrieb, repräsentiert. Die Organisation fungierte gleichsam als „Kammer“ der Bildenden KünstlerInnen in Wien, und spielte bei der Vermittlung staatlicher Aufträge eine zentrale Rolle.

Ein wesentlicher Ausgangspunkt der Wiener Moderne ist im Bereich der freien und angewandten Künste in den Jahren 1897 bis 1899 zu finden. 1897 trat Gustav Klimt gemeinsam mit Carl Moll, Koloman (auch Kolo) Moser, Otto Wagner, Josef Engelhart und Joseph Maria Olbrich¹²² aus der

¹²¹ Vgl. Sandgruber, Roman: Ökonomie und Politik. Österreichische Wirtschaftsgeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Wien, 1995, S. 274ff.

¹²² Joseph Maria Olbrich schuf das Secessionsgebäude, das 1898 eröffnet wurde – bereits der Bau war ein Skandal und wurde öffentlich heftig diskutiert.

Künstlerhausgenossenschaft aus, gründete die *Secession* und verkündete „Ver Sacrum“, den „Heiligen Frühling“, was einen Umbruch darstellen sollte. Die gleichnamige Zeitschrift war hinsichtlich des Grafik-Designs eine bahnbrechende, international beachtete Publikation und wurde zum Sprachrohr der Gruppe.¹²³

Bei der Pariser Weltausstellung 1900 war die Wiener *Secession* der Stilentwicklung anderer Staaten überlegen. Mit der Gründung der *Wiener Werkstätte* 1903 setzten sich diese Bestrebungen sowie der Wiener Geschmack endgültig durch, und Wiener Produkte fanden auch international sehr hohe Beachtung.¹²⁴

Die SecessionistInnen strebten vor allem nach Erneuerungen gegenüber dem historisierenden Gründerzeitstil, der Gleichberechtigung des Kunsthandwerks gegenüber den traditionellen freien Künsten sowie der Durchdringung des gesamten Lebensbereichs mit Kunst.¹²⁵ Für Kunstsparten wie Mode und Design bedeutete dies eine enorme Aufwertung, was Vernetzungs-, Verkaufs- und Vermarktungsmöglichkeiten betraf.

Zugleich ging es um gesellschaftliche Neuerungen und Bestrebungen, damals Unkonventionelles durchzusetzen. So fand etwa die erste ausschließliche Frauenausstellung 1910 in der Wiener *Secession* statt. Die *Vereinigung bildender Künstlerinnen* zeigte 317 Arbeiten vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart.¹²⁶

¹²³ Vgl. Nebehay, Christian M.: Gustav Klimt. Sein Leben nach zeitgenössischen Berichten und Quellen, Wien 1969, S. 86ff; Denscher, Barbara (Hrsg.): Kunst und Kultur in Österreich. Das 20. Jahrhundert, Wien, 1999, S. 43; Brandstätter, Christian: Design der Wiener Werkstätte. 1903 – 1932, Wien, 2003, S. 7.

¹²⁴ Vgl. Kaut, a. a. o., S. 110ff.

¹²⁵ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 7.

¹²⁶ Vgl. Denscher, Barbara: Kunst & Kultur in Österreich. Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999, S. 43.

Die Kunst, die durch die SecessionistInnen und einzelne KünstlerInnen wie Gustav Klimt oder Egon Schiele nun – auch im internationalen Kontext – frisch, neu und kontroversiell war, rückte in die öffentliche Diskussion. Gefördert wurde die neue Richtung außerdem von KunstkritikerInnen und FeuilletonistInnen, wie etwa Ludwig Hevesi, der sich für zeitgenössische Kunst einsetzte und ein besonderes Faible für Gustav Klimt hatte, oder der Journalistin und Mäzenin Berta Zuckermandl.¹²⁷ Für die bürgerliche Klientel der SecessionistInnen bedeutete die neue Kunstauffassung eine wichtige Möglichkeit, ihren Lebensstil auszudrücken und sich dadurch vom Rest der Gesellschaft abzuheben. Es wurden fortan nicht nur Porträts gemalt und Häuser entworfen bzw. gebaut, sondern auch Kleidung geschneidert und Wohnungen komplett eingerichtet. Diese Klientel konnte sich mit der Avantgarde der Kunst verbünden und durch die neuen Möglichkeiten, welche die Kunst bot, Teil davon werden. Für die KünstlerInnen wiederum bedeutete diese Entwicklung in der Folge eine starke Verbindung mit den MäzenInnen und dadurch auch mit deren Kapital. Sie verkehrten im selben gesellschaftlichen Umfeld und wurden Teil davon.

Gustav Klimt betrachtete die KunstkäuferInnen, Kunst-KonsumentInnen bzw. Kunst-„Genießenden“ ebenfalls als KünstlerInnen, wenngleich er damit vorwiegend seine internationalen KundInnen meinte und die WienerInnen zum Großteil aus dieser Gruppe ausschloss. Der Kreis der KonsumentInnen war klein und eng, er beschränkte sich auf eine kleine Gruppe der Wiener „Haute Bourgeoisie“, vor allem Teile der assimilierten „Haute Juiverie“, die als „Entrepreneure“ in Industrie, Handel und Finanz und als FreiberuflerInnen ab Mitte des 19. Jahrhunderts reich geworden waren.¹²⁸ Reich zu sein bedeutete aber nicht, gesellschaftlich gleichberechtigt mit der Aristokratie zu sein. Somit mussten sich die Industriellen und Bürgerlichen mit Kunst umgeben, um in der Gesellschaft

¹²⁷ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 42.

¹²⁸ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 10.

ihren Status zu sichern, und zwischen KünstlerInnen und MäzenInnen entstand eine fast symbiotische Beziehung.

Ein wichtiger Schritt für die *Secession* wurde 1899 gesetzt, als die Kunstgewerbeschule des *k. k. Österreichischen Museums für Kunst und Industrie* die Ernennung des Secessionsmitglieds Felician von Myrbach zum Leiter der Schule veranlasste und im selben Jahr Josef Hoffmann und Kolo Moser zu Leitern von Fachklassen machte.¹²⁹ Oskar Kokoschka und Egon Schiele erhielten dadurch erste Aufträge bzw. Ausstellungen.¹³⁰

Die Kunstgewerbeschule wurde somit zum wichtigsten Ort des KünstlerInnennachwuchses in Wien, und auch die *Wiener Werkstätte* (siehe Kapitel IV.2.3.) rekrutierte über zwanzig Jahre lang ihre MitarbeiterInnen aus den AbsolventInnen dieser Einrichtung.¹³¹

Diese Entwicklung führte auch dazu, dass es nach der Wiener Kunstschau 1908 in der zuständigen Verwaltung zu einem Umschwung kam: Das Museum für Kunst und Industrie, die Kunstgewerbeschule und die kunstgewerblichen Fachschulen der Monarchie wurden aus dem Unterrichtsministerium ausgegliedert und dem Ministerium für öffentliche Arbeiten unterstellt. Eine der ersten Aktivitäten waren Ankäufe aus der Kunstschau, die vorwiegend im Stil der *Wiener Werkstätte* bzw. der SchülerInnen Josef Hoffmanns und Kolo Mosers gefertigt waren. Damit kamen auf Anordnung des Ministeriums Arbeiten der *Wiener Werkstätte* ins Museum, zu einer Zeit, als Arthur Scala noch Direktor war, der die *Wiener Werkstätte* und alles, was damit zusammenhing, völlig negiert

¹²⁹ Die Ausbildungssituation wie auch die Lehrkräfte im Bereich von Kunst und Kultur sind ebenfalls ein Faktor für die Entwicklung der Creative Industries an einem Standort, findet aber in der vorliegenden Arbeit keine Berücksichtigung, da die Ausbildung an einem bestimmten Standort nicht in direktem Zusammenhang mit ökonomischem Erfolg an selbigem steht. Zweifelsohne ist es aber so, dass von einer Ausbildung mit erfolgreichen KünstlerInnen der Nachwuchs in kreativer Hinsicht enorm profitieren kann, wie auch von den Netzwerken, die die KünstlerInnen mitbringen.

¹³⁰ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 8.

¹³¹ Vgl. Schweiger, Werner J.: Meisterwerke der Wiener Werkstätte: Kunst und Handwerk. Wien, 1990, S. 5.

hatte.¹³² Im Zuge der großen Beachtung des Kunsthandwerks gründeten Michael Powolny und Bertold Löffler 1906 die Werkstätte *Wiener Keramik*¹³³, die ihre Produkte ab 1907 über die *Wiener Werkstätte* verkaufte.¹³⁴

IV.2.1. Mode

Das Feld Mode, Grafik und Design war im Fin de Siècle in Wien aus künstlerischer wie auch wirtschaftlicher Sicht wichtig. Insgesamt bot die Bekleidungsindustrie um 1890 rund 15 Prozent der WienerInnen Arbeit.¹³⁵ In der Mode war Wien führend, in den europäischen Hauptstädten imitierte man den Stil und war sowohl vom Design als auch von der Qualität der Wiener Produkte begeistert. So gab es in Wien schon damals einige Initiativen, um die Mode und Wien als Modezentrum zu bewerben: Bereits 1887 wurde die Zeitschrift *Wiener Mode* von der Wiener Verlagsgesellschaft *Colbert & Ziegler* gegründet.¹³⁶ Die grundsätzliche Intention des Blattes war, die heimische Mode zu fördern, zu propagieren und das Spezifische daran zu betonen. Die *Wiener Mode* erschien zwischen 1888 und 1955 zweimal monatlich und veröffentlichte Modeberichterstattungen, Kosmetiktips, Ratschläge für Haus und Garten, Kochrezepte, Handarbeitsvorlagen, Kindermode, Romane, Noten und aktuelle Frauenthemen.¹³⁷

Ebenfalls 1888 wurde der *Wiener Modeclub* auf Anregung des Schneiders Johann Masanek als Abteilung der Genossenschaft der Kleidermacher

¹³² Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 11.

¹³³ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 29.

¹³⁴ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 26.

¹³⁵ Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 311.

¹³⁶ Vgl. Tomiczek, Herbert: 200 Jahre Mode in Wien. Wien, 1976, S. 25.

¹³⁷ Vgl. Karner, Regina: Wiener Damenmode im Fin de Siècle. Wien, 1994, S. 2.

Wiens gegründet. Der *Wiener Modeclub* setzte sich den Zusammenschluss aller Modegewerbe sowie die Verbesserung der Kleidung in ästhetischer und praktischer Hinsicht zum Ziel. 1890 fand die erste Ausstellung dieser Vereinigung statt, 1892 beteiligte sich der *Wiener Modeclub* an der Internationalen Theater- und Musikausstellung in Wien. Nach mehreren kleineren Ausstellungen im Jahr 1894¹³⁸ fand die erste große, selbstständige Modeausstellung 1895 in Wien statt. Man bediente sich dafür der Blumensäule der k. k. Gartenbaugesellschaft, 32 SchneidermeisterInnen beteiligten sich daran.¹³⁹

1909 fand eine Jubiläums- und Modeausstellung statt, im selben Jahr außerdem ein Wettbewerb des Jung-Wiener Modekomitees. Die mitwirkenden KünstlerInnen waren Otto Friedrich Lendecke, Dagobert Peche (der spätere Partner von Josef Hoffmann in der *Wiener Werkstätte*), Oswald Roux, Heinrich Rauchinger, Max Snischek und Eduard Josef Wimmer-Wisgrill sowie zahlreiche KunstgewerbeschülerInnen.¹⁴⁰

Am Markt etablierten sich vor dem Ersten Weltkrieg drei Strömungen der Mode:

- die avantgardistische „Wiener Mode“;
- die englischen und französischen Abteilungen in den großen Modehäusern;
- die ersten industriell gefertigten Modeartikel, die nunmehr für breitere Massen erschwinglich wurden.

Die eigentliche „Wiener Mode“ entstand um 1900 in Intellektuellen- und Künstlerkreisen. Die Entwicklung und der Erfolg der „Wiener Mode“ waren

¹³⁸ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 25.

¹³⁹ Vgl. Karner, a. a. o., S. 7.

¹⁴⁰ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 26f.

dem Geist der Moderne zuzuschreiben. Die in allen europäischen Staaten spürbare Bewegung gegen den historisierenden Stil war auch in Wien nicht aufzuhalten. Nach der jahrzehntelangen Nachahmung der internationalen Mode (vor allem in Paris) setzte sich wieder der österreichische Charakter in der Kunst durch. Die neue Kunstform verbreitete sich bis in die kleinsten Gebrauchsgegenstände und somit auch bis in die Kleidung.¹⁴¹ Die DesignerInnen der „Wiener Mode“ erfanden – als Gegenreaktion zur Pariser Mode – das Reformkleid.

Wichtig dafür war die Gründung der *Secession*. Deren Bestrebungen nach der Gleichberechtigung des Kunsthandwerks gegenüber den traditionellen Freien Künsten und der Durchdringung des gesamten Lebensbereichs mit Kunst bedeutete insbesondere für Mode und Design eine deutliche Aufwertung.

Neue Inspirationen für KünstlerInnen und DesignerInnen lagen in den erotischen Wunschbildern und veränderten Vorstellungen weiblicher Schönheit. Gerade die Frauenbilder Klimts versuchten, den Zwiespalt zwischen Kunst und Leben zu überspielen – Klimt ließ damenhafte Würde und sexuelle Verfügbarkeit fließend ineinander übergehen. Der weibliche Körper entsprach im Fin de Siècle einem Schmuckobjekt, das von der profitorientierten Bekleidungsindustrie erotisch stilisiert wurde.

Die *Wiener Werkstätte*, die 1903 gegründet wurde, bot diese Art der Mode an. Wie in allen Zentren des *Jugendstils* arbeiteten KünstlerInnen und SchneiderInnen zusammen, was die Mode bis nach dem Ersten Weltkrieg prägte.¹⁴²

Zum Entstehen der „Wiener Mode“ trugen auch die verschiedenen kulturellen Strömungen bei, die sich damals aus allen Teilen der

¹⁴¹ Vgl. Kaut, Hubert: Modeblätter aus Wien. Mode und Tracht von 1770 bis 1914. Wien, 1970, S. 109.

¹⁴² Vgl. Buxbaum, Gerda: Die Frau als Blüte, in: Buxbaum, a. a. o., S. 14; Kaut, a. a. o., S. 110ff; Tomiczek, a. a. o., S. 26.

Monarchie in Wien versammelten und sich derart veränderten, dass sie zu einem neuen Ganzen verschmolzen wurden. Diese Eigenart setzte sich in der „Wiener Mode“ bis zum heutigen Tag fort – immer wieder wurden Trends von anderen aufgenommen, modifiziert, umgeformt, verändert und den lokalen Gegebenheiten angeglichen.

Wem der neue Wiener Stil zu avantgardistisch war, der konnte sich an den Geschmack der damaligen Zeit anpassen, der sich in der Tagesmode an England und in der Abendmode an Paris orientierte. Diesem Modetrend entsprechend richteten die Top-Modehäuser Wiens englische und französische Abteilungen ein. Zu den bekanntesten ModeanbieterInnen zählten:

- das Modehaus *Böhlinger & Huber* (geöffnet von 1839 bis 1959), das Seidenwaren und Damenkonfektion führte, seit 1897 k. k. Hoflieferant und in Wien Tuchlauben ansässig war;
- das Modehaus von Caroline Breyer, von 1895/96 bis 1907 in Wien und von Kaiserin Elisabeth sehr geschätzt, dadurch auch k. u. k. Hoflieferantin;
- Christoph Drecolts Haute Couture-Salon, ein Designer aus Hamburg und eine der schillernden Figuren der Wiener Modebranche, der neben der Kaiserin Kundinnen aus der Aristokratie, der Diplomatie, dem Großbürgertum und dem Theater hatte;
- der Haute Couture-Salon von Heinrich Grünbaum (geöffnet von 1906 bis 1936); Grünbaum war k. k. Hoflieferant und Erzherzoglicher Kammerlieferant, hatte einen Damen- und Herrensalon sowie ein Pelzwarengeschäft;
- der Haute Couture Salon von Heinrich Grünzweig (geöffnet von 1880 bis 1938);

-
- das Geschäft von Louis und Hermine Laufer, deren Modesalon von 1883 bis 1929 geöffnet hatte; die beiden waren k. u. k. HoflieferantInnen und statteten Kaiserin Elisabeth aus;
 - der Haute Couture-Salon *G. & E. Spitzer* (geöffnet von 1873 bis 1932) war ab 1899 in Wien tätig; Spitzer war k. k. Hoflieferant und ebenfalls für die Kaiserin sowie die Aristokratie tätig;
 - der *Maison S. Ungar Haute Couture-Salon* (geöffnet 1905 bis 1938); Ungar war ebenfalls k. u. k. Hoflieferant;
 - der Modesalon *Schwestern Flöge* von Emilie und Helene Flöge in der Mariahilfer Straße (geöffnet von 1904 bis 1938), der vom Stil Gustav Klimts und der *Wiener Werkstätte* beeinflusst war. Am Höhepunkt waren bis zu 80 Schneiderinnen beschäftigt, das Verkaufslokal war von Josef Hoffmann designt und eingerichtet worden.¹⁴³

Wien fand international mit seiner Mode wieder hohe Anerkennung, die Haute Couture-Häuser genossen Weltruf.¹⁴⁴ In Sachen Mode versuchte sich Wien durch maßvolles Design von Paris abzugrenzen; die Pelzmode erlebte einen Aufschwung.¹⁴⁵ Auch Spezialkaufhäuser (siehe Kapitel IV.3.) erfreuten sich großer Bekanntheit und Beliebtheit:

- das *Spezialkaufhaus Herzmansky* (seit 1863, später *Gerngroß*), das Kleidung und Accessoires verkaufte sowie eine eigene Stoffabteilung führte;
- *Riedel & Beutel* (1872 bis 1897) als erstes großes Braut-, Damen- und Kinderwäschegeschäft;

¹⁴³ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 20.

¹⁴⁴ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 26.

¹⁴⁵ Vgl. Kaut, a. a. o., S. 112f.

- *Ludwig Zwieback & Bruder* (1890 bis 1933), das ebenfalls Konfektionsmode führte, weiters wurde in einem Atelier Maßkleidung gefertigt und angeboten;
- *Louis Modern & Sohn* (1893 bis 1933), das Damen- und Kinderkleidung sowie Brautmoden anbot;
- *Källner & Weigner* führte Mode- und Strickwaren;
- *Jungmann & Neffe* (1894 bis 1925), bekannt für hochwertige Stoffe.¹⁴⁶

Angesichts langsam steigender Reallöhne wurde Mode auch für die breite Masse interessant. Das Korsett – wenn auch von minderer Qualität – wurde für die Arbeiterinnen erschwinglich. Eine in der Fabrik arbeitende Korsettnäherin verdiente um 1906 für zehn Stunden Arbeit ungefähr den Kaufpreis für ein Korsett – während 1865 ein Korsett noch einen Wochenlohn gekostet hatte, war es jetzt nur mehr ein Tageslohn. So konnten sich die Arbeiterinnen gerade im Gebrauch dieses einschnürenden Kleidungsstückes an den höheren Ständen der Gesellschaft orientieren.¹⁴⁷

Knapp vor dem Ersten Weltkrieg, um 1910, spielte die Mode eine dominierende Rolle in der und für die Gesellschaft, im Gegensatz zum kulturellen Angebot, das hauptsächlich als Zeitvertreib gesehen wurde. Diese dominierende Rolle schlug sich auch in den Beschäftigtenzahlen nieder: In Wien arbeiteten um 1910 rund 12 Prozent der Beschäftigten in Branchen, die ausschließlich oder größtenteils Luxusgüter erzeugten. In Berlin waren es ca. sechs, in Budapest vier Prozent.¹⁴⁸

¹⁴⁶ Vgl. Karner a. a. o., S. 3f.

¹⁴⁷ Vgl. Karner, a. a. o., S. 3f; und vgl. Wolf, Andrea: Wandel und Beharrung. Aspekte zum Leben im Zeitalter des Historismus in Österreich, Wien, 1996, S. 131f.

¹⁴⁸ Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 77.

Der Individualismus setzte sich bereits in ersten Zügen durch, das Schneiderhandwerk wurde zu dieser Zeit stark aufgewertet, indem Modelle verändert, eigene Designs entworfen und jedes Stück als eine „Schöpfung“ betrachtet wurde. Doch die individuelle Mode war teuer in der Herstellung: Die Materialkosten hatten sich stark erhöht und auch die „Idee“ dahinter, das Design, musste bezahlt werden. Die Produktion der großen Häuser ging in der Folge zurück, und die mittleren Salons waren mit Aufträgen ausgebucht. Der Trend ging zur Hausschneiderin, die es verstand, den individuellen Stil der Trägerin zu erfassen und perfekt passende, aber erschwingliche Kleider zu schneiden.¹⁴⁹

Wie in allen Zentren des Jugendstils arbeiteten KünstlerInnen und SchneiderInnen eng zusammen, und die gemeinsamen Bemühungen prägten die Mode auch nach dem Ersten Weltkrieg.¹⁵⁰ Derartige Zusammenschlüsse waren zu dieser Zeit gängig: Die SecessionistInnen gründeten sich wie erwähnt 1897, der Hagenbund im Jahr 1899¹⁵¹ und die Neukunstgruppe rund um Egon Schiele 1909¹⁵². 1912 gründete Josef Hoffmann den *Österreichischen Werkbund*.¹⁵³ Ein Grund für derartige Zusammenschlüsse war nicht nur die exzentrische Art der KünstlerInnen, die sich oft in dogmatischen Grundsatzdiskussionen äußerte, sondern auch die Förderung von Künstlergruppen seitens des Staats.

Der Erste Weltkrieg stellte für die „Wiener Mode“ eine geringere Zäsur dar als der Zweite (siehe Kapitel IV.3.1.). Dennoch bedeutete auch der Erste Weltkrieg einen starken Einschnitt, da es zu einem Bruch für das Großbürgertum kam, was sein Ansehen und Kapital betraf.

¹⁴⁹ Vgl. Modeblätter, a. a. o., S. 116.

¹⁵⁰ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 26.

¹⁵¹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 13.

¹⁵² Vgl. Denscher, a. a. o., S. 40f.

¹⁵³ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 51.

Weil man in dieser Zeit keine ausländischen Modelle erwerben konnte, musste der heimische Markt für einige Jahre noch stärker mit inländischer Mode versorgt werden. 1915 wurde die *Wiener Modegesellschaft* gegründet, im Wiener Konzerthaus fand eine große Modenschau statt, die anschließend auch in Berlin gezeigt wurde. Ergänzend dazu gab es auch Materialschauen, und ein Modellhaus wurde am Graben geschaffen. Das Modistengewerbe trat der *Wiener Modegesellschaft* bei, die wiederum ein Propagandakomitee für österreichische Edelarbeit gründete. Nach Kriegsende führte diese Institutionalisierung dazu, dass rasch ein internationaler Modekongress in Wien einberufen wurde, um österreichische Mode wieder verstärkt zu bewerben.

Kriegszeiten wirken auf die Mode oft katalysierend, was etwa neue Materialien betrifft. Die Sehnsucht nach besseren Zeiten wurde im Modestil deutlich: Romantik, Operettenseligkeit und die Vorliebe für Spitzen waren etwa während des Ersten Weltkriegs offensichtlicher Ausdruck davon.¹⁵⁴

1917 richtete sich die Mode – laut den damaligen Modezeitschriften – nach dem vorhandenen Material, nach Ersatzstoffen wie Seidentrikot.¹⁵⁵ 1915 bis 1917 war die „Kriegskrinoline“ modern, die sich durch zahlreiche Unterröcke und weite Formen auszeichnete. Aufgrund der Stoffknappheit widersprach sie jeder Logik, ihre Kosten wurden durch minderwertigen Stoff und geringen Aufputz wettgemacht. In dieser Zeit erlebte das Dirndl seinen Durchbruch.

¹⁵⁴ Vgl. Buxbaum, Gerda: Die Kriegskrinoline, in: Buxbaum, a. a. o., S. 25.

¹⁵⁵ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 26f.

IV.2.2. Grafik, Design, Fotografie

Wurden Mitte des 19. Jahrhunderts die ersten Marken noch von ihren Erfindern mit Namen ausgestattet, gestaltet und beworben, setzte um die Jahrhundertwende der Trend zur Professionalisierung dieser Tätigkeiten ein. Während etwa in Paris ab 1870 eine Plakatkultur entstand, vor allem, wenn es um Veranstaltungsankündigungen ging (ab 1880 wurde Henri Toulouse-Lautrec genau damit berühmt), zog Wien erst mit dem Wirtschaftsboom der „Zweiten Gründerzeit“ nach, da ab der Jahrhundertwende die Nachfrage nach Werbung stetig und massiv anstieg.¹⁵⁶ 1917 gab es bereits 3.000 Plakatflächen in Wien, doppelt so viele wie in Berlin und mehr als in London und Paris. Heute sind es 30.000, womit die Plakatdichte pro Einwohner eine der höchsten im internationalen Vergleich ist.¹⁵⁷ Mit der wachsenden Bedeutung von Werbung und Plakaten entstanden die Litfaßsäulen; auch in den Zeitungen waren mehr und mehr grafisch gestaltete Inserate zu finden. Durch den Einsatz visueller – zu diesem Zeitpunkt vor allem grafischer – Elemente kam es zu einem Aufschwung für die Grafiker, weil damit eine lukrative Einkommensschiene geschaffen wurde. Eine eigene Branche begann sich zu entwickeln. Aber auch die DesignerInnen versuchten bereits, äußerlich unverwechselbare Produkte zu schaffen.

Die meisten KünstlerInnen arbeiteten – vor allem, als sich die wirtschaftliche Lage verschlechterte – als IllustratorInnen im Produktdesign und in der Werbung. Einige fanden neue Vermarktungsmöglichkeiten ihrer Kunst, etwa Alfons Walde, indem er einen Postkartenverlag gründete und die jeweils neue Wintersportmode

¹⁵⁶ Vgl. Bauer, Erwin K.: Die Stimme der Straße. Kulturgut Plakat, in: Beyerle, Tulga (Hrsg.): Designlandschaft Österreich. 1900 – 2005. Basel, 2006, S. 60.

¹⁵⁷ Vgl. Denscher, Bernhard: Ornament und Reduktion. Wiener Plakate als Beitrag zur Entwicklung der visuellen Massenkommunikation, in: Obermaier, Walter und Wiener Stadt- und Landesbibliothek (Hrsg.): Plakate aus Wien, Wien, 2003, S. 7 – 26 , S. 8.

malte. Sergius Pauser veranstaltete Verkaufsausstellungen, Carry Hauser verkaufte Drucke und Holzschnitte um zwei Schilling pro Stück.¹⁵⁸

Besonders wichtig für die österreichische Entwicklung im Bereich der Grafik¹⁵⁹ wurde die *Secession*, die mit ihrer Zeitschrift *Ver Sacrum* neue ästhetische Maßstäbe setzte. Ihre Plakatgestaltung hob sich vom Rest deutlich ab; Ankündigungen für Ausstellungen demonstrierten eine radikale formale Reduktion zur Stärkung der Präsenz, wie etwa das Plakat zur ersten Ausstellung von Gustav Klimt zeigte.¹⁶⁰ Dieses wird auch als Beginn der österreichischen Gebrauchsgrafik angesehen.

Die Neuorganisation der Wiener Kunstgewerbeschule (siehe Kapitel IV.2.) bildete eine neue Generation von KünstlerInnen heran, die den neuen, dekorativen Stil der Moderne in ihre Grafiken einfließen ließen.¹⁶¹ Diese Tatsache war bezeichnend für die Entwicklung der Branche in den ersten Jahren, aber auch für den Stellenwert, den die Grafik sehr rasch in Kunst und Gesellschaft erlangt hatte.

Im März 1888 wurde die *Höhere Grafische Bundeslehr- und Versuchsanstalt* in Wien eröffnet. 1897 wurde auf Initiative des *Gremiums der Buchdrucker und Schriftgießer Wiens* eine Abteilung für Buch- und Illustrationsgewerbe eingerichtet. 1908 entstand eine eigene Abteilung für Grafik, nachdem das Zeichnen zuvor der Sektion *Fotografie und Reproduktionsverfahren* angehört hatte. Die Ausstattung wurde in

¹⁵⁸ Vgl. Melichar, Peter: Der Wiener Kunstmarkt in der Zwischenkriegszeit, in: Mejstrik, Alexander/ Melichar, Peter (Hrsg.): Kunstmarkt. Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften, 17. Jg., Heft 2&3, Innsbruck 2006, S. 244 – 277, S. 247ff.

¹⁵⁹ Wird hier von Grafik gesprochen, ist die Gebrauchsgrafik gemeint. Sie unterscheidet sich von der freien Grafik dadurch, dass sie alle Arten der angewandten Grafik umschließt: Plakat, Reklame, Illustration, Exlibris, Buchschmuck, Gelegenheits- und Familiengrafiken, Diplome, Firmen- und Warenzeichen, Briefmarken und Banknoten. (Vgl. Bund österreichischer Gebrauchsgrafiker (Hrsg.): Grafisches Handbuch des Bundes Österreichischer Gebrauchsgrafiker, S. 7.)

¹⁶⁰ Vgl. Bauer, Erwin K., a. a. o., in: Beyerle, a. a. o., S. 60.

¹⁶¹ Vgl. Bund österreichischer Gebrauchsgrafiker (Hrsg.), a. a. o., S. 7.

Fachzeitschriften gelobt, und die SchülerInnenanzahl stieg von 108 im Eröffnungsjahr auf 460 im Jahr 1912.¹⁶²

Der Erste Weltkrieg stellte für die Gebrauchsgrafiker keine große Zäsur dar, weder in künstlerischer noch in wirtschaftlicher Hinsicht, da von vielen Seiten im Zuge des Kriegs geworben wurde, etwa von der *Wiener Werkstätte* oder anderen KünstlerInnen, wenn auch nunmehr auch für Kriegsanleihen.

Die Anfänge des (Industrie-)Designs in Österreich finden sich bereits im Jahr 1859, als Michael Thonet aus Deutschland nach Wien kam und den *Consumsessel Nr. 14*, eines der ersten industriell hergestellten Konsumgüter, auf den Markt brachte. Er sah in Wien und in der Habsburger Monarchie größere Chancen für sein Unternehmen als in Deutschland: Rohstoffe und Arbeitskräfte standen zur Verfügung, der Absatzmarkt innerhalb der Grenzen war groß, während gleichzeitig Handelsabkommen für den Export getroffen und Verkehrsverbindungen gebaut wurden. Es entstand eine Großstadt, mit der sich auch das Selbstverständnis der BürgerInnen hin zu mehr Mobilität und Individualität entwickelte.

Auch im Kunsthandwerk machte sich die kapitalistische Tendenz zur Betriebskonzentration bemerkbar: Betriebe fusionierten. Die Wiener und die Gmundner Keramik schlossen sich noch vor dem Ersten Weltkrieg zur *Vereinigung Wiener und Gmundner Keramik und Gmundner Tonwarenfabrik Schleiss* zusammen. Zahlreiche KünstlerInnen arbeiteten für die 1919 gegründete *Gmundner Keramik Ges. m. b. H.*, wie etwa Dagobert Peche, Franz von Zülow und Ludwig Heinrich Jungnickel.¹⁶³

¹⁶² Vgl. Grafik-Design-Austria: Bericht 1988/89, Wien 1990, S. 20.

¹⁶³ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 55.

Rund um das Fin de Siècle waren es weiters Otto Wagner und Adolf Loos, die sich aus ihrer Position als Architekten heraus auch mit Design beschäftigten – vor allem in zahlreichen theoretischen Schriften. Loos selbst stilisierte sich mit seiner Kleidung zum englischen Gentleman par excellence und war damit allein durch sein Erscheinungsbild ein Gegenpol zu den KünstlerInnen der *Secession* oder der *Wiener Werkstätte*.

Auch die *Wiener Werkstätte*, auf die im Kapitel IV.4.1.3. näher eingegangen wird, war für das Designbewusstsein – vor allem durch die Gegenposition von Adolf Loos – besonders wichtig und konnte als erstes österreichisches Unternehmen eine Marke schaffen, mit der man Kunstgewerbe und sinnliche Gestaltung assoziierte.¹⁶⁴

In Österreich, vor allem in Wien, etablierten sich nach der Erfindung des Aluminiumabzugs zahlreiche Fotoateliers, 1857 etwa zählte man in Wien 23. 1861 wurde als erster Zusammenschluss österreichischer Fotografen die *Fotografische Gesellschaft* gegründet, 1864 folgte die erste Ausstellung. Nachdem das Trockenverfahren erfunden war, kam es auch bei der Amateurfotografie zu einem Aufschwung, 1887 wurde der *Camera-Club* gegründet. 1888 wurde die *k. k. Lehr- und Versuchsanstalt für Fotografie und Reproduktionstechnik* von Salzburg nach Wien verlegt. Zu dieser Zeit war die Fotografie zumeist mit anderen Kunstrichtungen verknüpft, der bildende Künstler Gustav Klimt etwa versuchte sich in fotografischen Porträts seiner Freundin, der Modedesignerin Emilie Flöge. Das aktive Interesse der bildenden KünstlerInnen führte zwischen 1890 und 1914 zu einer Hochblüte der Kunstfotografie. Um 1900 gab es in Wien bereits 266 Ateliers.¹⁶⁵

¹⁶⁴ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S.

¹⁶⁵ Vgl. Bäumer, Angelica: *Bildende Kunst in Österreich seit 1890*, Wien, 1996, S. 46ff.

Trotz dieses raschen Beginns entwickelte sich die Fotografie in Österreich vor dem Zweiten Weltkrieg letztlich sehr langsam als eigenständige Kunstrichtung. Ein Schritt in die Emanzipation wurde 1901 von der *Galerie Miethke* vollzogen, welche die erste ausschließliche Fotoausstellung des Wiener *Camera-Clubs* veranstaltete.¹⁶⁶ 1905 folgte eine Ausstellung von 160 *Originalfotografien*, unter anderem mit Arbeiten von Hugo Henneberg und Heinrich Kühn.¹⁶⁷

Von besonderer Bedeutung war der Grafiker und Fotograf Hans Watzek, der gemeinsam mit Henneberg und Kühn in dem künstlerischen Zusammenschluss *Trifolium* tätig war und als Begründer der österreichischen Kunstfotografie gilt.¹⁶⁸ Rudolf Koppitz war ebenfalls ein bedeutender Kunstfotograf in der Zwischenkriegszeit, er wurde Lehrer an der Grafischen Lehr- und Versuchsanstalt.¹⁶⁹

Die Fotografin Dora Kallmus wurde 1905 als erste Frau zu den Theoriekursen an der Grafischen Lehr- und Versuchsanstalt zugelassen; im selben Jahr erhielt Bertha von Suttner als erste Frau den Friedensnobelpreis. Zwei Jahre später eröffnete sie zusammen mit Arthur Benda eines der ersten kommerziellen Fotostudios Österreichs, *d'Ora*. Die künstlerische Ausführung der Fotos hinsichtlich Licht und Schatten, Linien und Flächen wurde bewusst eingesetzt, und Dora Kallmus war in den folgenden Jahren führend im Bereich der Modefotografie. 1924 eröffnete Kallmus ein Fotostudio in Paris und verkaufte 1927 das Wiener Atelier an ihren Partner Arthur Benda. Während des Zweiten Weltkriegs flüchtete sie vor den Nazis aus Paris in ein südfranzösisches Kloster. Nach 1945 folgten zahlreiche Aufenthalte in Österreich, das jedoch nicht mehr die Bedeutung als ihr künstlerischer oder Lebensmittelpunkt erlangte.¹⁷⁰

¹⁶⁶ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 10.

¹⁶⁷ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 24.

¹⁶⁸ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 16.

¹⁶⁹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 121.

¹⁷⁰ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 26ff und S. 191.

Die Fotografie war zu dieser Zeit vor allem hinsichtlich der Dokumentation wichtig. Emil Mayer war einer der ersten Österreicher, der mit kleinformatigen Kameras arbeitete und dadurch spontane Szenen einfangen konnte. Der in der Wiener Gesellschaft sehr anerkannte Rechtsanwalt, Erfinder, Patentinhaber, Buchautor und spätberufene Fotograf wurde durch die Reportagefotografie berühmt. Er wurde zum Chronisten des Wiener Straßenlebens rund um das Fin de Siècle, mit der Besonderheit, dass er Szenen völlig ungestellt und dadurch atmosphärisch echter als die meisten anderen FotografInnen dieser Zeit festhielt. Seine Arbeiten zum Wiener Prater wurden großteils in Felix Saltens Band *Wurstelprater* verwendet. Die Bilder gehören zu einer der wichtigsten Dokumentationen des Volkslebens vor dem Ersten Weltkrieg.¹⁷¹ Mayer beging nach dem „Anschluss“ im Juni 1938 Selbstmord.¹⁷²

Eigene Erhebungen über die in der Fotografie tätigen Personen gibt es bereits für diesen Zeitraum, wenngleich sie nur als Indikator dienen können, da die Fotografie mit verschiedenen Berufen zusammengefasst war. Im Jahr 1910 waren jedenfalls 2.066 Personen in Wien der Fotografie und dem Lichtdruck zugeordnet. Im Jahr 1934 waren 1.952 Personen in der Fotografie und für Filmaufnahmen tätig – angesichts der gesunkenen Einwohnerzahl Wiens ein deutliches Zeichen für eine hohe Nachfrage und eine gedeihliche Branchenentwicklung.

¹⁷¹ Vgl. Brandstätter, Christian: Dr. Emil Mayer (1871 – 1938), in: Brandstätter, Christian/Hubmann, Franz (Hrsg.): *Damals in Wien: Menschen um die Jahrhundertwende. Photographiert von Dr. Emil Mayer*, Wien, 1995, S. 29 – 38, S. 29ff; und vgl. Denscher, a. a. o., S. 47.

¹⁷² Vgl. Denscher, a. a. o., S. 127.

IV.2.3. Exkurs: Die Wiener Werkstätte

Die *Wiener Werkstätte* existierte ursprünglich von 1903 bis 1932 und war in ihrer Gesamtheit der Inbegriff der Creative Industries. Sie ist durch ihre Designs weltweit bekannt geworden und heute noch ein Begriff. Vor allem ist die *Wiener Werkstätte* aus wirtschaftlicher Sicht interessant, da bereits bei der Gründung der Werkstätten eindeutig nicht nur der künstlerische, sondern auch der wirtschaftliche Erfolg als klares Ziel definiert wurde. Weiters war die *Wiener Werkstätte* einer der größten Betriebe Wiens zu dieser Zeit und im Bereich Mode und Design zweifelsohne der wichtigste. Nicht zuletzt spiegeln sich in der Entwicklung der *Wiener Werkstätte* die Rahmenbedingungen für diese Branche in Wien in den ersten drei Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts wider.

Während um 1900 das Alltagsleben durch die rasche Urbanisierung und die vermehrte industrielle Produktion von Konsumgütern verändert wurde und Waren erstmals durch Reklame oder Inszenierung in Großkaufhäusern als Objekte des individuellen Begehrens auftraten, fand mit der *Wiener Werkstätte* durch das dortige Angebot eines komplexen Lebensstils unter der Kontrolle der KünstlerInnen das Modell der künstlerisch-handwerklichen Produktivgenossenschaft seinen Ausdruck.

Der überraschende, schnelle Erfolg der *Wiener Werkstätte* geht – wie auch ihre Profilierung als Schöpferin eines „Wiener Geschmacks“ – auf jene Wiener Netzwerke zurück, die aus Intellektuellen und großbürgerlichen liberalen Familien bestanden und im Fin de Siècle über Mäzenatentum, Feuilleton und Vereine die Grundlage für die Innovationen in Wissenschaft und Kunst bildeten.¹⁷³

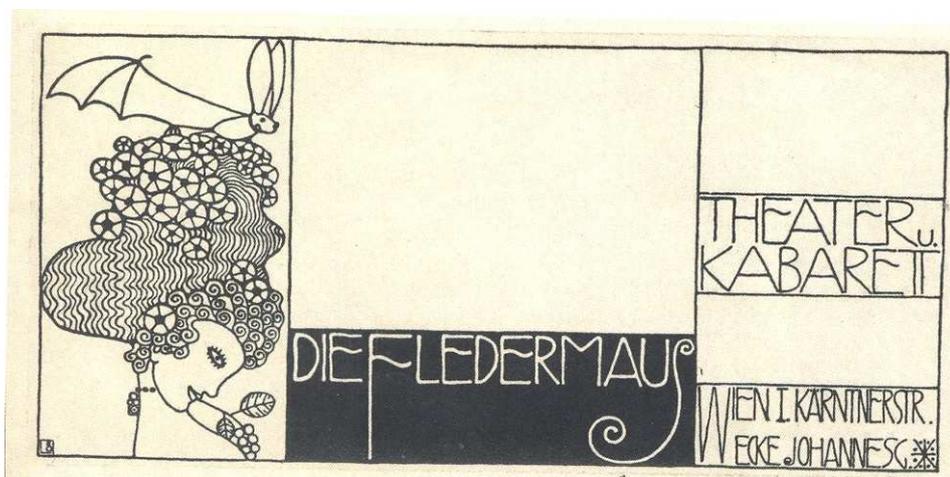
¹⁷³ Vgl. Mattl, Siegfried: Stil als Marktstrategie. Die Wiener Werkstätte als postindustrielles Unternehmen vor der Zeit, S. 13f, in: Noever, Peter (Hrsg.): Wiener Werkstätte: Der Preis der Schönheit: 100 Jahre Wiener Werkstätte, Ostfildern-Ruit, 2003, S. 13 – 22.

Publicity war ein wesentlicher Faktor für den – vorerst – steten Erfolg der *Wiener Werkstätte*. Als einem der ersten Unternehmen außerhalb der Lebensmittelindustrie gelang es ihr, eine Marke zu etablieren. Von Beginn an widmete die *Wiener Werkstätte* ihrem Erscheinungsbild größte Aufmerksamkeit, was mit den Künstlermonogrammen, den Meisterpunzen und den Wortmarken gelang. Ihr Image kreierte und pflegte sie mit der Entwicklung spezieller Präsentationsformen, der einheitlichen grafischen Gestaltung der Geschäftskorrespondenz, Werbung und Katalogen, der ästhetischen Einrichtung der Produktions- und Verkaufsstellen sowie eines Verpackungspapiers mit dem Logo der *Wiener Werkstätte*.

Abbildung 1: Monogramme und Marke der *Wiener Werkstätte*



Abbildung 2: Briefumschlag des Cabaret Fledermaus – eigenes Design im Stil der *Wiener Werkstätte*



Durch die Produktion von Postkarten, die man in millionenfacher Auflage vertrieb, sicherte sich die *Wiener Werkstätte* die Aufmerksamkeit eines internationalen Publikums, was nicht nur im Sinne des Gesamtkunstwerks war, sondern der Verbreitung als erkennbare und gekennzeichnete Marke diente.

Auch auf die mediale Aufbereitung von Artikeln nahm man in der *Wiener Werkstätte* Einfluss, was sie vor allem international zur Marke machte. Kooperationen mit der Industrie wie auch die Gründung zahlreicher Subunternehmen ab 1907 waren eine überraschende Vorwegnahme späterer postindustrieller Unternehmensstrategien. Durch dauerhafte informelle Beziehungen, die durch die freien Projekte der MitarbeiterInnen der *Wiener Werkstätte* zustande kamen, wurde das große Netzwerk abgesichert. Es bot dem Unternehmen ein hohes Maß an Flexibilität, was die eigene Präsenz weit über die eigene Produktion hinaus ermöglichte.

Darüber hinaus war die *Wiener Werkstätte* vor allem von den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der damaligen Zwischenkriegszeit abhängig. Diese waren alles andere als günstig, die Auswirkungen des Zusammenbruchs der Habsburger-Monarchie machten sich negativ bemerkbar. Durch den Niedergang des Großbürgertums in den 1920er-Jahren blieb die Wiener Kundschaft aus, man versuchte durch Expansion in andere europäische (Haupt-)Städte den KundInnenkreis zu erweitern. Die gesellschaftlichen Strömungen und der sich dadurch verändernde Stil waren wohl weitere Gründe, weshalb die *Wiener Werkstätte* im Ausland erfolgreicher war als in Österreich: Achtzig Prozent des Umsatzes wurden 1928 – als sich das Ende des Unternehmens in Wien bereits abzeichnete – durch Export oder ausländische Kundschaft in Wien erzielt.¹⁷⁴

¹⁷⁴ Vgl. Mattl, a. a. o., S. 15ff.

Gründung, Gesellschaftsform und Anfänge

Im Mai 1903 erfolgte die Eintragung der *Wiener Werkstätte* ins Handelsregister als *Wiener Produktivgenossenschaft von Kunsthandwerkern in Wien, registrierte Genossenschaft mit unbeschränkter Haftung*. Damit war die *Wiener Werkstätte* eindeutig dem Kunsthandwerk zuzuordnen, der künstlerische Schaffensprozess trat bereits im Firmenwortlaut in den Vordergrund. 1913 bzw. 1914 wandelte sich diese Bezeichnung in *Wiener Werkstätte Produktivgenossenschaft für Gegenstände des Kunstgewerbes registrierte Genossenschaft mit unbeschränkter Haftung* bzw. *Betriebsgesellschaft m. b. H. der Wiener Werkstätte Produktivgenossenschaft für Gegenstände des Kunstgewerbes*, womit eindeutig das Kunstgewerbe, also die Produktion von Kunstgegenständen in kleinen und mittleren Serien, in den Vordergrund trat. Von der einst vorwiegend künstlerischen Ausrichtung vollzog sich diese hin zur ökonomischen. Mit dieser Umbenennung wurden auch die häufigen Auseinandersetzungen zwischen der Geschäftsführung und der künstlerischen Leitung bzw. die Ambivalenz zwischen der ökonomischen Notwendigkeit und der Kunst sichtbar.¹⁷⁵

Als die *Wiener Werkstätte* gegründet wurde, waren Kolo Moser und Josef Hoffmann als Direktoren im Handelsregister eingetragen; Finanzier Fritz Wärndorfer wurde als Kassier genannt. Als Moser 1907 aus der *Wiener Werkstätte* ausschied, kam es schließlich zu einer deutlicheren Trennung zwischen Geschäftsführung und künstlerischer Leitung. Josef Hoffmann bezeichnete sich zwar immer als schlechten Geschäftsmann, berechnete aber 1927 die Hälfte des durchschnittlichen Jahreslohns als sein monatliches Honorar. Selbst ein Techniker, der mit monatlich 266 ÖS

¹⁷⁵ Vgl. Neiß, Herta: *Wiener Werkstätte: Zwischen Mythos und wirtschaftlicher Realität*. Wien, 2004, S. 15ff.

deutlich mehr als der Bevölkerungsdurchschnitt in Österreich verdiente, erhielt weniger als Hoffmann mit 1.167 ÖS.¹⁷⁶

Die *Wiener Werkstätte* entwickelte sich quasi im Windschatten des Erfolgs der Wiener *Secession* (siehe auch Kapitel IV.2.). Sowohl der Architekt Josef Hoffmann als auch der Grafiker und Maler Kolo Moser, die Gründer der *Wiener Werkstätte*, waren wichtige Mitstreiter der Wiener *Secession* und wurden gewissermaßen zum verlängerten, kunsthandwerklichen Arm der *Secession* und der *Klimt-Gruppe*¹⁷⁷. Angelehnt war das Werkstättenprinzip an jenes von Charles Robert Ashbee, den Hoffmann 1902 in London besuchte.¹⁷⁸

Der künstlerische Beginn der *Wiener Werkstätte* wird mit der 8. Secessionsausstellung am 4. November 1900 gesetzt, zu der internationale KünstlerInnen der Moderne eingeladen wurden. Das von Kolo Moser zu dieser Ausstellung entworfene Monogramm prägte fortan die Produkte der *Wiener Werkstätte*.

Die Gründung wurde durch den Finanzier Fritz Wärndorfer und seine Familie möglich, die sich weniger für die Kunst als vielmehr für das zeitgemäße Mäzenatentum interessierte. Aber nicht nur das Startkapital, sondern auch die ersten Aufträge des Montanindustriellen Carl Wittgenstein, der evangelischen Kirche und der Familie Beer-Hofmann lassen eher auf Großzügigkeit als auf bewusste Investitionen schließen.¹⁷⁹

Bereits im Oktober 1903 bezog die *Wiener Werkstätte* eigene Räumlichkeiten in der Neustiftgasse: Es gab Werkstätten für Leder-, Metall-, Gold- und Silberarbeit, Buchbinderei, Tischlerei, Lackiererei, Maschinenräume, Bau-Büros, Zeichensäle und einen Ausstellungssaal.

¹⁷⁶ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 73f.

¹⁷⁷ Die Klimt-Gruppe trat 1905 aus der Secession aus.

¹⁷⁸ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 5.

¹⁷⁹ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 38.

Josef Hoffmann zog mit seinem gesamten Architekturatelier in die *Wiener Werkstätte*. Hoffmann und Moser suchten nun die geeigneten Hilfskräfte wie BuchbinderInnen, Gold- und SilberschmiedInnen sowie TischlerInnen, anfangs noch für den Eigenbedarf: Die Werkstätten und Ausstellungsräume mussten eingerichtet werden (in bester *Wiener Werkstätte*-Manier wurden die Arbeitsplätze entsprechend gut ausgestattet, sie sollten der Gesundheit zuträglich sein und die Lebensfreude der Angestellten heben), und Hoffmann und Moser entwarfen Gegenstände für den Alltag bzw. Schmuck im *Wiener Werkstätte*-Design. Dabei war Kolo Moser für den Architekten oft ein Vorbild, da er – wie Hoffmann in seiner Biografie feststellt – „fehlerhafte, aus schlechter Gewohnheit entstandene Unrichtigkeiten erkannte“.¹⁸⁰

„Lieber zehn Tage an einem Stück arbeiten, als zehn Stücke an einem Tag zu fertigen“, lautete Josef Hoffmanns Leitspruch und zugleich die Philosophie der *Wiener Werkstätte*.¹⁸¹ Das Arbeitsprogramm der *Wiener Werkstätte* des Jahres 1905 wurde in einer Broschüre veröffentlicht. In gewisser Weise wurde der Bauhaus-Stil¹⁸² vorweggenommen und der Jugendstil, der zu dieser Zeit Mode war, in einem Aufschwung überwunden.¹⁸³

Im Oktober 1904 ging man erstmals bei der Ausstellung im „Hohenzollern Kunstgewerbehaus“ in Berlin an die Öffentlichkeit. In Wien sah man hingegen erst im Dezember 1905 eine Gesamtpräsentation in der Galerie *H. O. Miethke*, die seit 1904 unter der künstlerischen Gesamtleitung von Carl Moll in einen neuen, von Josef Hoffmann eingerichteten

¹⁸⁰ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 6.

¹⁸¹ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 11.

¹⁸² Grundgedanke der *Bauhaus-Bewegung* war, die Kunst von der Industrialisierung zu emanzipieren und das Kunsthandwerk wieder zu beleben. Damit sollte ein Gegenentwurf zur Ästhetik des Historismus gebildet werden, in der kunsthandwerklich entwickelte Ornamente durch industrielle Massenproduktion seriell kopiert wurden. Wichtig für das *Bauhaus*, das seinen Ursprung in der Architektur fand, war, dass alle Künste zu einem Gesamtkunstwerk verbunden werden sollten.

¹⁸³ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 8f.

Ausstellungsraum am Graben 17 eingezogen war. Es wurden auch neue MitarbeiterInnen vorgestellt, wie etwa Carl Otto Czeschka¹⁸⁴, der im Feuilleton ein starkes Echo hervorrief.¹⁸⁵

Insgesamt waren 1905 bereits hundert Arbeitskräfte für die *Wiener Werkstätte* tätig, 37 davon waren MeisterInnen und HandwerkerInnen mit eigenem Monogramm. Über die KünstlerInnen können keine genauen Zahlen angegeben werden, da sie nicht bei der Gebietskrankenkasse angemeldet waren.¹⁸⁶

Aufträge, Kooperationen und Subunternehmen

Nach dieser öffentlichkeitswirksamen Präsentation zu Beginn folgten der Bau und die Einrichtung ganzer Häuser, Wohnungen und Verkaufslokale für den Freundeskreis. Für die Schwestern Flöge wurde ein neues Verkaufslokal in der Mariahilfer Straße eingerichtet; Viktor Zuckerkandl gab den Auftrag, das Sanatorium Purkersdorf im Stil der *Wiener Werkstätte* zu bauen (es wurde 1905 fertig gestellt); Boncia und Hugo Koller ließen sich von Kolo Moser ihre Wohnung gestalten; Josef Hoffmann richtete für die Staatsdruckerei ein neues Verkaufslokal in der Seilerstätte ein, um nur einige Beispiele zu nennen.

Das Palais Stoclet in Brüssel wurde vom belgischen Großindustriellen Adolphe Stoclet ohne finanzielle Einschränkung 1904 bei der *Wiener Werkstätte* in Auftrag gegeben. 1906 wurde mit dem Bau begonnen, der Mitte 1911 fertiggestellt wurde. Dies geschah nicht ohne größere

¹⁸⁴ Carl Otto Czeschka war als Maler und Grafiker schon zu Lebzeiten gefragt. Er entwarf Buchillustrationen und Bühnenbilder. Er war unter anderem Lehrer von Oskar Kokoschka.

¹⁸⁵ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 9.

¹⁸⁶ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 102.

finanzielle Schwierigkeiten, bedingt durch mehrmalige Umplanungen sowie Probleme bei der finanziellen Gebarung der *Wiener Werkstätte*. Obwohl Stoclet großzügige Vorauszahlungen tätigte, wurden diese oftmals anderweitig (etwa für die Umgestaltung des *Cabaret Fledermaus*) verwendet, woraufhin die Zahlungen eingestellt und die Rechnungen erst am Ende beglichen wurden.

Das Palais Stoclet war eines der Gesamtkunstwerke der *Wiener Werkstätte*. Durch dieses Großprojekt konnten neue und ständige MitarbeiterInnen wie Gustav Klimt, Richard Luksch, Ludwig Heinrich Jungnickel, Bertold Löffler und Michael Powolny beschäftigt werden. Letzterer leitete ab 1906 die *Wiener Keramik*, deren Produkte ab 1907 von der *Wiener Werkstätte* verkauft wurden.¹⁸⁷

Das Design des 1907 eröffneten Cabaret Fledermaus verwirklichte ebenfalls die Idee des Gesamtkunstwerks: Von der Anstecknadel der Platzanweiserin bis zum Suppenlöffel und Sessel war alles durchgehend in einem Design gestaltet.

Im selben Jahr wurde in der *Wiener Werkstätte* mit der Produktion von Postkarten begonnen, wodurch vor allem SchülerInnen der Kunstgewerbeschule – aus der man hauptsächlich rekrutierte – als MitarbeiterInnen beschäftigt werden konnten.¹⁸⁸ Außerdem eröffnete das erste von drei Stadtgeschäften am Graben 15, wo nicht nur Arbeiten der *Wiener Werkstätte*, sondern auch jene von gelegentlichen MitarbeiterInnen wie Egon Schiele verkauft wurden.¹⁸⁹

Man unterschied in der *Wiener Werkstätte* zwei Arten von LieferantInnen: jene, die Rohmaterialien lieferten, und andere, die Kommissionsware zum Verkauf in der *Wiener Werkstätte* anboten.¹⁹⁰ Diese Möglichkeit des

¹⁸⁷ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 10.

¹⁸⁸ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 11.

¹⁸⁹ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 10.

¹⁹⁰ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 166.

Ankaufs tätigte Hoffmann bei seinen SchülerInnen aus der Kunstgewerbeschule. KünstlerInnen, die nicht in der *Wiener Werkstätte* oder in der Künstlerwerkstätte arbeiteten, hatten ebenfalls die Möglichkeit, ihre Entwürfe der Geschäftsleitung anzubieten. Insgesamt wird die Zahl der entwerfenden KünstlerInnen am Höhepunkt der *Wiener Werkstätte* auf 200 geschätzt.¹⁹¹

Darüber hinaus vergab die *Wiener Werkstätte* Arbeiten außer Haus, ließ also andere Firmen nach Entwürfen der *Wiener Werkstätte*-DesignerInnen in Serie produzieren. Umgekehrt gab es auch *Wiener Werkstätte*-MitarbeiterInnen, die für jene Firmen arbeiteten, mit denen sie kooperierten. Hoffmann und Moser lieferten beispielsweise Entwürfe für das Möbelprogramm von *Thonet* bzw. *Jacob & Josef Kohn*.¹⁹²

Die *Wiener Werkstätte* geriet außerdem zunehmend in finanzielle Schwierigkeiten, und der Finanzier Fritz Waerndorfer wandte sich hinter Mosers Rücken an dessen Frau, um sie um finanzielle Hilfe zu bitten, was Mosers Missfallen hervorrief. 1907 schied Kolo Moser schließlich aus der *Wiener Werkstätte* aus und wurde auch 1909 aus dem Genossenschaftsregister gelöscht. Kolo Moser hatte zudem schon länger kritisiert, dass die *Wiener Werkstätte* sich zu sehr dem Kundengeschmack anpasste; die Produktion war ihm zu reichhaltig und zu vielfältig. Er wollte sich nunmehr ausschließlich der Malerei widmen.¹⁹³

Durch das Ausscheiden von Kolo Moser litt der einheitliche Stil, der erst durch den Eintritt von Dagobert Peche 1912 und dessen Ornamentierung wieder zu einem Ganzen wurde. Peche arbeitete zunächst als freier, ab

¹⁹¹ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 15.

¹⁹² Vgl. Neiß, a. a. o., S. 167.

¹⁹³ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 7.

1915 als Hoffmanns Mitarbeiter. Er nahm den Art Déco-Stil¹⁹⁴ vorweg, der auch Josef Hoffmann bis zu seinem Tod 1923 beeinflusste.¹⁹⁵

Mit der Kunstschau 1908 war ein weiterer Höhepunkt erreicht: 179 KünstlerInnen aus allen Kunstsparten (u. a. 14 KünstlerInnen aus der Klimt-Gruppe) stellten in 54 Räumen aus, unter anderem ein „Musterhaus“ von Josef Hoffmann und einen „Klimt-Saal“, gestaltet von Kolo Moser. Die Ausstellung machte einen harmonischen und glanzvollen Gesamteindruck, die Berichterstattung in den einschlägigen Kunstzeitschriften war enorm, mehr als 300 Fotos wurden publiziert. Kritik gab es seitens Otto Stoessl in der *Fackel* und von Adalbert Franz Seligmann in der *Neuen Freien Presse*. Oskar Kokoschkas Buch *Der träumende Knabe* erschien zu diesem Zeitpunkt in einer Auflage von 500 Stück im Verlag der *Wiener Werkstätte*, was einigermaßen hohe Einnahmen und vor allem Publicity brachte.¹⁹⁶

Modeabteilung

Hinsichtlich des vorherrschenden Modestils war es für die KünstlerInnen der *Wiener Werkstätte* störend, dass man sich in Wien nach der Pariser Vorgabe kleidete. Josef Hoffmann hatte sich in der Theorie bereits viele Jahre vor der Gründung der *Wiener Werkstätte* mit dem „individuellen Kleid“ befasst; bereits 1900 designte Kolo Moser für seine Frau sogenannte *Reformkleider*; 1906 entwarfen Gustav Klimt und seine Freundin Emilie Flöge Kleidung, die nicht dem Pariser Standard entsprach

¹⁹⁴ Charakteristisch für Art-Déco war – was schon im Jugendstil begonnen hatte – die gestalterische Verbindung von eleganten Formen, kostbaren Materialien, kräftigen Farben und die sehr oft stilisierte und flächige Darstellungen floraler und organischer Motive statt Natürlichkeit.

¹⁹⁵ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 12.

¹⁹⁶ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 11.

– zu jener Zeit orientierte man sich in Wien vor allem bei der formellen Mode an Paris (siehe auch Kapitel IV.2.1.).

Konsequenterweise gab es ab etwa 1905 selbst bemalte oder bedruckte Stoffe der *Wiener Werkstätte*, und 1910 eröffnete schließlich die Modeabteilung der *Wiener Werkstätte* unter der von Leitung Eduard Josef Wimmer-Wisgrill.¹⁹⁷ (Als Eduard Wimmer-Wisgrill die *Wiener Werkstätte* verließ, trat Max Snischek 1922 an seine Stelle.¹⁹⁸)

Die KünstlerInnenkleider sollten zu einem harmonischen Lebensgefühl beitragen. Die Schnitte waren zunächst sackartig und unförmig, dann zunehmend eleganter. Kennzeichnend blieb, dass die Dekoration stets wichtiger war als der Schnitt. Während des Ersten Weltkriegs wurden die geometrischen Formen vom floral-ornamentalem Stil verdrängt. Der *Wiener Werkstätte*-Stil zeugte von kunsthandwerklichem Können, hoher Qualität der Materialien und der künstlerischen Gestaltung sowie einer besonderen Funktionalität.¹⁹⁹ Um Vielfalt zu fördern und Individualität beizubehalten, wurde den KünstlerInnen keine einheitliche Linie vorgegeben.²⁰⁰

Die Mode- und Textilabteilung wurde zur kommerziell erfolgreichsten Schiene und beschäftigte 80 MitarbeiterInnen.²⁰¹ Die WienerInnen waren zwar vorerst skeptisch, doch international erkannte man sehr bald den kreativen und innovativen Charakter der Modelle. Aus diesem Grund kam der französische Modedesigner Paul Poiret 1911 nach Wien, um die Modeabteilung zu besichtigen. Er stellte ihr hohe Qualität aus und verwendete die Stoffe für seine eigenen Entwürfe.²⁰²

Der Detailverkauf wurde im Verkaufslokal am Graben 15 abgewickelt, 1911 eröffnete man im Nebenhaus Graben 16 ein eigenes Modeatelier,

¹⁹⁷ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 11.

¹⁹⁸ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 136ff.

¹⁹⁹ Vgl. Lehnert, Gertraud: Geschichte der Mode des 20. Jahrhunderts, Köln 2000, S. 13f.

²⁰⁰ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 137.

²⁰¹ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 13.

²⁰² Vgl. Neiß, a. a. o., S. 136.

das bis 1916 bestand. Zwei weitere Verkaufslokale eröffneten ab 1916 in Wien.

In einer eigenen Zeitschrift, die 1914/15 in zwölf Ausgaben zu je zwölf Blättern erschien, veröffentlichten die KünstlerInnen der *Wiener Werkstätte* Originalgrafiken in sämtlichen Techniken, die Modeentwürfe zeigten, aber auch Mobiliar und andere Gegenstände mit exklusivem Design.²⁰³

Finanzielle Schwierigkeiten

Das ursprüngliche Unternehmen musste 1914 mit 1,5 Mio. Kronen Schulden liquidiert werden, und die neue Gesellschaft wurde nach und nach von der Großindustriellenfamilie Otto und Eugenie²⁰⁴ Primavesi, FreundInnen und AuftraggeberInnen Hoffmanns, übernommen.²⁰⁵ Darauf folgend wurde 1914 im Personalbereich rationalisiert und mehr als die Hälfte des Verwaltungspersonals eingespart. Ende 1914 waren 89 MitarbeiterInnen in der *Wiener Werkstätte* beschäftigt.²⁰⁶

Mit ein Grund für die finanziellen Schwierigkeiten war die hohe Fluktuation der Prokuristen in den Jahren 1907 bis 1914. Insgesamt vier waren durchschnittlich jeweils zweieinhalb Jahre tätig, es ist aber nicht klar, ob sie die Position zurücklegten oder sie ihnen entzogen wurde.²⁰⁷

Der ursprüngliche Finanzier Fritz Waerndorfer musste 1914 auf Druck seiner Familie nach Amerika emigrieren, nachdem er das Überleben der *Wiener Werkstätte* so lange finanziert hatte. Zuvor hatte er noch mit Hoffmann Künstlerwerkstätten eingerichtet, die sehr kostspielig waren: Die

²⁰³ Vgl. Kaut, a. a. o., S. 110.

²⁰⁴ Sie wird in der Literatur auch Mäda genannt.

²⁰⁵ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 14.

²⁰⁶ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 106.

²⁰⁷ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 84.

KünstlerInnen konnten dort auf Kosten der *Wiener Werkstätte* experimentieren und bekamen allein für ins *Wiener Werkstätte*-Programm aufgenommene Gegenstände Geld, wofür die *Wiener Werkstätte* das alleinige Verkaufsrecht besaß.

Der Architekt Adolf Loos und der Grafiker Julius Klinger waren erbitterte Gegner der *Wiener Werkstätte* und besonders der Künstlerwerkstätten, die sie als Zeitvertreib für gelangweilte bürgerliche Frauen betrachteten. Dennoch brachten diese viele herausragende Künstlerinnen wie Lotte Calm, Mathilde Flögl, Mitzi Friedmann, Hilda Jesser, Maria Likarz, Fritzi Löw, Felice Rix sowie die Keramikerin Vally Wieselthier²⁰⁸ hervor.²⁰⁹

Die Gründung der Künstlerwerkstätten im Jahr 1913 bedeutete gewissermaßen eine Öffnung und einen daraus folgenden Stilpluralismus, den es in der *Wiener Werkstätte* zuvor nicht gegeben hatte. Weiters führte das Fehlen teurer Materialien zu einer Erweiterung des Angebots, und als Auswirkung des Ersten Weltkriegs und seiner Entbehrungen entwickelte sich das Design in Richtung verspielt, dekorativ und schmückend. Die Produkte der Künstlerwerkstätten präsentierte man auf einer Weihnachtsausstellung 1917 im Geschäftslokal am Wiener Graben, die in der Presse große Anerkennung fand, vor allem, da der Ausstellung ein Sonderheft der *Deutschen Kunst und Dekoration* zur *Wiener Werkstätte* vorangegangen war, um sie propagandistisch vorzubereiten.²¹⁰ Durch den Ersten Weltkrieg wurde jedoch kaum Breitenwirkung erzielt, da bis auf Propagandaausstellungen im Ausland und die Modeausstellung in Wien 1915 keine nennenswerten Ausstellungen bis zur Kunstschau 1920 stattfanden.

²⁰⁸ Vally Wieselthier lernte in der Wiener Kunstgewerbeschule unter anderem von Michael Powolny, Koloman Moser und Josef Hoffmann. Sie wurde in die Wiener Werkstätte geholt, eröffnete 1922 ihr erstes Atelier in Wien. Als Augarten-Porzellan wiedereröffnete, designte sie ab 1924 auch für die Herstellung größerer Mengen. 1929 zog sie nach New York, wo sie erfolgreich für verschiedene Firmen designte, einer Lehrtätigkeit nachging und diverse Projekte durchführte. (Vgl. Byars, Mel: *The Design Encyclopedia*, New York, 2004, S. 804.)

²⁰⁹ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S. 12.

²¹⁰ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 16.

Es gab damals auch thematisch auf den Ersten Weltkrieg bezogene Werke der *Wiener Werkstätte*, etwa bemalte Kriegsgläser von Fritzi Löw und Hilda Jesser, einen Entwurf für eine „Schraubmedaille“ von Bertold Löffler, die in der *Wiener Werkstätte* verkauft wurde, sowie eine Reihe von Plakaten, die zum Ankauf von Kriegsanleihen aufforderten.²¹¹

Die finanzielle Lage der *Wiener Werkstätte* wurde nach dem Ende des Ersten Weltkriegs zunehmend prekär. Die Modeabteilung rettete die Künstlergenossenschaft zwar über die durch das Ausbleiben von Aufträgen bedingte akute finanzielle Krise nach dem Ersten Weltkrieg hinweg, jedoch konnte man nicht über den finanziellen Zusammenbruch hinwegtäuschen, der tatsächlich bereits 1914 stattgefunden hatte.

Auf künstlerischer Ebene wurde die *Wiener Werkstätte* immer erfolgloser. Bei der Kunstschau 1920 wurde von „Vorkriegsware“ gesprochen, von Produkten, die sich durch ihre Lieblichkeit gespenstisch von den anderen abhoben. Der Krieg schien zu einer Geschmacksveränderung beigetragen zu haben. Von der revolutionären Künstlergemeinschaft zum künstlerischen Fiasko geworden, kam es zur Spaltung zwischen Hoffmann und dem fortschrittlicheren Flügel des *Österreichischen Werkbundes*. Dies war symptomatisch dafür, dass die *Wiener Werkstätte* nicht mehr in der Lage war, auf die neue Zeit und ihre veränderten Bedürfnisse einzugehen.²¹²

Nicht nur der Stil, auch die Klientel hatte sich verändert bzw. hatte sich der KundInnenkreis verkleinert. Vor dem Krieg waren es vor allem die Familien Böhler, Wittgenstein, Knips und Zuckerkandl, die Gesamtkunstwerke nachfragten; diese aus industriellen Kreisen stammenden Personen fielen aufgrund der wirtschaftlichen Krise nach

²¹¹ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 15ff.

²¹² Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 18.

1918 und spätestens nach der Weltwirtschaftskrise Ende der 1920er-Jahre als KundInnen aus.²¹³ Auch der Zerfall der Habsburger-Monarchie schmälerte den KundInnenkreis.

Mit einem Schlag hatten die großen aristokratischen und bürgerlichen Familien den Zugriff auf ihre Fabriken und Besitzungen in der Tschechoslowakei, in Jugoslawien und Norditalien verloren. Es mangelte an Kapital und die Bevölkerung konnte nicht ernährt werden. Es kam zu einer bauern- und kirchenfreundlichen Politik, welche die städtischen Mittelschichten und die Arbeiterschaft abstieß, aber bis 1938 – auch während der Zeit des „Austrofaschismus“ – an der Macht war.²¹⁴ Selbst die gut situierten BürgerInnen hatten andere Prioritäten als die Arbeitsbedingungen der KünstlerInnen zu verbessern bzw. zu fördern.

Die ständig wechselnden Geschäftsführer trugen ihr Übriges zur Krise der *Wiener Werkstätte* bei. Zwischen 1914 und 1932 waren 15 Geschäftsführer in der *Wiener Werkstätte* tätig, und in jeden Einzelnen wurden große Hoffnungen gesetzt. Als diese nicht erfüllt wurden, legten die Geschäftsführer – vor allem in allgemeinen wirtschaftlichen Krisenzeiten – ihre Position nieder oder wurden entlassen. Mit Ausnahme von Otto Primavesi, der zwischen 1915 und 1925 geschäftsführend tätig war, blieb der Rest nur zwischen ein bis zwei Jahren.²¹⁵ Die Hälfte der Prokuristen war zwischen 1914 und 1925 zumindest länger als vier Jahre tätig.²¹⁶

Nach dem Fiasko der Kunstschau 1920 stellte man Hoffmanns langjährigen Assistenten Philipp Häusler in der *Wiener Werkstätte* ein, um diese zu reorganisieren. Der suchte – zwar gegen den Willen Hoffmanns, welcher damals schon unter einer schweren Erkrankung litt – die

²¹³ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 33.

²¹⁴ Vgl. Fleck, Robert: Die Moderne in Österreich nach dem Zerfall der Monarchie. in: Smolki, Noemi und Fleck, Robert (Hrsg.): Kunst in Österreich, Köln, 1995, S. 19.

²¹⁵ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 86.

²¹⁶ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 90f.

verstärkte Zusammenarbeit mit der Industrie. Ein weiterer Dorn im Auge Häuslers waren Dagobert Peches zahlreiche MitarbeiterInnen; umgekehrt lieferte dieser ihm aber auch Verkaufserfolge, wie etwa die von *Flammersheim & Steinmann* ausgeführten Tapetenkollektionen in den Jahren 1922 und 1924. Weitere Zusammenarbeiten mit dem Gewerbe waren die Herstellung von Bilder- und Spiegelrahmen für *Max Welz*, Schablonen für Wandmalereien für die Firma *Wolfrum* und für die Firma *Berndorf* die Produktion von Tafelgeschirr aus Metall.²¹⁷ Weitere Marketing-Aktivitäten wie die Eröffnung neuer Filialen, etwa einer Modeabteilung im Palais Esterházy in der Kärntner Straße und von Verkaufslokalen weltweit²¹⁸, die Teilnahme an der Wiener Messe ab 1921 sowie an internationalen Messen, brachten nicht den gewünschten Erfolg.²¹⁹ Dennoch waren dies erstaunliche Bemühungen und muten auch im heutigen Vergleich zeitgemäß an.

Häuslers Engagement endete 1925 aufgrund verschiedener Ansichten mit Hoffmann und unüberbrückbarer Differenzen mit den Finanziers, der Familie Primavesi. Andere persönliche Schicksale der Protagonisten der *Wiener Werkstätte* trugen ebenfalls nicht gerade zum Erfolg bei: Hoffmann war ab 1919 schwer krank; Peche starb nach längerer Krankheit 1923, sein Nachfolger 1925; und Wimmer-Wisgrill verließ nach Auseinandersetzungen mit der kaufmännischen Leitung 1922 die *Wiener Werkstätte*.

Otto Primavesi war die Auseinandersetzungen in der *Wiener Werkstätte* leid und schenkte sie seiner Frau; über sein Vermögen und das Bankhaus Primavesi wurde der Ausgleich verhängt, und die Schenkung rettete die *Wiener Werkstätte*, allerdings nur kurzfristig. Kurz darauf, 1926, ging auch die *Wiener Werkstätte* in den Ausgleich: 1,5 Mio. S Passiva standen 480.000 S Aktiva gegenüber. Vom Handelsgericht wurde aber nicht ein

²¹⁷ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 19.

²¹⁸ Neue Verkaufslokale der Wiener Werkstätte wurden in New York im Jahr 1922, in Berlin 1928 sowie in Zürich und Marienbad eröffnet.

²¹⁹ Vgl. Brandstätter, a. a. o., S.12.

Wirtschafts- oder Finanzexperte eingestellt, sondern der Kunsthistoriker und Direktor des Museums für Kunst und Industrie, Dr. Hermann Trenkwald.²²⁰

Unter der Leitung von Kuno Grohmann erlebte die *Wiener Werkstätte* einen kurzen Aufschwung, mehrere Rettungsversuche wurden unternommen.²²¹ Grohmann und zwei Industrielle stellten der *Wiener Werkstätte* Geld zur Verfügung, vor allem, weil Grohmann mit Mäda Primavesi verwandt war. Die *Wiener Werkstätte* sollte in eine Aktiengesellschaft umgewandelt werden, was Mitte 1927 mangels Aktionären fehlschlug. Grohmann trat im Oktober 1927 selbst mit 42 Prozent des Gesamtkapitals in die *Wiener Werkstätte* ein.²²²

Zwischen 1925 und 1930 gab es neun Geschäftsführer, was zu einem nicht geringen Teil an Mäda Primavesi und ihren in der *Wiener Werkstätte* angestellten Verwandten lag. Aber selbst Kuno Grohmann setzten sich Widerstände entgegen: Zwar konnte er durch seine Tätigkeit die *Wiener Werkstätte* einigermaßen sanieren und den Konkurs einige Jahre hinausschieben, 1930 aber verließ er die Leitung des Unternehmens.²²³

Auch die MitarbeiterInnenzahl schwankte in den letzten Jahren der *Wiener Werkstätte* deutlich. Die durchschnittliche ArbeiterInnen- und Angestelltenzahl betrug 1926 200 Personen, stieg auf 287 Personen im Jahr 1928 und fiel in den letzten vier Jahren ihrer Existenz auf 48 Personen. Der Frauenanteil war relativ hoch. Insgesamt waren 130 Künstlerinnen in der *Wiener Werkstätte* zum Zeitpunkt der gewerblichen Betriebszählung 1930 tätig.²²⁴ Sie kamen meist aus bürgerlichen Kreisen und waren finanziell weitgehend unabhängig. Arbeiterinnen wären auf den

²²⁰ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 19ff.

²²¹ Vgl. Schweiger, Werner J.: Die Wiener Werkstätte. Kunst und Handwerk 1903 – 1932, in: Brandstätter, a. a. o., S. 17 – 19, S. 19.

²²² Vgl. Neiß, a. a. o., S. 94.

²²³ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 21.

²²⁴ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 109 bzw. gewerbl. Betriebszählung, S. 36.

Verdienst angewiesen gewesen und hätten, vor allem in den Künstlerwerkstätten, nicht auf Honorarbasis arbeiten bzw. davon leben können. Während des Ersten Weltkriegs stieg die Frauenquote an, da viele Handwerker zum Kriegsdienst eingezogen wurden, und erhöhte sich von 1929 bis 1932 kontinuierlich auf 60 Prozent, ausgenommen im Modebereich.²²⁵

Nach einem sehr ausschweifenden 25-Jahr-Jubiläumfest ließ das nächste finanzielle Desaster der *Wiener Werkstätte* nicht lange auf sich warten: Ende 1929 wurde in Berlin eine neue Verkaufsfiliale eröffnet. Die Beziehung der *Wiener Werkstätte* zu Deutschland war von Beginn an intensiv, dennoch erwies sich der letzte Versuch, so die Umsätze zu steigern, als Fehlschlag. Das Weihnachtsgeschäft 1929 blieb enttäuschend, die Einrichtung der Verkaufsfiliale hatte viermal soviel gekostet wie kalkuliert, weiters war ein großes Lager von in Wien erzeugten Objekten in Berlin gebunden, was wiederum zu finanziellen Engpässen des Stammhauses in Wien führte.

1930 unternahm das Bundesministerium für Handel und Verkehr einen erneuten Rettungsversuch, der jedoch fehlschlug. Die Anteile der Familie Primavesi gingen auf Alfred Hofmann, Direktor der *Österreichischen Likrustawerke*, und Georges Oeri, Kaufmann aus der Schweiz, über. Hofmann selbst, Hans Heinrich Bischoff und Albert Hoffmann wurden Anfang 1931 die drei neuen Geschäftsführer. Ein Monat später wurde das Stammkapital auf 20.000 S herabgesetzt mit dem Ziel, es gleichzeitig auf 300.000 S zu erhöhen, was aber nicht passierte. Die Modeabteilung wurde aufgelöst, schließlich wurden 1931 die ArbeiterInnen und KünstlerInnen gekündigt, auch Josef Hoffmanns Vertrag wurde nicht verlängert, der somit 1931 aus seinem Lebenswerk schied.

²²⁵ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 110f.

Im September 1932 fand die letzte Ausstellung statt, die eigentlich eine Auktion war. Fast kein Objekt konnte über dem Ausrufungspreis verkauft werden. Im Oktober 1932 wurde die Auflösung der *Wiener Werkstätte* bei einer Generalversammlung rechtlich vollzogen.²²⁶ Zum Zeitpunkt ihrer Auflösung zählte die *Wiener Werkstätte* 212 Mitglieder, darunter 139 StudentInnen und 20 ProfessorInnen aus der Wiener Kunstgewerbeschule²²⁷, zu ihrer Blüte waren es 300 ArbeiterInnen gewesen.²²⁸

Josef Hoffmann, Mäda Primavesi und Friedrich Nerold versuchten unter dem Namen *Neue Wiener Werkstätte* eine Wiederbelebung, aber mehr als die Eintragung ins Handelsregister passierte nicht.²²⁹ 1939 wurde die *Wiener Werkstätte* endgültig aus dem Handelsregister gelöscht, doch ihr Name lebt weiter – selbst siebzig Jahre später ist die Bezeichnung als Stilrichtung und Marke noch immer bekannt.²³⁰

Nachspiel: Die Wiener Werkstätte heute

Die Marke *Wiener Werkstätte* existiert noch. Die 1929 gegründete Tischlerwerkstätte *Polzhofer* in der Oststeiermark expandierte – vor allem nach dem Zweiten Weltkrieg – rapide und spezialisierte sich in der Folge auf Möbel. Unter dem dritten Geschäftsführer Karl Polzhofer III wurde das Einzelunternehmen 1971 in die Gesellschaft *KAPO* umgewandelt. 1986 übernahm *KAPO* den traditionsreichen Wiener Polstermöbelhersteller *Jodlhofer GmbH*, der seinerseits bereits 1969 die Marke *Wiener Werkstätten* erworben hatte und Produkte in Mitteleuropa und dem Nahen

²²⁶ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 22.

²²⁷ Vgl. Byars, a. a. o., S. 804.

²²⁸ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 11.

²²⁹ Vgl. Schweiger, a. a. o., S. 22.

²³⁰ Vgl. Neiß, a. a. o., S. 13.

Osten unter dieser Marke verkaufte. *KAPO* wandelte diese in den Markennamen *Neue Wiener Werkstätte* um. Das Design der Polstermöbel wurde oft kopiert, vor allem die Elementgruppe *Castell* vom Designer Hans Hopfer war 1979 ein Verkaufsschlager und ist bis zum heutigen Tag in fast unverändertem Design im Programm. Der moderne und innovative Charakter des Designs der *Wiener Werkstätte* wurde aber nicht mehr erreicht.

Im Jahr 2000 wurde der neue Reichstag in Berlin eröffnet, der von der *Neuen Wiener Werkstätte* ausgestattet wurde.²³¹

²³¹ Vgl. www.neuewienerwerkstaette.at, 31. 8. 2006, 14:00.

IV.3. Zwischenkriegs- und NS-Zeit – Stillstand und Vertreibung

Die Jahre unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg waren von einer großen Versorgungskrise geprägt, die Nahrungsmittelproduktion deckte nur einen Teil des benötigten Bedarfs. Vor allem Wien war stark betroffen, Krankheiten wie Tuberkulose verbreiteten sich rasch. Hilfsmaßnahmen aus dem Ausland setzten erst ab Frühjahr 1919 ein.

Seit Beginn der Industrialisierung vollzog sich ein steter Strukturwandel der Gesellschaft: die erwerbstätige Bevölkerung arbeitete zu einem immer geringer werdenden Teil in der Landwirtschaft, wenngleich diese Entwicklung in der Zwischenkriegszeit durch den Zerfall des Großreichs etwas eingebremst wurde, in den 1940er-Jahren aber wieder ebenso schnell voranschritt wie vor dem Ersten Weltkrieg.

Die ArbeiterInnenschaft erreichte zwischen 1918 und 1920 große sozialpolitische Fortschritte, wie etwa die Installierung von BetriebsrätlInnen und den Aufbau der Arbeiterkammern, die Einführung des 8-Stunden-Tages, Urlaubstage, Kollektivverträge oder Arbeitslosenversicherung. Trotz bürgerlicher Alleinregierung hielten sich diese wesentlichen Errungenschaften der Arbeiterbewegung bis zu ihrer Zerschlagung 1934. Im „Roten Wien“ wurden vor allem der Ausbau leistbaren Wohnraums und des öffentlichen Verkehrs, der Aufbau des Fürsorgewesens, eine moderne Familienpolitik und die Schulreform Otto Glöckels vorangetrieben.²³²

Die höheren Einkommen der ArbeiterInnenschaft in den 1920er-Jahren – und auch die kleineren Familien mit durchschnittlich 2,9 Personen pro

²³² Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 345ff.

Haushalt in Wien – veränderten die Konsummuster: der Anteil, der für Nahrungsmittel und Getränke ausgegeben wurde, verringerte sich allmählich zugunsten jener Verbrauchsgruppen, die Wohlstand indizieren, wie Verkehr und Nachrichten, Unterhaltung, Erholung etc. In Wien wurde durch die Wohnungspolitik der Gemeinde ein beträchtlicher Anteil für Hausrat und Einrichtung ausgegeben, was zu einer Verbesserung der Wohnverhältnisse der ArbeiterInnenschaft führte.²³³

Obwohl nach dem Zerfall der Monarchie viele Gebiete, die touristisch attraktiv waren, für Österreich weggefallen waren, versuchte man in der Zwischenkriegszeit, den Tourismus wieder verstärkt zu fördern. Von 1924 bis 1928 herrschte das „Goldene Zeitalter“ des Tourismus, was nicht nur mit Wirtschaftswachstum, sondern auch mit der steigenden Mobilität zusammenhing. Weiters wurden im Freizeitverhalten die Kinos und der Rundfunk immer wichtiger, wie auch sogenannte Massenveranstaltungen, vor allem im Sportbereich.²³⁴

Der Erste Weltkrieg und der daraus resultierende wirtschaftliche Einbruch, die Nachkriegsinflation zwischen 1919 und 1922²³⁵, die Weltwirtschaftskrise 1929 und deren Auswirkungen in den 1930er-Jahren, in Österreich vor allem auch der Zusammenbruch der Creditanstalt 1931, führten zu einer großen ökonomischen Krise. In Österreich bewirkte diese eine Arbeitslosenrate von bis zu 38,5 Prozent nieder, davon mussten bis zu 60 Prozent der Arbeitslosen ohne Unterstützung auskommen, was zu großen sozialen Problemen führte – einige Regionen waren vollkommen ohne Perspektive. Die wirtschaftliche Erholung ab 1933 setzte zu schwach ein,

²³³ Vgl. Bachinger, Karl: II. 1918 – 1945, in: Bachinger, Karl/ Hemetsberger-Koller, Hildegard/ Matis, Herbert: Grundriss der österreichischen Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Von 1848 bis zur Gegenwart, Wien, 1987, S. 47ff; Vgl. Sieder, Reinhard/ Steinert, Heinz/ Tálos, Emmerich: Wirtschaft, Gesellschaft und Politik in der Zweiten Republik. Eine Einführung, in: Sieder, Reinhard/ Steinert, Heinz/ Tálos, Emmerich (Hrsg.): Österreich 1945 – 1995. Gesellschaft, Politik, Kultur, Wien, 1995, S. 15.

²³⁴ Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 374ff.

²³⁵ Vgl. Bachinger, a. a. o., in: Bachinger, Karl/ Hemetsberger-Koller, Hildegard/ Matis, Herbert, a. a. o., S. 55.

um tatsächlich eine nachhaltige Verbesserung am Arbeitsmarkt zu bewirken. Die Selbstmordrate war hoch, ebenso die Auswanderung aus Österreich – zwischen 1919 und 1937 verließen 80.000 ÖsterreicherInnen das Land für immer.²³⁶

Die genannten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen seit dem Ersten Weltkrieg waren für die im vorliegenden Text analysierten Branchen von großer Bedeutung: zum einen hatten viele der MäzenInnen, welche die KünstlerInnen unterstützt hatten, nun nicht mehr die dafür nötigen finanziellen Kapazitäten; zum anderen fiel ein Großteil der Klientel weg, da viele der neuen UnternehmerInnen ihr Geld verloren, das Großbürgertum auseinanderfiel und sowohl wirtschaftlich als auch gesellschaftlich an Bedeutung verlor. Den kleinen Firmen bzw. Familienbetrieben gelang zwar meist das wirtschaftliche Überleben, strukturell waren jedoch einige Branchen wegen der zusammengebrochenen Nachfrage überrepräsentiert, besonders im Bereich der Mode.

Die 1920er-Jahre brachten – was Europa und die USA betraf – eine erste, kleine Globalisierungswelle mit sich, die durch die nationalistischen Bestrebungen der 1930er-Jahre aber wieder gestoppt wurde.

1933 kam es zur Ausschaltung des Parlaments, eine Maßnahme, die auch – der Zeit und den Umständen entsprechend – auf wirtschaftlichen Argumenten aufgebaut war; man glaubte, die Interessen „der Wirtschaft“ nur mit autoritären Mitteln durchsetzen zu können. Dennoch war der Tenor der Politik technikfeindlich und antikapitalistisch eingestellt. Der Basiskonflikt zwischen ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen eskalierte in einem Bürgerkrieg im Februar 1934. Mit dem Juli-Abkommen 1936 und der Einbeziehung Österreichs in das System des deutschen

²³⁶ Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 382ff.

Verrechnungsverkehrs 1937 war der wirtschaftliche „Anschluss“ an Deutschland in Teilen bereits vollzogen.²³⁷

Durch die Machtübernahme der Nationalsozialisten bzw. den „Anschluss“ an Nazi-Deutschland im Jahr 1938 kam es in Österreich zu einer Zäsur in allen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, politischen und rechtlichen Aspekten. Minderheiten, vor allem JüdInnen, wurden diskriminiert und später verfolgt, eingesperrt, ermordet. Das NS-System griff radikal in alle Lebensbereiche ein, spätestens ab dem Zweiten Weltkrieg mussten die ÖsterreicherInnen mit Einschnitten in sämtlichen Belangen rechnen.

In der Bildenden Kunst und daraus folgend auch im Bereich der Grafik und des Kunsthandwerks kam es aufgrund des Kunstverständnisses des NS-Regimes zu markanten Einschnitten: Was im Nationalsozialismus als Kunst galt, und was als „entartete“ Kunst, wurde in pompösen Ausstellungen vorgeführt und zelebriert. Die *Vereinigung bildender Künstler, Wiener Secession* wurde vom 1938 gegründeten Wiener Kulturamt aufgelöst, der Besitz ging in die Verwaltung des *Künstlerhaus* über, und das Secessionsgebäude wurde nach Auflösung der *Secession* auf *Ausstellungshaus Friedrichstraße* umbenannt. 1944 legte auch das *Künstlerhaus* seinen Ausstellungsbetrieb still, erst nach dem Zweiten Weltkrieg im Dezember 1945 fand die erste Generalversammlung der wiederbegründeten *Vereinigung bildender Künstler Wiener Secession* statt.²³⁸

²³⁷ Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 395ff.

²³⁸ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 130ff.

IV.3.1. Mode

Nach dem Ersten Weltkrieg galt Wien nur noch in einzelnen Sparten als internationales Modezentrum.²³⁹ Tonangebend war Paris, aber die „Wiener Mode“ hatte durchaus etwas Eigenständiges, vor allem das feine Detail und die hervorragende Ausarbeitung galten als Wien-spezifisch. Man mied in Wien jede Übertreibung und verschrieb sich völlig der Eleganz.²⁴⁰ Unter den Materialien war Jersey zum Weltbegriff geworden. Da in Wien Jersey aus Wolle hergestellt wurde, wurde besonders der sportliche Charakter dieser Mode betont. Rund fünfzig Prozent der Jersey-Produktion wurden als Stoff oder Konfektion ausgeführt, berühmt wurde die „Wiener Bluse“.²⁴¹

Maßgeblich für die Modebranche waren die Warenhäuser. Sie entstanden in Wien zwar vereinzelt bereits Ende des 19. Jahrhunderts, konnten sich aber nicht im selben Ausmaß wie in anderen europäischen Ländern durchsetzen. Friedrich Tannenbaum führt in seiner Dissertation als Gründe dafür vor allem die kleinstädtischen Siedlungsverhältnisse, den geringen Grad an Kapitalbildung sowie die geringere Kaufkraft (aufgrund eines niedrigen Lohn- und Gehaltsniveaus) der österreichischen Bevölkerung an.²⁴² In Österreich konnte allein Wien durch das städtische Bürgertum und den Beamtenapparat jene Voraussetzungen schaffen, die große Warenhäuser zum Erfolg brauchten. Wirkliche Veränderungen durch die Warenhäuser begannen sich erst in den 1920er- und 1930er-Jahren abzuzeichnen. Zu diesem Zeitpunkt standen die Warenhäuser

²³⁹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 9.

²⁴⁰ Vgl. Karner, a. a. o., S. 32.

²⁴¹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 9.

²⁴² Zitiert nach: Singer-Meczes, Eva: Einkaufen in Wien 1918 – 1933 (I). Greissler, Konsumgesellschaften, Warenhäuser, Wien 1987, S. 159f.

aber vor allem in Zusammenhang mit dem „organisierten Konsum“ durch die sozialdemokratischen Arbeiter-Konsumvereine.²⁴³

Das erste Warenhaus für Textilien entstand 1867 am Stephansplatz, das *Haashaus*. Aristokraten und das Großbürgertum kauften dort ein. Etwa zur selben Zeit expandierte das Tuchgeschäft von August Herzmansky auf der Mariahilfer Straße im 7. Wiener Gemeindebezirk so stark, dass es bald zum Großwarenhaus wurde. Der ehemalige Mitarbeiter Herzmanskys, Alfred Gerngroß, machte sich mit ähnlichem Erfolg in derselben Branche selbstständig – zur Blütezeit beschäftigte *Gerngroß* 1.600 MitarbeiterInnen. Erst im Jahr 1969 verschmolzen die beiden Warenhäuser.

Die Warenhäuser revolutionierten das Verkaufen und das Einkaufen geradezu, sie repräsentierten das genaue Gegenteil zu den kleinen Greißlern und Fachgeschäften. Die modernen Bauten ähnelten im Inneren Hallen, durch die man „bummeln“ konnte. Restaurants und Pausenecken lockerten die Atmosphäre auf und dienten der Umsatzsteigerung. Auch die Warenhäuser waren Gesamtkunstwerke, welche die Kaufbereitschaft verstärken sollten.

Beim Profit ging es den ersten Warenhäusern – und wohl auch den heutigen – nicht darum, den Lebensunterhalt eines Einzelhändlers zu sichern, sondern darum, eine stetig wachsende Umsatzsteigerung zu gewährleisten. BesitzerInnen und VerkäuferInnen spielten eine völlig untergeordnete Rolle, der kapitalistische Handelsapparat funktionierte nach mehr oder weniger rationalen, professionalisierten Gesichtspunkten. Dazu gehörten eine größere Stückzahl zu niedrigeren Preisen, groß angelegte Werbung, aufwändig gestaltete Auslagen und Schaufensterdekorationen, Verpackung und Marke der Ware, geringe Lagerhaltung und genaue „Markt- und KäuferInnenanalyse“, wie man

²⁴³ Vgl. Mattl, Siegfried: Geschichte Wiens. Das 20. Jahrhundert, Wien, 2000, S. 177ff.

diese Methoden Jahrzehnte später benannt hatte. Die Grenze zwischen Ware und Kundschaft – die Verkaufstheke – fiel in Warenhäusern weg, man konnte die Waren berühren und in aller Ruhe anschauen – der erste Schritt in Richtung Selbstbedienung war getan, wenn auch noch nicht vollzogen.

Warenhäuser zeichneten alle Preise der Waren an, inklusive der Hinweise auf Aktionswaren, die gleich beim Eingang bzw. in der Mitte des Kaufhauses platziert waren. Es kam erstmals zu regelmäßig veranstalteten Sonder-Ausverkäufen, auch, um Ladenhüter loszuwerden.

Für die Mode stellten die Warenhäuser einen Schrittmacher dar, weshalb sie immer ein Standbein in der Bekleidungs- und Textilbranche behielten. Dadurch, dass ein Warenhaus größere Stückzahlen absetzen konnte, verhandelte es direkt mit den ProduzentInnen und konnte dadurch (verkaufswirksam) auf die Ware Einfluss nehmen. So wurden viele Trends erst von Warenhäusern lanciert.²⁴⁴ Bis zu den 1930er-Jahren gab es in Wien die Firmen *Gerngroß*, *Zwieback*, *STAFA*²⁴⁵ und *Herzmansky*²⁴⁶ sowie fünf kleinere genossenschaftliche Warenhäuser in den Außenbezirken.

Schon vor dem Ersten Weltkrieg vereinzelt, danach aber verstärkt, kam es zu einer Gegenbewegung zu den Warenhäusern, ausgehend von den „mittelständischen“ Betrieben, die Konkurrenz in den großen Häusern sahen. Diese wurden als „Moloch“ betrachtet und vor allem wegen der Sonderangebote („Ramsch“) als unlautere Konkurrenz bezeichnet.

²⁴⁴ Vgl. Singer-Meczes, a. a. o., S. 168ff.

²⁴⁵ STAFA wurde 1911 als „Erstes Wiener Warenmusterlager“ – ein Wiener Einkaufszentrum, das verschiedene Spezialgeschäfte vereinigte – gegründet und erst nach dem Ersten Weltkrieg und finanziellen Schwierigkeiten in die Staatsangestelltenfürsorgeanstalt (STAFA) umgewandelt. Standort war wie jener von *Gerngroß* und *Herzmansky* die Mariahilfer Straße. 1924 übernahm die Arbeiterbank die STAFA, die zwar für alle zugänglich, aber dennoch an ein genossenschaftlich und sozialistisch organisiertes Publikum gerichtet war.

²⁴⁶ Herzmansky wurde bereits 1863 gegründet und war laut Selbstdefinition „Spezialkaufhaus für Textilien“. Damals stellte aber das Kaufhaus für Textilien die Vorstufe zum Warenhaus dar, gleichzeitig aber mit einem differenzierten Sortiment.

Besonders kritisiert wurde der manipulative Charakter der Warenhauswerbung, die als Ausdruck einer drohenden Medien- und Massengesellschaft gesehen wurde. Zahlreiche Argumente waren ideologisch getragen: Da viele Kauf- und WarenhausbetreiberInnen jüdischer Herkunft waren, wurden diese als Ausdruck des „typisch jüdischen“, kapitalistischen Gewinnstrebens betrachtet. Zudem waren die Argumente nicht nur rassistisch getrieben, sondern auch fortschrittsfeindlich – ihnen haftete immer eine rückwärts gerichtete Nostalgie an.²⁴⁷

Dieser Argumente bedienten sich schließlich die nationalsozialistischen Machthaber bei jenen Betrieben, die nicht liquidiert, sondern „arisiert“ werden sollten (siehe Kapitel IV.1.).

Warenhäuser waren somit von Beginn an ein Politikum. Der Wiener Warenhandel war kleinbetrieblich organisiert, mit durchschnittlich einem unselbstständig Beschäftigten, und hatte weder das Kapital noch die Mentalität, sich an die veränderten ökonomischen Rahmenbedingungen anzupassen oder sie gar zu nutzen. Im Gegenteil wurde seitens der Kleingewerbetreibenden an gesicherten Traditionen festgehalten, was Produktions- und Absatzformen, Erzeugnisse, Preisverhältnisse etc. betrifft, die Methoden der Konfektionäre – Reklame, Ausverkäufe, Massenproduktion, Errichtung von Filialen – waren hingegen an die Regeln kapitalistischen Handelns angepasst. Nicht zuletzt durch das Verbot anderweitiger Betätigung war die jüdische Bevölkerung von jeher auf Geld- und Handelsgeschäfte festgelegt und verstand es besser, die Chancen der liberalen Marktwirtschaft wahrzunehmen, während die (meist „christlichen“) Kleingewerbetreibenden auf die Absicherung der Strukturen bedacht waren. Diese konkurrenzierenden Herangehensweisen und der daraus folgende Wettbewerb radikalisierten – unterfüttert mit einem

²⁴⁷ Vgl. Singer-Meczes, a. a. o., S. 188ff.

aufkommenden Antisemitismus – die Kleingewerbetreibenden, unterstützt von der Christlichsozialen Partei.²⁴⁸

Gegen die Warenhäuser (und das, was sie repräsentierten) wurden bereits im Ständestaat Maßnahmen gesetzt, nach der Machtübernahme der Nationalsozialisten 1938 fielen diese meist „Arisierungen“ zum Opfer.

In den 1920er-Jahren kam es erstmals zu einem völlig neuen Körpergefühl. Gegen Ende des Ersten Weltkriegs trugen die Frauen Kleidung, in der sie mehr Bewegungsfreiheit hatten²⁴⁹, was durch die teilweise Übernahme der Arbeitsplätze der Männer auch nötig geworden war. Die daraus resultierende Emanzipation schlug sich auch in der Mode nieder.²⁵⁰ Auf Schuhe und Strümpfe wurde durch die nun modern gewordenen kurzen Hemdkleider mehr Wert gelegt, und obwohl die wirtschaftliche Lage schlecht war, gelang es, die *Wiener Modegesellschaft* und die *Wiener Werkstätte* (siehe Kapitel IV.2.3.) – zumindest vorerst – zu erhalten. Es galt, eine Eleganz der Einfachheit zu schaffen und eine „vernunftvolle Mode“ zu tragen.²⁵¹ Dies führte zu einer Demokratisierung der Mode – die Grenzen zwischen Mann und Frau sowie Arbeiterschaft und Bürgertum begannen erstmals ansatzweise zu verschwimmen.

Mit dem Ende des Ersten Weltkriegs drang das Proletariat der Städte in alle Bereiche des Lebens vor, die ihm vorher verwehrt gewesen waren. Modische Kleidung wurde zum Industrieartikel, dadurch auch preiswerter und für mehrere Gesellschaftsschichten leistbar. Durch die finanzielle Besserstellung konnten sich vor allem auch ArbeiterInnen fortan modische Kleidung leisten und rascher auf Trends reagieren. Es ging nicht mehr nur um Geschmack und finanzielle Mittel, sondern um den Einkäufer des

²⁴⁸ Vgl. Meißl, Gerhard: Altväterisches oder modernes Wien? Zur Diskussion um die Warenhäuser und die Warenhaussteuer in Wien zwischen 1890 und 1914, in: Lehne, Andreas: Wiener Warenhäuser 1865 – 1914, Wien, 1990, S. 62ff.

²⁴⁹ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 27.

²⁵⁰ Vgl. Karner, a. a. o., S. 29.

²⁵¹ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 27.

Warenhauses, der darüber entscheiden konnte, welche Designs angeboten wurden. Auch das Medium Film und die großen Auflagen der Zeitungen verbreiteten die Modeströmungen, statt dem Adel eiferte man nun modisch den Filmstars nach.²⁵²

Doch stieß die Demokratisierung der Mode auf ungünstige wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Innerhalb Österreichs kämpfte man nach dem Ersten Weltkrieg mit der deutlich verkleinerten Inlandsnachfrage. Der Warenmangel und die verminderte Kaufkraft der Bevölkerung drückten auf die Umsätze. Die *Wiener Werkstätte* propagierte im modischen Bereich Exklusivität für den verbliebenen, kleinen Rest einer bürgerlichen Elite (mit entsprechenden Absatzschwierigkeiten, wie in Kapitel IV.2.3. dargestellt); die ArbeiterInnen und Angestellten kauften die billigen Konfektionen in den Außenbezirken.²⁵³

Durch Arbeitslosigkeit und Lohnverfall fiel der Mietaufwand in den 1930er-Jahren wieder stärker ins Gewicht und wurde ein starker Faktor neben dem großen Posten Lebensmittel. Aus diesem Grund wurde für Bettzeug, Bekleidung und Teppiche immer weniger ausgegeben und viele dieser Dinge wurden selbst hergestellt.²⁵⁴ Meterwaren- und Garngeschäfte sowie kleine Schneidereien und Maßsalons hatten Hochkonjunktur.

Bestimmte Modetrends blieben bestimmten gesellschaftlichen Schichten vorbehalten: Mitte der 1920er-Jahre kamen zweifarbige Kleider auf; in Wien wurde außerdem der sportliche Charakter des Lifestyles immer stärker betont. Ein „Auto-Anzug“ für Ausfahrten wurde propagiert, sogar der Chauffeur hatte sich einem bestimmten Modediktat zu unterwerfen. Am Strand trug die Frau nun Hosen, was jedoch vorerst nur in der

²⁵² Vgl. Karner, a. a. o., S. 29.

²⁵³ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 10.

²⁵⁴ Eder, Franz X.: Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, in: Eder, Franz X./ Eigner, Peter/ Resch, Andreas/ Weigl, Andreas: Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien, 2003, S. 207.

modischen Avantgarde vorkam.²⁵⁵ Im „Mainstream“-Österreich kam es in den 1930er-Jahren zu einer Provinzialisierung, die sich in der Mode in einer Traditionalisierung niederschlug. Vor allem Trachten wurden wieder vermehrt und mit Stolz getragen. Gestützt wurde diese Provinzialisierung von der gesellschaftlichen Entwicklung, deren Unmut sich in vielen Teilen Österreichs gegen das „Rote Wien“ richtete, den „Wasserkopf“.

Das Dirndl wurde in Österreich so modern, dass sich die Trachtenmode durch den aufkommenden Tourismus auch international verbreiten konnte. Bedingt durch den Besuch der internationalen Prominenz in den österreichischen Wintersportorten etablierte sich eine „Weltmode à la Tyrolienne“.

Die Zeit war widersprüchlich: Schmuck zu haben war nicht mehr ausschließlich als Zeichen von Reichtum zu verstehen, sondern wurde in einer Zeit kurzer besserer Konjunktur modern und verstärkt getragen. Vor allem der von der *Wiener Werkstätte* designte Schmuck war sehr beliebt, speziell Perlen waren bei den Wienerinnen in Mode.

Am 11. September 1921 wurde die erste Wiener Messe von Adolf Schiel (siehe in Kapitel IV.1.) eröffnet, und es zeigte sich, dass die „Wiener Mode“ der ausländischen Konkurrenz durchaus standhalten konnte, jedenfalls, was Qualität betraf. Die „Wiener Wäsche“ wurde – auch international – stark nachgefragt. 1925 nahm Österreich an der internationalen Kunstgewerbeschau teil und hatte großen Erfolg. Besonderen Anklang fanden Hausanzüge, mit denen der Anspruch, auch zu Hause geschmackvoll angezogen zu sein, zum Ausdruck kam.²⁵⁶

Das *Gewerbeförderungsinstitut* verband sich zu dieser Zeit mit der *Wiener Modegesellschaft* zu einer Interessensgesellschaft, 1922 regelte eine

²⁵⁵ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 28.

²⁵⁶ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 28.

neue Verordnung die Gesellen- und Meisterprüfung.²⁵⁷ Man institutionalisierte die Modeindustrie.

Nach der Weltwirtschaftskrise kamen Schlagworte wie „Kleine Börse, großer Schick“ auf, die modisches Bewusstsein trotz der schwierigen Wirtschaftslage forderten. Dennoch wurden für die Entwicklung der Modewirtschaft auch positive Zeichen gesetzt. 1933 war die Stoffauswahl bis zu diesem Zeitpunkt generell am größten, Baumwolle wurde zum Modestoff, und auf die Qualität bzw. Haltbarkeit der Stoffe wurde besonders geachtet. Die damalige Mode betonte die Zweckmäßigkeit und Bequemlichkeit, und auch die „Wiener Bluse“ hatte 1936 eine neue Form gefunden. Durch die Erfindung der Dauerwelle waren die Wiener Coiffeure bemüht, mit den ModeschöpferInnen zusammenzuarbeiten und gewannen in der Folge internationale Preise für ihre Frisuren.²⁵⁸

Mode sollte – im Austrofaschismus wie auch später in der NS-Ära – zum Ausdruck der politischen Haltung des Staates werden. Während die Bevölkerung in den demokratischen Staaten weiter neue Modeströmungen mitmachen und individuelle Designs kaufen konnte, kam es in Österreich zum modischen Stillstand²⁵⁹: Das Material war knapp, die Röcke wurden kürzer, und durch die Mangelercheinungen kam es zu einer Uniformierung. Einzig hohe, fantasievolle Hüte wurden von jenen getragen, die es sich leisten konnten.²⁶⁰

Ein gewichtiger Grund für diesen Stillstand war die Zwangsauflösung oder „Arisierung“ vieler überwiegend Kleinbetriebe durch das NS-Regime aufgrund einer „Strukturbereinigung“, oftmals ideologisch getrieben (siehe auch Kapitel IV.1.). Diese Liquidierungen hatte auch einen Kahlschlag im

²⁵⁷ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 27.

²⁵⁸ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 29.

²⁵⁹ Vgl. Karner, a. a. o., S. 29.

²⁶⁰ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 30.

Bekleidungsgewerbe zur Folge, das bis zu diesem Zeitpunkt in Wien absolut konkurrenzfähig gewesen war, besonders, was die Produktion hochqualitativer Mode betraf.²⁶¹

Gerade die Bekleidungsindustrie galt als wichtige, stark exportorientierte Branche. Es gab 331 Betriebe, wovon 319 nach nationalsozialistischer Definition als „jüdisch“ und zwölf als „nichtjüdisch“ qualifiziert wurden, wobei kleinere Nähereien inkludiert waren. Sechs sehr kleine und konkursgefährdete Firmen wurden zur Liquidation vorgeschlagen, nur der Betrieb *H. Weiß & Co.* machte mehr als 1 Mio. RM Umsatz, wurde dennoch liquidiert, angeblich aufgrund von Steuerschulden.²⁶²

1930 waren im Kleider verarbeitenden Gewerbe 32.457 Menschen in Wien tätig, im Textil- und Bekleidungshandel 654 Menschen, im Schuh verarbeitenden Gewerbe waren 21.232 Leute tätig, 854 Menschen im Schuhhandel. Im Bereich der Hüte- und Putzwarenerzeugung waren 3.778 Menschen in Wien tätig, im Handel 654, in der Wäsche- und Wirkwarenerzeugung waren 5.414 Beschäftigte tätig, 2.232 Menschen im Handel.²⁶³ Diese Zahlen waren im Vergleich zu 1910 rückläufig.

1937 arbeiteten 15.000 Personen im Bereich der Herstellung von Damenoberbekleidung, 4.000 waren mit der Erzeugung von Herrenoberbekleidung beschäftigt. In der Wiener Wäschewarenerzeugung, die

²⁶¹ Vgl. Eigner, Peter/ Resch, Andreas: Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert, in: Eder Franz X. et al., a. a. o., S. 11.

²⁶² Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 67.

²⁶³ Betriebliche Gewerbszählung 1930, zitiert nach: Knapitsch, Sigrid: Mode und Modebetrieb. Wien, 1935.

gegenüber den Firmen in Deutschland durchaus konkurrenzfähig war, waren 13.000 Personen beschäftigt.²⁶⁴

IV.3.1. Exkurs: Die „Arisierung“ der Gerngroß AG

Die „Arisierung“ des größten Wiener Warenhauses war nicht nur aufgrund des Bekanntheitsgrades der Firma und ihrer ökonomischen Komponente von Bedeutung. Das Warenhaus *Gerngroß AG* im 7. Wiener Gemeindebezirk, das zu den größten und exklusivsten Textilgeschäften Österreichs gehörte, war für die Nationalsozialisten – wie auch die anderen großen Warenhäuser – vor allem ein Symbol des verhassten „jüdischen“ Kapitalismus.

Gerngroß war auf den Handel mit Seiden-, Woll-, Waschstoffen, Samt- und Modewaren spezialisiert. Das Aktienkapital betrug im Jahr 1938 sechs Mio. ÖS, verteilt auf 200.000 Aktien zu je 30 ÖS. 1938 befanden sich 62,5 Prozent der Aktien im Familienbesitz, die nach dem „Anschluss“ von der *Creditanstalt*²⁶⁵ treuhändig übernommen und 1939 an eine deutsche Gruppe weiterverkauft wurden. Die *Creditanstalt* fungierte somit als Vermittlerin, es war sozusagen eine informelle „Arisierung“. Im Verwaltungsrat bei *Gerngroß* saßen vier Familienmitglieder der Schweizer Familie, die sich – wie der gesamte Verwaltungsrat – 1938 von dieser Funktion trennen mussten.²⁶⁶

²⁶⁴ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 68.

²⁶⁵ Die *Creditanstalt* besaß 20,55 Prozent der Aktien der *Gerngroß AG*.

²⁶⁶ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 84ff.

Die „Ariseure“ waren Wilhelm Ackmann, NSDAP-Parteimitglied seit 1933, der die Radio-Großhandelsfirma *Hannoversche Radiokompagnie* leitete, Alfred Ludwig, der eine Osnabrücker Saatgutfirma führte und der NSDAP 1931 beigetreten war, und Egon Koch, ein Wirtschafts- und Steuerberater, der seit 1933 bei der NSDAP war. Die Aktienanteile von Albert Gerngroß waren zwar wegen seiner Schweizer Staatsbürgerschaft unantastbar, er verkaufte sie aber unter Druck. Sein Bruder Robert Gerngroß wurde nach Izbica deportiert und dort ermordet.

Den „Ariseuren“ wurden neben den 124.909 Aktien²⁶⁷ der Familie Gerngroß auch 41.000 Stück aus dem Altbesitz der *Creditanstalt* angeboten, was einer Beteiligung von 83 Prozent gleichkam. Die restlichen 17 Prozent Streubesitz konnten durch ein Vorkaufsrecht erworben werden, wobei jüdische Aktieninhaber die Aktien für 11,3 RM pro Stück verkaufen sollten. Die „Ariseure“ erhielten das Recht, die *Gerngroß AG* in eine Kommanditgesellschaft umzuwandeln, jedoch beim äußeren Erscheinungsbild wie auch bei der Betriebsführung auf eine „Wiener Note“ zu achten. Das Kaufhaus *Gerngroß* wurde schließlich in *Kaufhaus der Wiener Ludwig & Co.* umbenannt. Ab 1940 wurde Fritz Kraus²⁶⁸ zum Generaldirektor bestellt. Geschäftsführender Direktor wurde der von den NS-Behörden als kommissarischer Verwalter eingesetzte Josef Hermann²⁶⁹.

Die Familie erhielt 1949 im Rahmen eines Rückstellungsvergleichs die Aktien der Firma zurück, statt 62,5 Prozent bekamen sie nun den gesamten Betrieb; dafür musste sie die Wertminderung in Kauf nehmen,

²⁶⁷ Inklusiv der 2.422 von der CA gesperrten Aktien, die dem im Ausland lebenden Prof. Otto Gerngroß gehörten.

²⁶⁸ Er war SS-Sturmbannführer und damit für das System nicht nur politisch zuverlässig, er hatte durch diese militärische Funktion auch (vergleichsweise) ein Bataillon von 250 bis 600 Mann geführt.

²⁶⁹ Kurz nach seiner Bestellung arisierte er das in der Nähe liegende jüdische Stadthaus des Seidenfabrikanten Oskar Trebitsch.

die zwei Drittel betrug. Der ehemalige Generaldirektor Kraus verschwand mit 2 Mio. RM aus Österreich, der kaufmännische Direktor Josef Hermann behauptete, nie Mitglied der NSDAP gewesen zu sein, und blieb nach 1945 weiterhin in leitender Position. Selbst 1955 schien er noch im Vorstand der *Gerngroß AG* auf.²⁷⁰

IV.3.2. Grafik, Design, Fotografie

Nach dem Ersten Weltkrieg waren GebrauchsgrafikerInnen von staatlicher und wirtschaftlicher Seite besonders gefragt, da die professionelle Gestaltung von Drucksorten und Werbemitteln immer wichtiger wurde – es kam zu einer Aufwertung für den Berufsstand der GebrauchsgrafikerInnen.²⁷¹

1927 wurde der *Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker* gegründet. Damals begann sich die angewandte Grafik – in Form der Gebrauchsgrafik – aus dem Berufsstand der freien Grafiker heraus zu entwickeln und abzuspalten. International wurde die angewandte Grafik als Grafik-Design bezeichnet. Dies hob die eigene schöpferische Gestaltung hervor und führte zur Umbenennung der Vereinigung in *Grafik-Design Austria*.

Der Fachbereich umfasste folgende Zweige: Print-Design einschließlich Plakat, Inserat, Packung, Schallplatten-Covers etc.; Illustration einschließlich Karikatur, Artworks für Printmedien und Fotografie; Corporate Design und visuelle Erscheinungsbilder; Orientierungs- und Leitsysteme; didaktische und wissenschaftliche Grafik; Ausstellungs-Design; Typo-Grafik einschließlich Kalligrafie, Letter-Design, Buch- und

²⁷⁰ Vgl. Felber/ Melichar/ Priller/ Unfried/ Weber, a. a. o., in: Jabloner/ Bailer-Galanda/ Blimlinger/ Graf/ Knight/ Mikoletzky/ Perz/ Sandgruber/ Stuhlpfarrer/ Teichova (Hrsg.), a. a. o., S. 84ff.

²⁷¹ Vgl. Bund Österreichischer Gebrauchsgrafiker, a. a. o., S. 7.

Zeitschriftengestaltung; Video-Grafik einschließlich Film, Audiovision und Computergrafik.²⁷²

In der Zwischenkriegszeit fiel als Grafiker vor allem Josef Binder auf, der im Stil der *Wiener Werkstätte* für einen völlig ästhetisierten Lebensraum eintrat und dies auch theoretisch in seinem Buch *Colour in Advertising* 1934 darlegte. Er gestaltete umfassende Erscheinungsbilder für die Firmen *Julius Meinl* und *Arabica Kaffee*, Firmen und Produkte, die nicht zuletzt aufgrund seiner Plakate international bekannt wurden. Zur selben Zeit war Otto Neurath tätig, der das *Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum Wien* gründete und dessen Ziel es war, die Arbeiterklasse zu stärken. Dabei ging es ihm hauptsächlich um den demokratischen Zugang zu Wissen, und er setzte damit auf die Vermittlung von Fakten mit seiner Bildersprache nach der Wiener Methode ISOTYPE, die aus 2.000 Zeichen schematischer, einheitlicher Bilder bestand, den Vorläufern der Piktogramme.²⁷³

Viele nationale und auch internationale Ausstellungen rückten die österreichische Gebrauchsgrafik in ein gutes Licht: ein hoher Grad an künstlerischem Können wurde in Werbeprospekten, auf Sonderbriefmarken und anderen Produkten gezeigt. Die Arbeiten wurden auch zu beliebten Sammelobjekten, und die Aufträge aus dem Ausland trafen in steigendem Maße ein. Dies gilt aber nur für einzelne KünstlerInnen. Das Jahr 1938 stellte für die Gebrauchsgrafik eine starke Zäsur dar, nach dem „Anschluss“ mussten viele KünstlerInnen emigrieren.²⁷⁴

²⁷² Vgl. Grafik-Design-Austria, a. a. o., S. 74.

²⁷³ Vgl. Bauer, Erwin K., a. a. o., in: Designlandschaft, a. a. o., S. 62.

²⁷⁴ Vgl. Bund Österreichischer Gebrauchsgrafiker (Hrsg.), a. a. o., S. 8.

Im Designbereich kämpften in der Zwischenkriegszeit Unternehmen wie die *Wiener Werkstätte* um ihr finanzielles Überleben, scheiterten aber letztlich. Einige Kunstrichtungen wurden in Österreich sogar nur gestreift, etwa das *Bauhaus*, und auch die funktionelle Gestaltung konnte sich in Wien kaum durchsetzen.²⁷⁵

Beeinflusst vom „fruchtbaren Boden“ des Fin de Siècle war zwar noch reichlich Potenzial bei den KünstlerInnen vorhanden, doch weder die wirtschaftliche noch die politische Situation ließen die Entwicklung einer „Szene“ zu, die österreichisches Design in großem Stil hätte entstehen lassen können. Dennoch kam es in Wien zu vielen großartigen Einzelleistungen, und einige DesignerInnen gingen mit ihren Arbeiten in die Geschichte ein.

Margarethe Schütte-Lihotzky, die sich als Architektin mit den Wohnbedingungen der notleidenden Wiener ArbeiterInnenbevölkerung auseinandersetzte, war eine der prägenden Persönlichkeiten österreichischen Designs der 1920er-Jahre. Sie war die erste Frau, die ab 1915 an der Wiener Kunstgewerbeschule studierte, und wurde eine der ersten sozial engagierten ArchitektInnen. Künstlerisch fühlte sie sich der Moderne verpflichtet, aber auch der gesellschaftlichen Veränderung, die zu dieser Zeit vor allem hinsichtlich der Rolle der Frau und der Rolle der ArbeiterInnenschaft spürbar war. 1926 wurde sie eingeladen, am Wohnbauprojekt *Das Neue Frankfurt* mitzuwirken, und sie entwarf die weltberühmte *Frankfurter Küche*, die erste Einbauküche der Welt. Damit wurde Hausarbeit nachhaltig erleichtert, und die Sparsamkeit, die sich in all ihren Entwürfen des Wohnbaus ausdrückte, passte sehr gut in die Jahre nach der Wirtschaftskrise und des (nahenden) Zweiten Weltkriegs.²⁷⁶

²⁷⁵ Nur Friedl Dicker und Franz Singer konnten für vermögende Bürger und pädagogische Einrichtungen ihre Ideen des Bauhaus-Stils realisieren.

²⁷⁶ Vgl. Noever, Peter (Hrsg.): Margarete Schütte-Lihotzky. Soziale Architektur. Zeitzeugin eines Jahrhunderts, Wien, 1993, S. 7ff.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde sie – als kommunistische Widerstandskämpferin – kaum mehr mit öffentlichen Aufträgen bedacht und erst im hohen Alter von Österreichs offizieller Seite gewürdigt.²⁷⁷

Mit Josef Frank verlor Österreich aus politischen Gründen einen weiteren wichtigen Designer. Frank war als Architekt beeinflusst von Adolf Loos und setzte sich kritisch mit der internationalen Moderne auseinander. Er stand für die individuelle Gestaltung der Wohnungen und Häuser, die sich nach dem Geschmack der jeweiligen Bewohner richten sollte.

1925 gründete er mit Otto Wlach das Einrichtungshaus *Haus und Garten*, das eines der ersten Möbelhäuser war, in denen Kunden moderne Einzelmöbel erwerben konnten. Von nun an widmete er sich mehr der Innenausstattung und dem Design von Einrichtungsgegenständen. 1928 war er maßgeblich an der Wiederbelebung des *Österreichischen Werkbundes* beteiligt, 1932 leitete er dessen städtebauliche Abteilung. Im Mai 1938 wurde *Haus und Garten* von den Nationalsozialisten beschlagnahmt, und Frank musste nach Schweden emigrieren, wo er – nach seinem Exil in New York zwischen 1941 und 1946 – in Zusammenarbeit mit *Svenskt Tenn*, einem der berühmtesten und wichtigsten schwedischen Designunternehmen, das skandinavische Design entscheidend mitentwickelte. Nach Österreich kehrte er nicht mehr zurück, er wurde vom offiziellen Österreich auch lange nicht gewürdigt, erst 1960 und 1965 wurden ihm Preise der Stadt Wien und der Republik verliehen.²⁷⁸

Auch im Bau von Automobilen und Flugzeugen, etwa in der Entwicklung der Stromlinienform, waren österreichische Konstrukteure und Ingenieure in der Zwischenkriegszeit in wichtigen Positionen beteiligt. Ein bekanntes

²⁷⁷ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S. 114f.

²⁷⁸ Vgl. Ott, Marlene: Josef Frank (1885-1967) – Möbel und Raumgestaltung, Wien, 2009, S. 7ff; und vgl. Beyerle, a. a. o., 114f.

Beispiel ist Ferdinand Porsche, der zuerst für Austro-Daimler und danach für die Steyr-Werke arbeitete (die später zu Steyr-Daimler-Puch fusionierten), bevor er sich selbstständig machte. Diese Unternehmen prägten mit ihren Produkten wie Lastwagen, Traktoren und Autos das Straßenbild. Ähnliches trifft auf die Motor- und Fahrräder von Puch zu.²⁷⁹

Ferdinand Porsche selbst war – vor allem in Zusammenarbeit mit anderen Österreichern – sehr erfolgreich: Mit Erwin Komenda konstruierte er etwa den Volkswagen, mit Komenda und Karl Rabe den Porsche Nr. 1 Typ 356, das erste Exemplar jener Luxuswagen, die zum Mythos wurden. Mit diesen Automobildesignern begann eine längere Tradition österreichischer DesignerInnen in diesem Bereich.²⁸⁰

Aufgrund der Rassenpolitik und des Kunstverständnisses des NS-Regimes kam es in allen gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Bereichen – und damit auch im Bereich Grafik und Design – zu markanten Einschnitten. 1939 wurde der *Bund der österreichischen Gebrauchsgrafiker* in die Reichskulturkammer der Nationalsozialisten eingegliedert und eigene Aktivitäten verboten. Er wurde erst 1945 wiederbegründet.²⁸¹

Es kam zu einem Aderlass an künstlerischem Potenzial – moderne Kunst wurde verboten, und zahlreiche KünstlerInnen mussten ins Exil gehen, von wo die meisten nicht mehr zurückkehrten bzw. seitens des offiziellen

²⁷⁹ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S. 118f und 122f

²⁸⁰ Ferdinand Alexander „Ferry“ Porsche leitete ab 1960 die Designabteilung von Porsche in Stuttgart und entwarf dort den 911er und 904er Carrera GTS Coupé, zwei der berühmtesten und besten Sportautos der 1960er-Jahre und darüber hinaus. Karl Wilfert begründete die Styling-Abteilung bei Mercedes Benz und war u. a. für den Typ 300 SL verantwortlich, der durch die aufklappbaren Flügeltüren bekannt wurde. Er schuf auch gemeinsam mit Béla Barényi die erste Sicherheitskarosserie der Welt, durch die Mercedes sein Sicherheitsimage begründete. Erwin Leo Himmel war Ende der 1980er-Jahre für eine gesamte Modellgeneration von Audi verantwortlich, in den 1990er-Jahren entwarf er für Seat die sehr beliebten Modelle „Ibiza“ und „Leon“, sowie das Seat Logo. (Vgl. Koller, Gabriele: Zwischen Tool und Touch. Superlative, in: Beyerle, a. a. o., S. 36f.

²⁸¹ Vgl. Design Austria: DA 75. Festschrift, Geburtstagssymposium. Wien, 2005, S. 14.

Österreichs auch nicht mehr zurückgebeten wurden. Besonders tragisch waren die Schicksale jener jüdischen bzw. politisch „unerwünschten“ KünstlerInnen, die in Konzentrationslager deportiert, eingesperrt und in der Folge meist gestorben sind bzw. ermordet wurden: Der Grafiker Julius Klinger wurde 1942 nach Minsk deportiert und kam dort um. Er war einer der bedeutendsten Grafiker seiner Zeit und gab 1923 das Musterbuch *Poster Art in Vienna* heraus.²⁸² Jura Soyfer, eine der größten dichterischen Hoffnungen der österreichischen Literatur, starb im KZ Buchenwald, der Kabarettist Fritz Grünbaum im KZ Dachau.²⁸³

Manche erlitten Repressalien, überlebten aber. Der Maler und Grafiker Otto Rudolf Schatz, der durch seine Holzschnitte zum Thema Industrie und Arbeit bekannt geworden war, wurde aufgrund seiner Heirat mit einer Jüdin und seiner politischen Einstellung Ende des Zweiten Weltkriegs in ein Außenlager des KZ Groß-Rosen inhaftiert. Da er an sozialdemokratischen Publikationen mitgearbeitet hatte, war er bereits 1934 vom austrofaschistischen Regime mit einem Publikationsverbot für die Büchergilde Gutenberg bedacht worden, deren wichtigster Illustrator er davor war.²⁸⁴ Er kehrte nach dem Zweiten Weltkrieg nach Wien zurück und wurde besonders von Kulturstadtrat Viktor Matejka gefördert.

Einen großen Bruch bedeutete die NS-Herrschaft im Bereich der Fotografie. Herbert Bayer, einer der bedeutendsten Fotografen, Maler und Grafiker Österreichs, emigrierte 1938 in die USA und kam nach dem Zweiten Weltkrieg nicht mehr nach Österreich.²⁸⁵ Robert Haas, ab den 1930er-Jahren international erfolgreicher Fotokünstler, musste 1938 emigrieren und kehrte ebenfalls nicht mehr nach Österreich zurück.²⁸⁶

²⁸² Vgl. Denscher, a. a. o., S. 137.

²⁸³ Vgl. Yates, W. E.: *Theatre in Vienna. A Critical History 1776 – 1995*, Cambridge 1996, S. 226; und vgl. Rathkolb, Oliver: *Führertreu und gottbegnadet. Künstlereliten im Dritten Reich*, Wien, 1991, S. 58.

²⁸⁴ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 186.

²⁸⁵ Vgl. Koller, Gabriele: *Vertreibung des Geistigen aus Österreich. Zur Kulturpolitik des Nationalsozialismus*, Wien 1985, S. 56.

²⁸⁶ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 292.

Trude Fleischmann war österreichische Fotokünstlerin und eine der ersten österreichischen Modedefotografinnen. Zwischen 1913 und 1916 machte sie eine Fotografieausbildung an der *Wiener Grafischen Lehr- und Versuchsanstalt* und eröffnete 1920 ein Atelier in Wien. Sie porträtierte bekannte Persönlichkeiten aus der Kunst- und Kulturszene, wie Adolf Loos, Peter Altenberg, Karl Kraus, Max Reinhardt und Paula Wessely. Auch Trude Fleischmann emigrierte 1938 in die USA und kehrte nach Ende des Zweiten Weltkriegs nicht zurück. Sie wurde durch ihre Modedefotografie in den USA berühmt und arbeitete für die Zeitschrift *Vogue*. In Österreich zeigte man erst 1982 erstmals eine Ausstellung ihrer Fotografien in der *Sammlung Fotografis*.²⁸⁷

Es waren KünstlerInnen aller Sparten, die nicht mehr nach Österreich zurückkehrten, unbekannte wie international renommierte. Der Maler, Grafiker und Schriftsteller Oskar Kokoschka, der als einer der Begründer des österreichischen Expressionismus galt (und dem auch eine internationale Karriere gelang), emigrierte 1938 nach London und lebte ab 1953 am Genfer See.²⁸⁸

Nur Einzelne kehrten aus dem Exil zurück, etwa Fritz Wotruba, einer der renommiertesten österreichischen Künstler des 20. Jahrhunderts. Er war 1938 in die Schweiz emigriert, kam aber 1945 wieder nach Wien, wo er Professor der *Akademie der Bildenden Künste* wurde. Später war er u. a. Bühnen- und Kostümbildner, etwa bei der Erstaufführung von *Ödipus* bei den Salzburger Festspielen 1965.²⁸⁹

²⁸⁷ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 240 und 269.

²⁸⁸ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 234.

²⁸⁹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 195 u. 220.

IV.3.3. Exkurs: Augarten Porzellan

1718 wurde in Wien die zweite Porzellanmanufaktur Europas eröffnet. Wiener Porzellan erfreute sich seit dem 18. Jahrhundert großer Beliebtheit und genoss Weltruf; dennoch geriet das Unternehmen immer wieder in finanzielle Schwierigkeiten und wurde per Beschluss des Parlaments 1894 geschlossen. Nach dem Ersten Weltkrieg wurde der Gedanke, neuerlich eigenes Porzellan zu erzeugen, wieder aufgegriffen und verwirklicht.²⁹⁰ Unter dem Namen *Wiener Porzellanfabrik Augarten AG zur Erneuerung und Fortsetzung der vormaligen staatlichen (Aerial-) Porzellanmanufaktur Wien* wurde die Firma im Jahr 1923 wiederbegründet.²⁹¹ Das Fabriksgelände in der Porzellangasse wurde bereits für andere Zwecke verwendet, und so entschloss man sich im Schloss Augarten, das früher als Veranstaltungsort für Feierlichkeiten und Konzerte gedient hatte, die Porzellanmanufaktur wieder zu eröffnen. Von besonderer Relevanz war die neue Porzellanmanufaktur für die *Wiener Werkstätte* (siehe Kapitel IV.2.3.), deren MitarbeiterInnen von nun an nicht mehr ausschließlich auf die Zusammenarbeit mit ausländischen Manufakturen angewiesen waren.

Im Eröffnungsjahr 1924 waren 18 MalerInnen, sechs bis acht FigurenretoucheurInnen, ein bis zwei SchleifarbeiterInnen, zwei ModelleurInnen, zwei bis drei DreherInnen und zwei bis drei GießerInnen beschäftigt, wobei es eine eigene Henkelgießerin gab.

1925 stellte sich mit einer Goldmedaille der erste große internationale Erfolg auf der Pariser Kunstgewerbeausstellung ein. Man begann daraufhin ab dem Jahr 1933, Repräsentanzen bzw. Verkaufsstellen einzurichten. Heute existieren noch zwei in Wien und je eine in Salzburg und Linz.

²⁹⁰ Vgl. Reisinger, Ursula: *Augarten Festschrift*, Wien, 1990, S. 64.

²⁹¹ Vgl. Neuwirth, Waltraud: *Porzellanmanufaktur Augarten*, Wien, 1992, S. 47.

Im Wiener Kunstleben etablierte sich die Manufaktur in den 1920er-Jahren als fixer Bestandteil,²⁹² sie wurde Mitglied im *Wiener Kunstgewerbeverein* und im *Österreichischen Werkbund* und beteiligte sich rege an in- und ausländischen Kunstgewerbeausstellungen.²⁹³

Die wirtschaftlichen Krisen blieben jedoch bestehen. Erst 1939, als der Aufsichtsrat der AG die Geschäftsleitung an Emil Friedl übergab, konnte eine Sanierung in Angriff genommen werden. Sie sicherte den Erfolg und ging mit dem Erwerb der Aktienmajorität durch die Stadt Wien im Jahre 1939/40 einher.²⁹⁴ Die Produktion während des Zweiten Weltkriegs war zwar stark beeinträchtigt, musste aber nicht stillgelegt werden.²⁹⁵

1984 wurde die AG in eine Ges. m. b. H. umgewandelt, ab 1986 betrieb die Porzellanmanufaktur *Augarten* eine eigene Schule für Porzellanmalerei. 1989 wurde die Kapazität der Porzellanmalerei – nach einer Gebäudeerweiterung – auf hundert MalerInnen aufgestockt, die Produktionsräume ausgelagert und im historischen Schlossteil repräsentative Ausstellungsräume eingerichtet.

1990 arbeiteten 270 Beschäftigte für *Augarten* Porzellan in Österreich. Die künstlerische Zusammenarbeit erfolgte mit dem *Museum für angewandte Kunst*, die Angebotspalette umfasste mehr als 10.000 Stück.²⁹⁶

Gegen Ende des 20. Jahrhunderts schwand die Bedeutung des *Augarten* Porzellans, den Designs haftete zunehmend etwas Altmodisches an. Der Betrieb war außerdem mit zu vielen MitarbeiterInnen ausgestattet, und nachdem die Firma auch mit Finanzspritzen nicht mehr überleben konnte, wurde im Juli 2003 der Konkurs angemeldet. Im Herbst desselben Jahres

²⁹² Vgl. Reisinger, a. a. o., S. 65.

²⁹³ Vgl. Neuwirth, a. a. o., S. 49f.

²⁹⁴ Vgl. Reisinger, a. a. o., S. 65.

²⁹⁵ Vgl. Neuwirth, a. a. o., S. 50.

²⁹⁶ Vgl. Reisinger, a. a. o., S. 65f.

wurde *Augarten* von der Firma *Value Management Services GmbH* übernommen. Dahinter steht Erhard Grossnigg, der schon mehrere österreichische Unternehmen saniert hat. Nach Umstrukturierungen und der Zusammenarbeit mit jungen DesignerInnen will das Unternehmen im Jahr 2014 ausgeglichen bilanzieren.²⁹⁷

²⁹⁷ Vgl. Der Standard, Sonderbeilage „Augarten Porzellan“, 25. 5. 2012.

IV.4. Die Nachkriegsjahre und die Sechziger:

Aufschwung und Internationalisierung

Die Zeit zwischen dem Ende des Zweiten Weltkriegs und den Jahren der Hochkonjunktur Ende der 1960er-Jahre, Anfang der 1970er-Jahre war in mehrerer Hinsicht stark von den Nachwirkungen des „Dritten Reichs“ sowie den Auswirkungen des Kriegsgeschehens vor allem in Wien, geprägt. Die Prioritäten waren der Wiederaufbau der Infrastruktur und der politischen wie gesellschaftlichen Strukturen. Die Besatzungsmächte in Wien setzten mit der Drei-Parteien-Regierung ab 21. Dezember 1945 Personen an die Macht, die nicht durch die Zeit des Nationalsozialismus belastet waren. Diese Generation litt bereits vor der Nazi-Zeit unter politischer Verfolgung, war teilweise im Exil oder sogar in Konzentrationslagern inhaftiert. Ein anderer Teil der Bevölkerung, der an den NS-Verbrechen aktiv beteiligt war, war zur selben Zeit im Prozess der Entnazifizierung. Insgesamt wurde aber österreichweit zum Thema Nationalsozialismus geschwiegen, man wählte sich privat und öffentlich als „erstes Opfer“.

Bis zum Staatsvertrag 1955, durch den Österreich die Neutralität zugesprochen wurde, was vor allem in der Zeit des Kalten Kriegs als Land zwischen den Fronten entscheidend für alle außenpolitischen und exportwirtschaftlichen Fragen wurde, war man besonders mit einer „Re-Austrifizierung“ beschäftigt, um sich deutlich von Deutschland zu distanzieren: Heimatfilme erlebten eine immense Popularität, mit den *Sissi*-Filmen über die beliebteste österreichische Kaiserin als Höhepunkt. Über die Ereignisse nach dem „Anschluss“ wollte man weder öffentlich noch privat allzu viele Worte verlieren, sondern lieber zurück zur Zeit davor. Diese Heimatverbundenheit drückte sich auch in Wien in einer Provinzialisierung aus, in der Restauration von Altem und in der Ablehnung der kritischen Intelligenz, die vor allem im Kunstbereich herbe

Rückschläge erlebte: Marc Chagall durfte den Eisernen Vorhang der Staatsoper nicht bemalen (sondern ein ehemaliger Nationalsozialist), Bert Brecht wurde boykottiert.²⁹⁸

Wirtschaftlich baute man ab 1945 auf den Strukturen der Betriebe, der Produktion und der Verwaltung des „Dritten Reichs“ auf, wenngleich durch die Zerstörung des Kriegs in der Stadt etwas gebremst. Wien war in kleinste Einheiten zerfallen, Tauschhandel, Schwarzmarkt und Plünderungen standen auf der Tagesordnung.

Um Beschlagnahmungen zuvorzukommen, wurde in den Nachkriegsjahren die Verstaatlichung großer Teile der österreichischen Industrie von beiden Großparteien – SPÖ und ÖVP – vorangetrieben, um die großen Industrien nicht in den Besitz der Alliierten zu bringen. Durch die festgesetzten, niedrigen Preise von Grund- und Schwerindustrie wie auch Elektrizität konnte die Privatwirtschaft unterstützt werden. Die Gelder des Marshallplans wurden in den ersten Nachkriegsjahren vor allem für die Lenkung von Investitionen verwendet. Wirtschaftspolitische Schwerpunkte waren die Steigerung von Exporten, der Ausbau des Fremdenverkehrs, Investitionen in den öffentlichen Verkehr und die Infrastruktur wie auch in die Fertigstellung von während der NS-Zeit begonnenen Großprojekten. 1954 kam es zu einer Steuerreform, die vor allem die kleinen und mittleren Einkommen entlasten und die Nachfrage stärken sollte.

Die Entwicklung schritt schnell voran: Österreich erlebte den Umschwung von der kapitalistischen hin zur fordistischen (und später post-fordistischen) Produktionsweise. Die ArbeiterInnen wurden zu KonsumentInnen, was sich auf Ernährung, Organisation der Familie,

²⁹⁸ Vgl. Sieder, Reinhard/ Steinert, Heinz/ Tálos, Emmerich, a. a. o., in: Sieder, Reinhard/ Steinert, Heinz/ Tálos, Emmerich (Hrsg.), a. a. o., S. 9ff.

Freizeitgestaltung und soziale Aufstiegsmöglichkeiten auswirkte. Während es der Landbevölkerung unmittelbar nach dem Krieg etwas besser ging, holte die Stadt schnell auf und wurde schon bald mit einer „modernen“ Lebensweise konfrontiert, zu der Mopeds, Autos, moderne Küchen etc. gehörten.

Bildung wurde im Fordismus immer mehr zu einem Thema, in den 1960er-Jahren wurden zahlreiche Allgemeinbildende Höhere Schulen eröffnet, die sich schnell großer Beliebtheit erfreuten und vor allem den Mädchen – die bald in größerer Zahl maturieren sollten – bessere berufliche Chancen und Perspektiven eröffneten und ein unglaubliches Arbeitskräftepotenzial erschlossen. Der jungen Generation wurde von der älteren zum Aufstieg verholfen, was vor allem durch Bildung und einen daraus folgenden „guten“ Arbeitsplatz realisierbar war. Besonders erstrebenswert war in den 1960er-Jahren der Eintritt in den Staatsdienst.²⁹⁹

Der künstlerische und kreative Wiederaufbau war hauptsächlich ein Anknüpfen an die Zeit vor dem Austrofaschismus bzw. der NS-Zeit und gelang nur mühsam. Eine Provinzialisierung, die an die Zwischenkriegszeit erinnerte, zog sich durch viele gesellschaftliche Bereiche. Filme, Musik und auch die Mode erinnerten an die „gute alte Zeit“. So wurde etwa die Tracht wieder modern und oft getragen, wohl auch, um das nationale und regionale Selbstbild nach der NS-Zeit wiederherzustellen.

Neben der Provinzialisierung kam es – vor dem Hintergrund der Präsenz der Besatzungsmächte – zu einer großen Beliebtheit des westlichen Lifestyles bzw. der USA; die ersten Vorboten dabei waren die CARE-Pakete, die dankbar angenommen wurden. Mit den Besatzungssoldaten kamen Nylon-Strumpfhosen, Kaugummi, US-Zigaretten, bald Coca Cola.

²⁹⁹ Vgl. Sieder, Reinhard/ Steinert, Heinz/ Tálos, Emmerich, a. a. o, in: Sieder, Reinhard/ Steinert, Heinz/ Tálos, Emmerich (Hrsg.), a. a. o., S. 9ff.

Durch die Einführung des Fernsehens ab 1955 und noch mehr durch die steigende Beliebtheit des Kinos und der amerikanischen Western- und Gangsterfilme wurde dieser Trend noch verstärkt.

Die Jahre ab 1953 gelten als Jahre des österreichischen Wirtschaftswunders. Im Jahr 1960 war der Höhepunkt des Wirtschaftswachstums erreicht, zwischen 1961 und 1967 kam es zu einem verlangsamten Wachstum bei gleichzeitiger Inflation. Die Industrie und die Bauwirtschaft verzeichneten Konjunkturerinbrüche, ebenso zahlreiche Großbetriebe des verstaatlichten Sektors.

Nach einer Diskussion entlang politischer Linien, ob Österreich dem EWR oder der EFTA beitreten solle, kam es schließlich – auch aufgrund außenpolitischer Überlegungen und des großen Widerstands der UdSSR – zu einem Beitritt zur EFTA, was in der Folge zu ökonomischen Schwierigkeiten führte, vor allem aufgrund des immer größer werdenden Handelsbilanzdefizits.

Den wirtschaftspolitischen Diskurs beherrschte die Befürchtung, dass sich die Wirtschaft zu sehr an Dienstleistungen orientierte und Österreich zum Billigreiseland – dem „Land der Skilehrer und Kellner“ – würde. Die Großparteien forcierten eine neue Industrialisierungswelle, die Datenverarbeitung wurde in ersten Ausprägungen genützt. Durch die Vollbeschäftigung war die Grenze der Arbeitskräfteexpansion erreicht, was zu höheren Löhnen führte. Die Ära der Strukturpolitik begann, und auf eine Phase der ÖVP-Alleinregierung (1966 – 1970) folgte eine lange Phase der SPÖ-Alleinregierung (1970 – 1983). Dennoch war aufgrund der seit mehreren Jahrzehnten geübten Sozialpartnerschaft und den ExpertInnen, die die Regierungen unterstützten, eine hohe Kontinuität gegeben.³⁰⁰

³⁰⁰ Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 481ff.

Die Nachkriegsjahre waren in Kunst und Kultur zum einen geprägt von den Auswirkungen des Jahres 1938: Fast alle modernen Stilrichtungen, wie die Abstraktion in der Malerei oder die VertreterInnen der Moderne in der Musik, wurden abgelehnt, ihre VertreterInnen zum Teil verfolgt. Jüdische Kunst war als „entartet“ bezeichnet, jüdische Geschäfte waren liquidiert oder „arisiert“ worden, und JüdInnen waren von der Gesellschaft ausgeschlossen und später verfolgt worden. Die oben beschriebenen Auswirkungen, die diese Zeit auf die KünstlerInnen hatte – meist Emigration oder Ermordung – ziehen sich bis in die Nachkriegsjahre und weit in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts. Nach Kriegsende 1945 wurde zur Beteiligung von ÖsterreicherInnen an dieser Verfolgung von JüdInnen und anderen Minderheiten seitens des offiziellen Österreich geschwiegen, ganz im Sinne der „Opferthese“, nach der Österreich primär als erstes Opfer des Nationalsozialismus galt und Teile seiner Bevölkerung an dessen Untaten nicht selbst beteiligt war.

Dadurch kam es lange Zeit zu keiner Entschuldigung oder gar zu einem Versuch, emigrierte KünstlerInnen bzw. Persönlichkeiten wieder zurück nach Österreich zu holen. Der Bruch 1938 und der darauf folgende Zweite Weltkrieg bedeuteten einen Aderlass an österreichischem kreativen Potenzial, was nicht nur qualitativ, sondern auch quantitativ zu beobachten ist (siehe Kapitel III.5.).

Der wirtschaftliche Aufbau nach dem Zweiten Weltkrieg gelang zwar sehr schnell, ein Bürgertum konnte sich aber nicht so rasch konstituieren. Ein besonders wichtiger Schritt für die Weiterentwicklung des Bereichs Mode, Grafik und Design nach dem Zweiten Weltkrieg war die *Erste große österreichische Kunstausstellung*, die von der *Berufsvereinigung bildender Künstler* im *Wiener Künstlerhaus* veranstaltet wurde. Sowohl die Landesverbände wie auch die *Secession*, der *Art Club*, das *Künstlerhaus* und die Künstlergruppe *Der Kreis* nahmen daran teil und stellten rund 800 Kunstwerke aus allen Bereichen aus. Die Ausstellung bot unter anderem

einen Überblick über das Kunsthandwerk, Plastiken, angewandte Malerei, Grafik und *Wiener Mode als Kunsthandwerk*.

Gut ein halbes Jahr nach Ende des Zweiten Weltkriegs im Dezember 1945 fand die erste Generalversammlung der wiederbegründeten *Vereinigung bildender Künstler Wiener Secession* statt.³⁰¹ Auch in anderen künstlerischen und kulturellen Bereichen wie Sport, Zeitungen, Theater, Musik, Radio und Kabarett wurde bereits 1945 ein rascher Wiederaufbau versucht. 1947 wurden von der Stadt Wien bereits zehn Preise für Kunst und Wissenschaft im Wert von 5.000 ÖS vergeben.³⁰²

Die von der Einkommenssituation abhängige Ausgabenstruktur schien ein Ausblick auf künftige Entwicklungsphasen zu sein: Die WienerInnen waren zuerst nach langen Jahren des Mangels bestrebt, Lebensmittel zu kaufen und deren Qualität zu verbessern. Nach dieser Phase wurde Kleidung gekauft, erst später verbesserte man die Wohnsituation bzw. die Ausstattung des Wohnraums, und schließlich folgten die Ausgaben für eigene Verkehrsmittel, Freizeit und Erholung. Die Versorgung mit Lebensmitteln begann sich in den 1950er-Jahren deutlich zu bessern, die entbehrungsreiche Kriegs- und Nachkriegszeit mündete in eine Esswelle. Zeitlich nur wenig verschoben kam in den 1950er-Jahren eine Bekleidungswelle hinzu.³⁰³ Die Preise für Bekleidung waren zwischen 1945 und 1952 besonders hoch und stiegen von Jahr zu Jahr stark an. Danach normalisierten sich die Verhältnisse, und die Preise wurden bis 1966 nur mehr moderat angehoben.³⁰⁴ Die Bekleidungsbranche profitierte trotz der hohen Preise bis zum Jahr 1951 besonders vom wirtschaftlichen Aufschwung und verlagerte sich von der Meterware zur Fertigung.³⁰⁵

³⁰¹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 143ff.

³⁰² Vgl. Ziak, Karl (Hrsg.): Wiedergeburt einer Weltstadt. Wien 1945 – 1965, Wien, 1965, S. 26ff.

³⁰³ Vgl. Eder, Franz X., a. a. o., in: Eder, Franz X. et al., a. a. o., S. 221.

³⁰⁴ Vgl. Tabelle Eder, Franz X., a. a. o., in: Eder, Franz X. et al., a. a. o., S. 268.

³⁰⁵ Vgl. Sandgruber, Roman: Vom Hunger zum Massenkonsum, in: Jagschitz, Gerhard (Hrsg.): Die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich. St. Pölten, 1995, S. 112 – 122, S. 112.

Auch die Verbreitung der Medien erlebte in diesen Jahren einen Boom. Die Anzahl der RadioteilnehmerInnen verdoppelte sich in den Jahren 1945 bis 1965 nahezu von rund 333.000 auf rund 631.000. Diverse Tageszeitungen und Magazine wurden gegründet, 1955 wurde die erste Fernsehsendung in Wien ausgestrahlt. Ab 1958 gab es tägliches Programm, die TeilnehmerInnenanzahl stieg in Wien zwischen 1958 und 1965 von rund 8.100 auf rund 234.000.³⁰⁶ Der Einfluss der Massenmedien nahm zu. Dadurch war für die Werbung ein völlig neues Feld offen, das auch zur Verbreitung von Modetrends beitrug. Aber auch die TV-Stars – waren es FernsehsprecherInnen oder SchauspielerInnen – inspirierten die Menschen vor dem Fernseher. Dasselbe galt für die Ausstattung der Kulissen, die allmählich zur Nachahmung in der eigenen Wohnung führten.

In den 1960er-Jahren vollzog sich in den Industriestaaten in der Gesellschaft und dahingehend auch in der Mode ein großer Wandel. Die junge Generation begann sich als eigenständig zu profilieren und gegen die Normen des konservativen Zeitgeistes zu stellen. Gegenbewegungen entstanden im öffentlichen wie im privaten Bereich. Damit ging auch die Mode einher, die Kleidung der jungen Menschen war gänzlich anders als jene der älteren. Paris verlor seine Vormachtstellung als alleinige Modemetropole, in London und den USA entstanden Modezentren, die einen gänzlich anderen Stil prägten. Der aufkommende Feminismus schlug sich direkt in der Kleidung nieder. Durch den Minirock wurde erstmals der weibliche Oberschenkel teilweise entblößt, was für die jungen Frauen eine neue, selbstbewusstere Stellung in der Gesellschaft zum Ausdruck brachte sowie eine neue Darstellung ihres Körpers bedeutete.

³⁰⁶ Vgl. Zilk, Helmut: Rundfunk und Fernsehen, in: Ziak, a. a. o., S., 263.

Die 1968er Bewegung ging zu dieser Zeit fast spurlos an Österreich vorbei. Hier setzte dieser gesellschaftliche Wandel erst verspätet – Mitte bis Ende der 1970er-Jahre – ein.

IV.4.1. Mode

Das Interesse an Mode war nach dem Zweiten Weltkrieg anfangs gering, bzw. es fehlten die Mittel, zu gravierend war noch immer der Kampf, sich ohne Strom, Gas, Wasser, Essen und anderen Dingen des täglichen Bedarfs zurechtzufinden. Es galt, erfinderisch zu sein: Aus zwei Kleidern wurde ein neues, Stoffe und Muster wurden willkürlich gemischt, um überhaupt etwas Tragbares am Leib zu haben. Die per Bezugsschein und Punktekarten erworbenen Kleider waren nicht gerade als „modisch“ zu bezeichnen.

Die tonangebenden Modehäuser hatten im Laufe des Kriegs schließen müssen.³⁰⁷ Erst als man die alltäglichen Bedürfnisse des Lebens wieder einigermaßen befriedigen konnte, begann man sich langsam für Mode zu interessieren, was erneut bei den Hüten begann. Die allgemeine Modelinie in den späten 1940er-Jahren war in Österreich eine extreme Form der Vorkriegslineie. 1945 wurde ein neues Handelskammergesetz geschaffen, das den Aufbau des Handwerks neu regelte, auch die Textilgeschäfte füllten sich langsam wieder mit Stoffen, wenngleich die größeren Stoffmengen für den Export bestimmt waren. Erstmals kamen chemische Fasern auf den Markt.³⁰⁸

Lediglich Fred Adlmüller (siehe Kapitel IV.4.1.) zeigte bereits am 28. März 1946 seine erste Nachkriegskollektion „Rosen aus Wien“ in München, die

³⁰⁷ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 30.

³⁰⁸ Vgl. Tomiczek, a. a. o., S. 30.

von internationaler Bedeutung war – auch Schauspielerinnen und Opernsängerinnen nahmen daran teil. Diese Kollektion, die international verkauft wurde, repräsentierte ein neues Österreich, das sich für die Welt öffnen wollte und dessen Bewohnerinnen sich die Modelle zwar vorerst nicht leisten konnten, jedoch dadurch wieder Modebewusstsein bzw. Interesse daran entwickelten.³⁰⁹

Bereits 1946 kam die erste österreichische Auslandsmessebeteiligung mit 58 Firmen zustande. 1947 beteiligte sich Österreich an der Triennale und exportierte im Bereich der Mode Damenoberbekleidung nach Belgien, Strickwaren nach Großbritannien, Strickwaren und Damenkleider in die Schweiz, Kunstseidentücher in die Tschechoslowakei, Damenkleider nach Australien und Modejournale nach Ungarn.³¹⁰

In der Ausbildung versuchte man trotz aller Probleme Weitblick zu zeigen und sorgte sich um den Nachwuchs im Bereich der Textilforschung. Das Schloss Hetzendorf wurde für die Modeschule der Stadt Wien gekauft, in der *Höheren Bildenden Lehranstalt für Textilindustrie Spengergasse* im 5. Wiener Gemeindebezirk wurde ein Forschungs- und Materialprüfungsamt eingerichtet.³¹¹ Zwei weitere Textilschulen gab es außerdem in Oberösterreich und Vorarlberg.³¹² Diese Schulen waren neu und besonders wichtig hinsichtlich der praktischen Erzeugung von Mode für die weiteren Jahrzehnte. In der Modeabteilung der *Hochschule für Angewandte Kunst* in Wien strebte man im Gegensatz dazu als Ausbildungsziel die Couture-Modellistik an, die AbsolventInnen sahen sich in erster Linie als KünstlerInnen.

³⁰⁹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 31.

³¹⁰ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 22.

³¹¹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 22.

³¹² Vgl. Dorner, a. a. o., S. 58.

Eine neue, internationale Modephase nach 1945 leitete der *New Look* von Christian Dior ein, der sehr feminin war und bei dem sehr verschwenderisch mit Stoff umgegangen wurde. In Österreich wurde ob der Stoffknappheit in den Modehäusern *Faschingbauer*, *Adlmüller*, *Höchsmann* und *Farnhammer* für Millionäre geschneidert, und gerade in der Ballsaison wurden die Modelle der Wiener Gesellschaft bewundert: Sie waren ganz nach österreichischer Tradition Ausdruck modischer Eigenständigkeit, angepasst an die internationale Modeszene.

1948 wurde die Textilbewirtschaftung aufgehoben, doch durch die knappe finanzielle Situation im Wien der Nachkriegsjahre (und die mehrmaligen Ermahnungen der Politiker, Frauen mögen mit den Stoffen nicht verschwenderisch umgehen), setzte sich der *New Look* nicht sofort durch; das Wiener Jerseykleid wurde aber nach und nach dahingehend adaptiert. Auch die „Wiener Bluse“ erfuhr eine Renaissance, und der Schuhhandel erlebte einen Aufschwung, als die Bezugsscheine wegfielen.³¹³

Ende der 1940er-Jahre neigte man dazu, den Kummer der Nachkriegsjahre vergessen zu wollen. Es wurde wieder gefeiert, und so war auch Mode für bestimmte Anlässe (wie Cocktailpartys, Bälle etc.) besonders gefragt. Strickmode war sehr wichtig, der Pullover wurde modern, woraus sich langsam auch das Twin Set entwickelte bzw. Jersey-Kleidung kombiniert mit gestrickten Teilen.

Bei den Männern war der lässige Stil der Amerikaner im Kommen, man kehrte vom britisch-inspirierten Stil ab. Chemiefasern wurden sehr wichtig, wenngleich der Konsument ihnen noch nicht zur Gänze vertraute und sie nach wie vor mit dem Ruf der Kriegersatzstoffe behaftet waren. Dennoch ermöglichten sie durch ihren Preis viel mehr Menschen den Kauf, denn Kleidung aus Chemiefasern war fast für jeden leistbar. Außerdem stellten sie sich als praktisch heraus: Man konnte sie leicht waschen, musste sie

³¹³ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 33.

nicht bügeln, und sie waren strapazierfähiger. 1954 forcierte die *Österreichische Textilzeitung*, dass Kunst- mit Naturfasern gemischt werden sollten, um die Vorteile beider Stoffe zu gewährleisten – ein Trend, der bis heute anhält.³¹⁴

Orientiert an Illustrierten oder Filmstars wie etwa Audrey Hepburn kleidete man sich Anfang der 1950er-Jahre der internationalen Mode entsprechend, welche die Linie von H auf A und wieder auf Y³¹⁵ änderte und so die Umsätze belebte. In Österreich fanden nun auch Stöckelschuhe, Nylonstrümpfe und Corsettes vermehrten Absatz.³¹⁶ Bei den Herren brachte der Wohlstand wieder gedämpfte Farben bei den Stoffen; man zeigte nach den modisch eher farbenfrohen frühen 1950er-Jahren gegen Ende des Jahrzehnts ein gewisses Understatement.³¹⁷

Mit Unterstützung der Alliierten (siehe auch Kapitel IV.1.) setzte man noch immer auf die Textilbranche als Wachstumsmotor und versuchte, mit verschiedenen Initiativen Schwung in diesen Bereich zu bringen.

1953 fand in Wien erstmals die *Internationale Wäschemodeschau* statt, bei der auch „Wiener Wäsche“ präsentiert wurde. Zwei Jahre später, im Jänner 1955, fand die erste *Wiener Damenmodewoche* statt, an der sich neunzig österreichische Firmen beteiligten. Ziel der Veranstaltung war, den Bestellmodus zu vereinfachen. Die Messe brachte einen Umsatz von 30 Mio. ÖS, die zweite *Wiener Damenmodewoche* (im Juni 1955) einen Umsatz von 40 Mio. ÖS.

³¹⁴ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 43f.

³¹⁵ Modeschöpfer Christian Dior überraschte 1954 die Fachwelt mit der einfachen, geraden H-Linie: Die Brust ist bis auf das Äußerste hochgepresst und die Taillenmarkierung zur Hüfte hinuntergeschoben, sodass eine stark verlängerte Taille entsteht; die Hüften bleiben unbetont. 1955 designte er in der A-Linie: die Silhouette ist an den Schultern schmal und schwingt zum Saum hin aus. Ihr folgte die Y-Linie, also Kleidung mit ausgeprägtem Reverskragen und einem weiten V-förmigen Oberteil, während die anderen Kleidungsstücke eng anliegend sind.

³¹⁶ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 45.

³¹⁷ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 46.

Eine andere Form der Modeschauen fand im Wiener *Gartenbaukino* vor Beginn der Filmvorführungen statt, und es wurden in der Aula des Kinos Modelle ausgestellt.³¹⁸

Der *Ring der Wiener Haute Couture* hatte sich bereits konstituiert, die DesignerInnen des Zusammenschlusses zeigten zweimal jährlich neue Mode.

Nach Abzug der Besatzungsmächte – was vor allem für Wien von großer Relevanz war – ging es mit der Mode bergauf. 1955 wurden in Österreich zwanzig Millionen Kleidungsstücke in 580 Betrieben hergestellt. Der Wert des Bekleidungsexports betrug 200 Mio. ÖS, allein für Damenoberbekleidung 75 Mio. ÖS.³¹⁹ An ihre frühere Bedeutung konnte die Bekleidungsindustrie allerdings nicht mehr herankommen. Während 1937 bei der letzten offiziellen Zählung noch 37.000 Beschäftigte in Österreich mit der Herstellung von Bekleidung beschäftigt waren, zählte man 1958 nur noch 18.200: Durch die „Arisierungen“ und Stilllegungen, den Krieg und die Technisierung der industriellen Herstellung hatte sich auch die Beschäftigtenzahl halbiert. Ein Drittel aller Betriebe befanden sich in Wien, sie waren hauptsächlich als Klein- und Mittelbetriebe organisiert.³²⁰

Viele Modekonfektionsfirmen wurden aufgebaut, oft organisatorisch mit der Industrie verbunden. Diese Betriebe starteten ambitioniert und prägten die österreichische Bekleidungsindustrie mehr oder weniger lange, überlebten aber zum Großteil nicht bis heute. Gerade durch die enge Verknüpfung mit der Industrie gingen diese Firmen großteils auch wirtschaftlich mit dem Einbruch der Textilindustrie ab den 1960er-Jahren unter. Dazu zählten unter anderem die *Modellwerke Bischitz, Corona*

³¹⁸ Vgl. Leinfellner, Christine: Silberwald, Sissi und Sexbomben. Der österreichische Film, Frauen und die Realität, in: Jagschitz, a. a. o., S. 54 – 63, S. 61.

³¹⁹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 66.

³²⁰ Vgl. Schöpf, Anton: Gewerbeförderung im Hinblick auf das Kleidermachergewerbe, Wien, 1959, S. 64; und vgl. Dorner, a. a. o., S. 69.

*Vienna, Günther Tassul & Co., Dobyhal & Co., M. Dujsik & Sohn, Siegfried Elias, Gloriette-Wäschefabrik, Josef Foggensteiner, Margrit Graf, Resi Hammerer & Co., Josef Hubers Erben, Jerlaine-Strick- und Jersey-Fabrik, Kleimeyer, Modehaus Lotte Knopp, Franz Kugler, Fanny Lemmermayer, Mitterhauser, Hiestand & Co., Hedy Müller, Lore Prandstätter, Franz L. Preminger, Friedrich Strankmüller, Agnes Suchina, Trachten Tostmann, WIDAMO – Dr. E. Kucera, WISPO, Pschikal & Co.*³²¹

Ende der 1950er-Jahre wurde Werbung immer wichtiger, und so setzte man auch im Kleidermacherhandwerk auf Gemeinschaftswerbung: Die Bundesinnung der Kleidermacher gab in den Jahren 1956 und 1957 zunächst jährlich 26.000 ÖS dafür aus. Im Jahr 1958 waren es schon 100.000 ÖS – das zeigt, dass diese Werbung für einen höheren Umsatz gesorgt haben muss.³²² Die Ungarn-Krise im Herbst 1956 hatte Einfluss auf die österreichische Textilbranche. Die *Österreichische Textilzeitung* rief den Textilgroßhandel dazu auf, den Ungarn-Flüchtlingen in Österreich Bekleidung und Textilien bereitzustellen. Der Einzelhandel florierte, die Umsätze stiegen, die Geschäfte waren häufig ausverkauft und die großen Markenfabriken nicht mehr lieferfähig.³²³ Unter den Ungarn-Flüchtlingen fanden sich zudem viele, die vor allem im 7. Wiener Gemeindebezirk in den Seitengassen der Mariahilfer Straße Bekleidungsgeschäfte eröffneten.

Während der 1950er-Jahre kam erstmals der Begriff „Jugendkultur“ auf. Zunächst einzelne Jugendliche wollten sich anders kleiden als die Erwachsenen und somit äußerlich deutlich als eigene Gesellschafts- bzw.

³²¹ Vgl. Lihwer, Otto: Wiener Mode, in: Ziak, a. a. o., S. 277; und vgl. Dorner, a. a. o., S. 64ff.

³²² Die Landesverbände zahlten zwischen 10.000 und 15.000 ÖS, die Bundeskammer freiwillig 60.000 ÖS, die Bundesinnung 16.000 ÖS als Pflichtbeitrag. Aus dem Stoffhandel kamen seitens der Industrie 24.000 ÖS, die staatliche Subvention betrug 10.000 ÖS. Die Bundesinnung der Kleidermacher war übrigens die mitgliederstärkste Gruppe der Bundeskammerorganisation. (Vgl. Schöpf, a. a. o., S. 65.)

³²³ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 70.

Altersschicht vom Rest abheben.³²⁴ Die Mode der jungen Generation insgesamt änderte sich dadurch, aber auch durch das Fernsehen und Nachrichten, die aus aller Welt kamen. Abseits der gängigen Mode für Erwachsene kleidete man sich als Teenager nach einem gruppenbewussten Konformdenken und orientierte sich an der US-amerikanischen College-Mode, trug Pullover, Jeans und Petticoats, anfangs vor allem Billigmarken, eine *Levis*-Jeans war für die wenigstens leistbar. Die österreichischen HerstellerInnen nahmen sich erst spät dieser Sparte an (vor allem, da dieser Trend anfangs vor allem importiert wurde), zumal das neue Styling anfangs noch auf einigen Widerstand, v. a. der Konservativen und der älteren Generation, stieß.³²⁵

Für die etablierte Mode wurden nun nach Pariser Vorbild Boutiquen geschaffen, die auch Accessoires führten für Kundinnen, die sich zwar kein Modellkleid leisten konnten, zumindest aber Accessoires berühmter DesignerInnen. Weiters begann damit langsam und unter den eher begüteteren Schichten jene bis heute andauernde Entwicklung, zunehmend internationale Marken zu erwerben (wohl auch mangels österreichischer, international bekannter Marken). Auch Kaufhäuser ließen von ihren LieferantInnen Boutiquen einrichten, in denen nur kleinere Stückzahlen oder Serien verkauft wurden. Fachboutiquen wurden eingerichtet, die sich bis heute von den Handelsketten abheben.³²⁶

1958 etablierte sich in Österreich der nahtlose Strumpf, den *Palmers* zum Preis von 39 Schilling verkaufte. Zuerst fand man die Strumpfhose im Winter eher im sportlichen Kontext, da sie größere Bewegungsfreiheit garantierte. Diese Strumpfhose war aber schließlich ein Baustein der Wäschemodewelle der späten 1950er-Jahre, in der schmucklose BHs und

³²⁴ Vgl. Schmid, Beate Dorothea: Lederjacke, Jeans und T-Shirt, in: Buxbaum, a. a. o., S. 77.

³²⁵ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 75.

³²⁶ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 76ff.

Slips zu finden waren. Es gab also weniger den Wunsch nach größerer Bewegungsfreiheit, als vielmehr den Wunsch, sich der Mode gemäß zu kleiden.³²⁷

Der wirtschaftliche Aufschwung Ende der 1950er-Jahre schlug sich unter anderem auch in der Mode nieder, wo nun die Nachfrage nach Pelzmänteln – auch hochpreisigen – so groß war wie nie zuvor. 1960 wurden der schwarze Persianer und der Nerz zum „Volksmantel“.³²⁸

Ende der 1950er-Jahre wurde das Dirndl wieder hochmodern. Diesmal war diese Mode nicht mehr ideologisch getrieben sondern wurde zum österreichischen Exporthit. Durch viele Verhandlungen mit Tiroler und Kärntner Lodenwebereien einerseits und Firmen in Paris und Mailand andererseits wurde ein entsprechendes Material produziert, und die Trachten-Couture, die in den 1930er-Jahren als *Austrian Look* begonnen hatte, konnte sich international durchsetzen. Die ersten österreichischen DesignerInnen waren die Geschwister Lanz in Salzburg, die vor allem zur Festspielzeit erfolgreich ihre Modelle verkauften. In den 1960er-Jahren war Resi Hammerer führend; Gexi Tostmann und die Salzburger Firmen *Salko* und *Schneiders* entwickelten den *Austrian Look* weiter und stimmten ihn mit dem gesamtösterreichischen Modestil ab.³²⁹

Auch die Bekleidungsindustrie erfuhr einen Strukturwandel. Von 600 Firmen waren in den 1960er-Jahren bereits hundert in ausländischen Händen, viele österreichische Traditionsbetriebe hatten an ihre Nachfolger innerhalb der Familie übergeben, etliche wurden neu gegründet. Die

³²⁷ Vgl. Saurer, Edith: Schweißblätter. Gedankenketten zu Frauengeschichte in den fünfziger Jahren, in: Jagschitz, a. a. o., S. 42 – 52, S. 50.

³²⁸ Vgl. Veigl, Hans: Die 50er und 60er Jahre. Geplantes Glück zwischen Motorroller und Minirock, Wien, 1996, S. 111.

³²⁹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 79ff.

meisten Betriebe spezialisierten sich, was zu einer deutlichen Verbesserung der Qualität führte: Qualitativ minderwertige Kleidung wurde aus Staaten mit niedrigerem Lohnniveau importiert. Viele Betriebe aus Wien zogen ins ländliche Gebiet, da es dort noch Arbeitskraftreserven gab. Wesentliche Gründe für die Abwanderung lagen an den niedrigeren Lohnnebenkosten wie auch den billigeren Betriebsgründen. In den 1950er-Jahren konzentrierten sich noch zwei Drittel aller Betriebe Österreichs auf die Bundeshauptstadt, 1965 waren es bereits weniger als die Hälfte.

1965 wurden zwanzig Prozent der österreichischen Bekleidungsproduktion in insgesamt 117 Länder exportiert, womit Österreich nach Belgien der zweitstärkste Bekleidungsexporteur Europas war.³³⁰ Für den österreichischen Export war vor allem die Sportartikel- und Sportbekleidungsindustrie von Bedeutung.³³¹

Die kleinen Spezialgeschäfte verloren nach und nach an Bedeutung, auch das Konsumverhalten änderte sich durch den wirtschaftlichen Aufschwung. Handelsketten entstanden, wie beispielsweise *Schöps*. Das Unternehmen wurde 1954 vom Neffen des Gründers übernommen und expandierte österreichweit. In den 1970er-Jahren war *Schöps* für tragbare, günstige Damenmode bekannt und beschäftigte zu Spitzenzeiten rund 1.000 MitarbeiterInnen. Eine weitere, österreichische Kette war *Kleider Bauer* (mit Sitz in Niederösterreich, gegründet 1951), die – wie auch *Schöps* – schwere Verluste ab Mitte der 1980er-Jahre hinnehmen mussten. *Schöps* wurde mehrmals verkauft und ist nun im Besitz eines internationalen Unternehmers mit mehreren Bekleidungsketten.³³²

³³⁰ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 95f.

³³¹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 109f.

³³² Vgl. <http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/406478/index.do?from=simarchiv>, 5. 2. 2010, 12:00; <http://derstandard.at/1218534076385>, 5. 2. 2010, 12:00; http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20081009_OTS0192, 5. 2. 2010, 12:00.

Der Erfolg dieser Ketten in den 1960er- und 1970er-Jahren konnte durch einen gesellschaftlichen Trend stattfinden: Die industriell gefertigten Güter wurden billiger, die Freizeitgestaltung verlagerte sich mehr und mehr außer Haus. Handarbeiten wie Stricken und Nähen waren nicht mehr zeitgemäß, nach und nach gab es keine Schnittmuster-Beilagen mehr in den Frauenzeitschriften. In den 1980er-Jahren erlebte der Trend eine kurze Renaissance, bevor Selbstgemachtes nahezu völlig aus der Mode kam.

In den 1960er-Jahren kam es zu einer ersten Globalisierungswelle, die das Bewusstsein auf das Ausland lenkte. Es wurde auf die internationalen ModekundInnen geachtet: In den Österreich-Pavillons auf den Weltausstellungen in Brüssel 1958, New York 1964/65 und Montreal 1967 wurde österreichische Mode gezeigt, Gruppenbeteiligungen gab es an der Herren-Mode-Woche in Köln, an der internationalen Modemesse in Kopenhagen, der Mode-Woche München, darüber hinaus verschiedene Firmen-Einzelbeteiligungen. Im Inland fand 1966 die 25. Wiener Damenmodewoche erstmals im Wiener Messepalast statt, insgesamt waren 164 Firmen präsent. Sie war zum damaligen Zeitpunkt die einzige Großveranstaltung dieser Art im EFTA-Raum. Bei der 28. Wiener Damenmodewoche waren sogar 225 Aussteller vertreten, womit sie zu einer der bedeutendsten Modeveranstaltungen Europas avancierte.³³³ Trotz dieser Erfolge entstand kein Design von Weltruf in Wien, die Messen nach Wien zu holen war eine Leistung für den Tourismus und den Wirtschaftsstandort, für die Etablierung einer bedeutenden „Wiener Mode“ hätten andere Maßnahmen gesetzt werden müssen.

Der Minirock löste in Österreich im Sommer 1966 große Diskussionen aus, ähnlich wie der *New Look* von *Dior* anno 1946. Als Gegenbewegung

³³³ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 106.

zur modernen Sachlichkeit sehnte man sich aber nach natürlichen Stoffen und traditionellen Mustern – der *Austrian Look* wurde durch die österreichischen SportlerInnen und das *Modesekretariat* (siehe Kapitel IV.5.1.) sowie während der *Wiener Damenmodewoche* Ende der 1960er-Jahre international bekannt. Vor allem die Amerika-Tournee, die bei der Weltausstellung 1967 in Montreal endete, war für Österreichs Textilbranche ein Erfolg.³³⁴

Im innerösterreichischen Textilhandel setzte ebenfalls ein Wandel ein – Selbstbedienungs- und Selbstauswahlmethoden begannen sich für eine Generation mit mehr Freizeit und mehr Kaufkraft ihren Weg in den Einzelhandel zu bahnen. Das stellte gleichzeitig neue Herausforderungen für die UnternehmerInnen dar, weil diese Entwicklung neue Formen der Beschäftigung, Öffnungszeiten und Erfordernisse an den Verkauf mit sich brachte.³³⁵

In den späten 1960er-Jahren waren Jeans der neueste Trend, vieles wurde von den USA übernommen und importiert, auch aus Deutschland importierte man Lederjacken und trug sie zum *Western-Look*. Markenimage wurde besonders wichtig, erstmals wurde dadurch auch für die Mittelschicht Differenzierung durch Kleidung möglich. Durch den aufkommenden Fremdenverkehr änderte sich die Mode, man ließ sich von Italien oder von noch fernerer Ländern inspirieren – der *Safari-Look* etablierte sich.³³⁶

Diese Trends, die fast ausschließlich importiert wurden, waren für die österreichischen BekleidungsherstellerInnen ein großes Problem, was zu teilweise erheblichen Umsatzeinbußen führte. Vor allem die Jeans, die nicht nur moderner, sondern auch bequemer und strapazierfähiger waren

³³⁴ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 130ff.

³³⁵ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 161ff.

³³⁶ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 196ff.

als andere Hosen, bewirkten ein Umdenken bei den heimischen HerstellerInnen, die zu dieser Zeit noch sehr in alten Mustern verhaftet waren.

IV.4.1. Exkurs: Fred Adlmüller

Fred Adlmüller war einer der bedeutendsten österreichischen Designer in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit internationalem Erfolg. In den 1950er-Jahren stieg er zum „Modekönig von Wien“³³⁷ auf, in den 1960er-Jahren stellte sich sein Erfolg auf internationaler Ebene ein.

Wilhelm Alfred Friedrich Franz Adlmüller kam 1909 in Nürnberg zur Welt. Er wuchs in behüteten Verhältnissen in einer Hoteliersfamilie auf, was ihn auf seine Kochlehre im noblen Münchner Hotel *Vier Jahreszeiten* vorbereitet hatte. Nach seinem Lehrabschluss starb Adlmüllers Mutter sehr plötzlich, was die Familie in große Schwierigkeiten – vor allem durch den lockeren Umgang, den der Vater mit dem Geld pflegte – brachte und Fred Adlmüller dazu veranlasste, seine Heimat zu verlassen.³³⁸

Im November 1929 kam Fred Adlmüller nach Österreich. Er wählte Wien, das zum damaligen Zeitpunkt dreimal so groß war wie München, zu seiner zweiten Heimat. Nachdem sein Startkapital aufgebraucht war, lernte er durch Zufall Ladislaus Czettel, Kostümbildner an der Wiener Staatsoper, kennen, der ihm eine Stelle als Volontär im renommierten Modehaus *Zwieback* in der Herrenmodenabteilung verschaffte.³³⁹ Das Haus *Ludwig*

³³⁷ Vgl. Frottier, Elisabeth/ Bast, Gerald (Hrsg.): W. F. Adlmüller, Mode – Inszenierungen + Impulse, Wien, 2009, S. 31.

³³⁸ Vgl. Schill, Herbert: Fred Adlmüller. Der Schönheit zu Diensten. Wien, 1990, S. 9ff; vgl. Frottier/ Bast (Hrsg.), a. a. o., S. 27.

³³⁹ Vgl. Schneider-Mannsau, Burgi: Mode, Wien 1989, S. 15.

Zwieback & Bruder war damals eines der modernsten und besten Modehäuser Wiens. Hauseigene Ateliers fertigten Kollektionen an, die in den Filialen in Graz, Budapest und Karlsbad verkauft wurden. Die Verkaufsstrategien mit großen, farbigen Annoncen sowie Aktionsverkäufen waren für damalige Zeiten äußerst fortschrittlich. Fred Adlmüller arbeitete sich geschickt vom Volontär zum beliebtesten Verkaufsberater der Herrenabteilung hoch. Danach schlug ihm die Chefin, die mit dem hauseigenen „Tearoom“ unzufrieden war, vor, von der Mode wieder zur Gastronomie zu wechseln und den „Tearoom“ zu führen. Er wollte dies aber in Eigenverantwortung tun, wogegen sich die Besitzerin sowie der Geschäftsführer wehrten. Adlmüller verließ daraufhin gekränkt das Modehaus und suchte erneut eine Anstellung in der Modebranche. Ignaz Sass, Chef des vornehmen, britischen Modehauses *Stone & Blyth*, engagierte ihn sofort und schickte ihn in die Filiale nach Bad Gastein, damals ein Kurort von Weltruf. Dort mischte sich Adlmüller unter die feine Gesellschaft und übte sich im Umgang mit der Aristokratie und der europäischen Prominenz.

In Bad Gastein erfolgreich, wurde Adlmüller wenig später nach Wien zurückgeholt, um das Angebot an Damenmode im Geschäft zu erweitern. Dafür wurden im Salon Modelle von internationalen DesignerInnen kopiert, wobei Adlmüller nicht nur in der Auswahl Geschmack bewies, sondern sie auch sehr gut anfertigte. Er perfektionierte sein Können in den folgenden beiden Jahren, reiste zu internationalen Modeschauen und stellte 1933 seine erste eigene Kollektion vor, in die das Modehaus *Stone & Blyth* große Hoffnungen steckte, vor allem in Hinblick auf die große internationale Modeausstellung in der Wiener Hofburg im selben Jahr. Die Reaktionen in der Öffentlichkeit waren durchwegs positiv, und Adlmüller avancierte zu einem angesehenen Mitglied der Wiener Modeszene und auch der Wiener Gesellschaft. Fred Adlmüller war Perfektionist und dirigierte seine Modeschauen selbst. Er wurde zum gefragten Mode- und Stylingberater in der Oper und im Theater, bis er schließlich nach 1936 Kostümentwürfe und Ausstattung für das *Burgtheater* und die *Staatsoper*

in Wien, die *Deutsche Oper* am Rhein in Düsseldorf, das Nationaltheater in München und die *Metropolitan Opera* in New York machte. Er etablierte sich – mit seinem eigenen Geschäft, das dem Ehepaar Sass gehörte – mehr und mehr. 1938 setzten die nationalsozialistischen Machthaber Frank Keller als „kommissarischen Verwalter“ für dieses „jüdische“ Geschäft ein, bis es schließlich von Heribert Schindelka im Zuge der „Arisierung“ übernommen wurde. Adlmüller führte den Salon aber weiterhin. Das Ehepaar Sass, das Adlmüller bis dahin bei seiner Karriere unterstützte und denen auch Adlmüllers Geschäft gehörte, emigrierte.

Der Zweite Weltkrieg unterbrach Adlmüllers Karriere, da sowohl die Materialbeschaffung schwierig war als auch die Rahmenbedingungen insgesamt schlecht waren. Privatkundschaft blieb aus, Adlmüller beteiligte sich daher vorwiegend bei Filmausstattungen.³⁴⁰

Nach dem Zweiten Weltkrieg war er schnell wieder im Geschäft. 1948 wurde das Geschäftslokal, das Adlmüller nach 1945 leitete, wieder an das Ehepaar Sass zurückgestellt. 1950 übernahm es Adlmüller gegen eine Leibrente.

Er schneiderte für Österreichs Elite, war Vertreter der österreichischen Haute Couture und hatte bereits Ende der 1950er-Jahre internationale, teils bekannte Kundinnen, vor allem aus den Adelshäusern. Es folgten neben den Anerkennungen in Österreich die ersten internationalen Preise. Ebenso relevant für sein Schaffen waren nach wie vor seine Film- und Bühnenkostüme. Er selbst verkehrte ebenfalls in den Kreisen der Kunst, Industrie und Politik. Sein Interesse an der „Upper Class“ war vorwiegend ökonomisch begründet, künstlerisch war er auch durchaus an der in den 1970ern entstehenden U-Mode (siehe Kapitel IV.5.1.) interessiert und engagiert, obwohl diese einen Gegenpol zu seinen Entwürfen darstellte.

³⁴⁰ Vgl. Schill, a. a. o., S. 15; vgl. Frottier/ Bast (Hrsg.), a. a. o., S. 28f.

Sein Einfluss ging über die Ausstattung der „Reichen und Schönen“ hinaus. Sein Geschäftslokal war maßgeblich für die Wienerinnen, die aufwändig gestalteten Auslagen wurden mindestens einmal im Frühling und einmal im Herbst aufgesucht um zu sehen, was es Neues in der Mode gibt. Adlmüller entwickelte eine eigene Marke und stach in diesem Bereich im Marketing im Gegensatz zur Konkurrenz hervor: Sein Geschäft war in einheitlichem Corporate Design durchgestylt – Briefpapier, Einladungen, Tragtaschen, Holzkleiderbügel – und es gab ein Parfum *Eau de Vienne*, spezielle Modeschauen und eine abgestimmte Salon-Ausstattung.

Adlmüller versuchte, den Spagat zwischen Theorie und Praxis zu schaffen, indem er u. a. Projekte mit verschiedenen AuftraggeberInnen aus der Designindustrie initiierte (etwa Hostessenkostüme für die *Austrian Airlines*). Zwischen 1973 und 1979 lehrte er an der *Universität für Angewandte Kunst*. Im Sinne des Gesamtkunstwerks und der Kreativität kooperierte er mit anderen Abteilungen der *Universität für Angewandte Kunst*, etwa mit der Schmuckabteilung, der Stoffabteilung etc.

Er nahm seine Lehrtätigkeit sehr ernst, stiftete unter anderem das *Adlmüller-Stipendium* aus seinem Vermögen im Wert von 10 Mio. ÖS, das nach wie vor junge Menschen an der *Universität für Angewandte Kunst* in Anspruch nehmen.³⁴¹

1985 wurde sein Geschäft an die Firma *Palmers* verkauft, vier Jahre später starb Adlmüller 80-jährig in Wien, 2002 wurde der Salon endgültig geschlossen.³⁴²

³⁴¹ Vgl. Frottier/ Bast (Hrsg.), a. a. o., S. 21ff, S. 55, S. 98ff, 162f.

³⁴² Vgl. Frottier/ Bast (Hrsg.), a. a. o., S. 36.

IV.4.2. *Grafik, Design, Fotografie*

In den Jahren nach 1938 war viel Potenzial an GebrauchsgrafikerInnen verloren gegangen; nicht alle, die emigriert waren, kehrten zurück. Dennoch war der Aufbauwille des *Bundes der Österreichischen Grafik* unerschütterlich, man veranstaltete 1947 eine Ausstellung in Wien und 1948 eine weitere in Salzburg.³⁴³ Trotz Papiermangels wurde intensiv gedruckt und plakatiert, Baulücken wurden mit Plakatwänden geschlossen.

Auch das politische Plakat gewann zunehmend an Bedeutung: Zwar gab es bereits im und nach dem Ersten Weltkrieg eine dahingehende Tradition³⁴⁴, aber direkt nach Ende des Zweiten Weltkriegs war es geradezu so, dass Wahlplakate das Stadtbild prägten. Victor Slamas Werbung für die antifaschistische Ausstellung 1945 mit dem Titel *Niemals vergessen!* ging in die Design-Geschichte ein.³⁴⁵

Der Fotografie als Kunstgattung blieb in Österreich lange Zeit die Anerkennung verwehrt. Zugleich erlangten einige österreichische FotografInnen internationales Renommee. Das Ende des Kriegs verhalf dem Fotografen Ernst Haas, der die ersten Heimkehrer aus russischer Gefangenschaft fotografierte, zum weltweiten Durchbruch. Er war einer der Begründer der modernen Farbfotografie und zog 1951 nach New York.³⁴⁶

Eine weitere Ausnahmeerscheinung war der Fotograf Erich Lessing. Er wurde 1923 als Sohn einer bürgerlichen jüdischen Familie geboren. Sein

³⁴³ Vgl. Bund Österreichischer Gebrauchsgrafiker, a. a. o., S. 8.

³⁴⁴ Beispiele dafür sind die Werbung für Kriegsanleihen oder Karl Kraus' Aufforderung per Plakat im Jahr 1927, der Wiener Polizeipräsident solle zurücktreten.

³⁴⁵ Vgl. Bauer, Erwin K., a. a. o., in: Designlandschaft, a. a. o., S. 63.

³⁴⁶ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 256.

Vater starb 1933, er konnte 1939 nach Palästina fliehen, seine Mutter und Großmutter kamen in Konzentrationslagern um.

Lessing kehrte 1947 nach Österreich zurück und wurde Fotoreporter für eine amerikanische Nachrichtenagentur. In der Folge spezialisierte er sich auf Konferenzen, auf den kommunistischen Osten und – nachdem er miterlebt hatte, wie die Ungarische Revolution 1956 niedergeschlagen wurde, was ihn sehr prägte – mehr und mehr auf die Kunstgeschichte. Erich Lessing ist seit 1951 Mitglied der internationalen, renommierten Fotografen-Kooperative *Magnum Fotos*, und hat in Österreich zahlreiche Preise und Auszeichnungen erhalten.³⁴⁷ Ein sehr umfangreiches Fotoarchiv dokumentiert sein Schaffen, im Frühling 2012 eröffnete er eine Galerie in Wien, in der seine Werke ausgestellt und zum Kauf angeboten werden.

Abseits dieser Einzelfälle verlief die künstlerische Entwicklung der Fotografie in Österreich zwar ähnlich wie im restlichen Europa, aber in einigen Bereichen, wie etwa der Ausbildung für künstlerische Fotografie oder einem Museum für Fotografie, gab es im Gegensatz zu Deutschland, Frankreich oder England Defizite. Vergleicht man Europa mit den USA, ist ein noch größerer Unterschied in der Entwicklung zu erkennen. So war etwa bereits in den 1930er-Jahren eine eigene Abteilung für Fotografie im *Museum of Modern Art* in New York City eingerichtet worden. In Österreich entstanden erst in den 1970er- und 1980er-Jahren wichtige, dezentrale Einrichtungen, wie Galerien, Zeitschriften und Symposien, die maßgeblich für die Entwicklung eines öffentlichen Bewusstseins im Bereich der Fotografie waren. Bedeutend für diese Entwicklung waren vor

³⁴⁷ Vgl. Lessing, Erich: *Vom Festhalten der Zeit. Reportage-Fotografie 1948 – 1973*, Wien, 2002, S. 7ff und 452.

allem Heinz Cibulka, Manfred Willmann, Paul Albert Leitner, Robert F. Hammerstiel, Leo Kandl, Peter Dressler und Otmar Thormann.³⁴⁸

In der Fotografie begann sich ein erster Wandel in der eigenen Wahrnehmung abzuzeichnen. Fotografie und Bildende Kunst standen sich in Österreich seit den 1950er-Jahren zunächst in einem ambivalenten Verhältnis gegenüber. Die *Wiener Gruppe*, die Kunstrichtungen *Aktionismus*, *Konzeptkunst* und *Medienkunst* bildeten wesentliche Etappen für die Einbeziehung der Fotografie. Valie Export, Peter Weibel, Gottfried Bechtold, Friederike Pezold und Gerhard Rühm waren die ProtagonistInnen, welche die Untersuchung des Bildes auf Wirklichkeitsreferenz, Apparat, Dekonstruktion und Geschlechterdifferenz vertraten.³⁴⁹

Anfang der 1960er-Jahre stiegen zunächst die Ausgaben für die Wohnkultur, was unter anderem damit zusammenhing, dass sich die Freizeitgestaltung – vor allem durch das Aufkommen des Fernsehers – immer mehr im eigenen Wohnzimmer abspielte.³⁵⁰ Nach dieser Phase des Konsums wandte man sich der Gestaltung neuer Lebensräume – insbesondere im Freizeitbereich – zu. Vor allem durch den Boom des Wintersports etablierten sich bekannte Marken wie *Fischer*, *Tyrolia*, *Kneissl*, *Carrera* und *Doppelmayer*.³⁵¹

Der Bereich Design litt unter den anfangs ungünstigen Rahmenbedingungen. Hauptsächlich galt der Gedanke bis weit in die 1950er-Jahre dem Wiederaufbau, nur wenige konnten sich Design – abgesehen

³⁴⁸ Vgl. Aigner, Carl: Phänomen Fotografie. Tendenzen zeitgenössischer Fotokunst, in: Denscher, a. a. o., S. 289 – 290, S. 289.

³⁴⁹ Vgl. Aigner, a. a. o., in: Denscher, a. a. o., S. 289 – 290, S. 290.

³⁵⁰ Vgl. Veigl, a. a. o., S. 111f und S. 134.

³⁵¹ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S.

von den Einrichtungsgegenständen des *Sozialen Wohnens* – leisten. Dennoch waren einige Firmen, deren Hauptaugenmerk auf Design lag, im Aufbau: die Werkstätten *Auböck* und *Hagenauer*, die Möbelfirma *Sonett*, das *Lilienporzellan* und die Leuchtenfirmen *Kalmar* bzw. *Nikoll Leuchten*.³⁵²

Moderne Möbel wurden vom nach dem Krieg neu gegründeten *Österreichischen Werkbund* designt, der sich unter dem Motto „Gute Form für Alle“ bei seinem Design auf Walter Gropius und den *Bauhaus*-Stil berief. Auffällig war jedoch insbesondere eine starke Orientierung an die USA. Die erste Schau des *Österreichischen Werkbundes* nach dem Krieg 1953 in der Wiener Kunstakademie weckte starkes Interesse, ebenso die *Soziales Wohnen*-Schau zuvor. Die präsentierten Gegenstände wurden vom Publikum als Kunsthandwerk, das sich jeder leisten konnte, betrachtet.³⁵³ 1958 wurde das *Österreichische Institut für Formgebung* von Karl Schwanzer gegründet, das bis zur Schließung 1998 zahlreiche Impulse zur Bildung eines nationalen Designbewusstseins geben konnte, etwa die Einrichtung eines Staatspreises für Design.³⁵⁴

In der Ausbildung wurde von Franz Hoffmann die Studienrichtung Industrial Design gegründet. Er, Oswald Haerdtl, Franz Hagenauer und Alfred Soulek bildeten zu dieser Zeit wichtige Designer wie Udo Proksch, Arno Grünberger, Ernst Graf und Robert Stieg aus und etablierten eine herausragende Designer-Generation.³⁵⁵

Punktuell waren DesignerInnen in Nischen erfolgreich, wie etwa Udo Proksch alias Serge Kirchhofer, der für *Carrera*-Brillen desigte. Beispiele wie diese reichten aber nicht, um ein österreichisches, nationales

³⁵² Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S.

³⁵³ Vgl. Veigl, a. a. o., S. 60.

³⁵⁴ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S.

³⁵⁵ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S.

Designbewusstsein zu schaffen. Hauptsächlich traten in diesem Zeitraum die ArchitektInnen in den Vordergrund, die auch für die Aufarbeitung der Kunst- und Designgeschichte sorgten.³⁵⁶

IV.4.3. Exkurs: Soziales Wohnen

Nach dem Zweiten Weltkrieg galten sämtliche Bemühungen dem Wiederaufbau. In Wien wurden – passend zur Zeit des Mangels, aber auch angepasst an die kleineren Familien mit weniger Kindern – viele kleine Wohnungen gebaut. Die gängigen Möbel, die meist vererbt wurden, wirkten darin oft überdimensioniert. Die Nachfrage nach Möbeln wäre dementsprechend groß gewesen, die Mehrzahl der ArbeiterInnen konnte sich neue Tischlereientwürfe jedoch nicht leisten. Diesen der Zeit und dem gesellschaftlichen Wandel geschuldeten Anforderungen musste Rechnung getragen werden.

Von der Frauenbewegung der SPÖ wurde in Zusammenarbeit mit dem Architekten Franz Schuster, der im *Neuen Frankfurt* mit Grete Schütte-Lihotzky bereits Erfahrung auf diesem Gebiet gesammelt hatte, ein neues Einrichtungskonzept entwickelt. Die Idee der Einfachheit stand im Vordergrund: Klare Formen, zarte Farben und dezente Muster wurden verwendet; vor allem die Küche sollte unter Einbeziehung der Technik die Hausarbeit erleichtern und Zeit sparen. Bei der ersten Ausstellung waren die ArbeiterInnen wenig begeistert von diesem Konzept, der bürgerlichen Mittelschicht gefiel es weitaus besser. In der Folge hatte dies wiederum für die ArbeiterInnen, die sich zunehmend der Mittelschicht zugehörig fühlten, Vorbildcharakter. Leistbar war das neue Wohnen allerdings vorerst noch nicht, weder für die potenziellen KäuferInnen noch für die ErzeugerInnen

³⁵⁶ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S.

und HändlerInnen. Aus diesem Grund schlossen sich 1952 die Wiener Arbeiterkammer, die Wiener Handelskammer, der ÖGB und die Gemeinde Wien zusammen, um mit dem Projekt *Soziale Wohnkultur* (SW, auch *Soziales Wohnen*) darauf zu reagieren und die Finanzierbarkeit der Einrichtungsgegenstände zu gewährleisten.

Eine Reihe von Fachleuten entwarf Prototypen nach den Kriterien der Schönheit, Zweckmäßigkeit und rationellen Herstellung, die 1952 von den BesucherInnen einer Ausstellung bewertet wurden. Die beliebtesten Stücke wurden ausgewählt und in Serie produziert. Den KäuferInnen wurde ein Kreditsystem zur Verfügung gestellt, der Verein *Soziales Wohnen – Möbelaktion, Verein für Soziale Wohnkultur (SW)* wurde als organisatorische Stelle in Wien gegründet und bereits 1954 erhielt man in einigen Wiener Möbelgeschäften die SW-Möbel. Schon im Anfangsjahr wurden 13 Mio. ÖS Umsatz erzielt, fünf Jahre später waren es 100 Mio. Ende der 1950er-Jahre bekam man die SW-Möbel bereits in 280 Geschäften österreichweit, die von VertreterInnen des Vereins betreut wurden. Der erste österreichweite Möbelverein war gegründet.

Das Design und die Idee der Möbel waren einzigartig. Sie passten – vor allem durch das große Angebot an Klappstühlen, Klappstischen und Klappbetten – in die neuen, kleinen Gemeindewohnungen und waren als Aufbauprogramm gedacht, das man nach und nach vervollständigen und in unterschiedlichen Kombinationen variieren konnte.³⁵⁷

Der Einfluss aus den USA ließ sich zu dieser Zeit auch im SW-Design nicht verleugnen. Die Couchecke, der große Esstisch in der Raummitte, Schalensessel und freischwingende Stehlampen waren typisch für den in den USA vorherrschenden Stil, den man in Österreich damit adaptierte. Dennoch fand nicht jeder Gefallen daran, das Design war umstritten: Die Wohnkulisse der zur damaligen Zeit beliebten Fernsehfamilie Leitner

³⁵⁷ Vgl. Jagschitz, a. a. o., S. 139f.

zeigte noch immer in guter alter Tradition *Augarten* Porzellan und einen gekachelten Kamin.³⁵⁸

1956 bestand das *SW*-Angebot aus zwei Serien Wohn- und Schlafzimmere Möbel sowie einer Serie Küchenmöbel, der *Wiener Einbauküche*. 1958 wurde das Angebot größer, es gab alle Einrichtungsgegenstände sowie diverse Kleinmöbel, Matratzen und Stoffkollektionen. Erstmals wurden Polstermöbel in Serie produziert. In den 1960er-Jahren bot man verschiedenfarbig furnierte Möbel mit eingelegten Streifen, in Hochglanzpolitur oder matt, an und bezeichnete die Serie als *Wiener Wohnkultur*. Zehn Jahre nach seiner Gründung hatte der Verein sein Ziel, leistbare Möbel für ein Massenpublikum zur Verfügung zu stellen, erreicht. *SW* hatte sich verändert und die LieferantInnen sahen sich zunehmend imstande, die Entwürfe selbst zu liefern. Der formale Aspekt war fortan weniger wichtig, die qualitative Ausführung der Möbel verschlechterte sich.

Der Grundgedanke der *SW*-Möbel, den neu geschaffenen Wohnraum mit billigen Möbeln auszustatten, hatte keine derartige Relevanz mehr, die KonsumentInnen sahen sich bereits nach ersten Luxusgütern um. Die ErzeugerInnen konnten aufgrund der guten Wirtschaftslage die Kredite zurückzahlen, waren nicht mehr abhängig und kündigten ihre Mitgliedschaft beim *SW*-Verein. Auch die Gemeinde Wien wollte keine Kredite mehr vergeben, und so löste sich der Verein 1976 auf.³⁵⁹

³⁵⁸ Vgl. Veigl, a. a. o., S. 59f.

³⁵⁹ Vgl. Jagschitz, a. a. o., S. 140f.

IV.5. Die Siebziger- und Achtzigerjahre: Aufbruch und „Szene“

Die 1970er-Jahre begannen inmitten in einer langen Phase der Hochkonjunktur, die 1968 einsetzte und bis 1973 andauern sollte. Die Expansion der Arbeitskräfte gelang nur mehr durch GastarbeiterInnen, die im Jahr 1973 8,7 Prozent aller Erwerbstätigen in Österreich ausmachten. Die Betriebe, vor allem die der verstaatlichten Industrie, tätigten hohe Investitionen.

Beide Großparteien vollzogen Reformprozesse, vor allem die Parteiobmannschaft von Bruno Kreisky veränderte die Sozialdemokratie, die ab 1970 mehrere Jahrzehnte lang an der Spitze der Österreichischen Bundesregierung stand und in den 1970er-Jahren für eine herausragende Wirtschaftspolitik sorgten. Die Sozialdemokratie veränderte ihren wirtschaftspolitischen Kurs nicht bereits mit Kreiskys Kanzlerschaft 1970 oder der Alleinregierung 1971, sondern erst 1975 als Reaktion auf den ersten Ölschock 1973. Indem ein Budgetdefizit für den Erhalt der Vollbeschäftigung in Kauf genommen wurde und gleichzeitig eine Hartwährungspolitik mit Bindung an die Deutsche Mark, die einer steigenden Inflation vorbeugen sollte, verfolgt wurde, entstand der Austro-Keynesianismus als bestimmende Wirtschaftspolitik in den 1970er-Jahren. In diesem System waren öffentliche bzw. verstaatlichte Betriebe zusätzliche Steuerungsinstrumente, vor allem was die Investitionstätigkeit betraf.

Der Ausbau des Sozialstaats im Rahmen des Fordismus, in dem sich auch ArbeiterInnen und Angestellte Häuser, Urlaube und ein wenig „Luxus“ leisten konnten, überdeckte den Klassenkonflikt. Durch die nach wie vor starke Sozialpartnerschaft kam es zu einem ausgeprägten sozialen Frieden, hoher öffentlicher Sicherheit und einer geringen Anzahl von Streiktagen.

Die 1980er-Jahre brachten in jeglicher Hinsicht einen Wandel mit sich. Die Ölpreiserhöhung 1979 bewirkte in den Folgejahren einen Rückschlag für die verstaatlichte Grundstoffindustrie, etwa die *VÖEST-Alpine AG* und die *Chemie Linz AG*. Dazu kam eine weltweite Rezession zwischen 1981 und 1985, was schließlich gravierende Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt hatte. Die Jahre der Vollbeschäftigung gingen zu Ende, ab dem Jahr 1982 herrschte strukturelle Arbeitslosigkeit in Österreich.

Durch eine neuerliche Modernisierungswelle kam es zum Übergang vom Fordismus zum Post-Fordismus, der sich auf der Produktionsseite durch Internationalisierung, weitere Flexibilisierung durch Mikroprozessoren und die Optimierung der Zulieferung von Rohstoffen und Halbfertigprodukten sowie durch die Ablösung der Fließbandarbeit von kleinen FacharbeiterInnenteams charakterisiert. Der Leistungsdruck stieg erneut, wer schlecht ausgebildet war, dem Druck nicht standhielt bzw. generell eingespart werden konnte, wurde entlassen oder musste Teilzeit- oder Leiharbeit in Anspruch nehmen, was mit einer geringeren sozialen Absicherung verbunden war. Diese Entwicklung führte zu einer Spaltung in der Gesellschaft zwischen denen, die noch nach den fordistischen Regeln arbeiten und konsumieren konnten, und den VerliererInnen in diesem Prozess. Jene, die an den (sozialen) Rand der Gesellschaft gedrängt wurden und auf die der Druck stieg, reagierten, indem sie anderen Bevölkerungsgruppen die Schuld an ihrer Misere gaben – AusländerInnenfeindlichkeit war gegenüber den GastarbeiterInnen ein stark aufkommendes Thema – oder die erreichten Vorteile gegenüber anderen verteidigten, den „Sozialschmarotzern“, denen sie dieselben Vorteile nicht gönnen wollten. Die Debatte darüber wurde durch Zweifel über die soziale Treffsicherheit der Hilfsleistungen und Maßnahmen, die im Zuge des Sozialabbaus getroffen wurden, noch weiter angeheizt.

Mit dem Ende der langen Phase ungebrochenen Wirtschaftswachstums, in Österreich im Zusammenspiel mit dem Aufdecken einiger politischer Skandale, die sich im Umfeld der öffentlichen Unternehmen abspielten, wie etwa dem *AKH*-Skandal oder der Affäre rund um den damaligen Finanzminister Hannes Androsch, gewannen neoliberale Wirtschaftsmodelle zunehmend an Boden. Privatisierungen, vermehrte Börsengänge und Neugruppierungen von staatlichen Unternehmungen wurden häufiger diskutiert und einige Jahre später auch Schritt für Schritt umgesetzt.

Das Jahr 1986 kann für Österreich als „Wendejahr“ bezeichnet werden, das einschneidende gesellschaftliche und politische Veränderungen nach sich zog. Die „Affäre Waldheim“ nach dem Präsidentschaftswahlkampf zeigte Versäumnisse in der Auseinandersetzung mit der NS-Vergangenheit Österreichs auf und rückte diese ins Licht der (internationalen) Öffentlichkeit, was zu einer Polarisierung zwischen den Parteien führte. Parallel dazu kam es zu einem Erstarren der Grünen und dem Aufstieg der FPÖ, die sich nach einem Obmannwechsel 1986 zu einer rechtspopulistischen Protestpartei entwickelte und viele Jahre lang starke WählerInnenzuwächse verzeichnete; vor allem die oben beschriebenen „ModernisierungsverliererInnen“ konnten in hohem Maß mobilisiert werden.

Die Großparteien schlossen sich zu einer großen Koalition im Sinne einer „Sanierungspartnerschaft“ zusammen, die viele unpopuläre Reformen durchsetzte, wie eine Steuer-, Pensions- und Agrarreform, die Autonomisierung von Universitäten und Schulen, Deregulierungen und Privatisierungen von verstaatlichten Unternehmen sowie den Schritt zur Integration in die EG bzw. EU. Die Kritik an diesen Maßnahmen führte

wiederum zu einem Abgang der WählerInnen von den Großparteien SPÖ und ÖVP zu anderen Parteien.³⁶⁰

Aus künstlerischer und kultureller Perspektive war die 1968er Bewegung bestimmend für die kommenden Jahrzehnte. Der damit einhergehende Wunsch nach gesellschaftlicher Veränderung begann mit der Diskussion um einen antisemitischen Hochschulprofessor und formierte sich weniger theoretisch als in anderen westeuropäischen Staaten, sondern viel mehr als Generationenkonflikt und Kulturrevolution. Anzeichen eines Wandels waren die *ORF*-Reform 1967 mit der Gründung des ersten Radiosenders für Popmusik in Österreich, *Ö3*, sowie die Gründung der Wochenzeitschrift *Profil* 1970. Die bestimmenden Themen der „68er“ – wie Friedensbewegung, Bildung und Emanzipation – fanden sich in den Wahlkämpfen der Sozialdemokratie 1970 und 1971 wieder. Dieser gelang es, wie die Wahlerfolge zeigten, große Teile der jungen Generation auf ihre Seite zu ziehen.

Mit der *Arena*-Besetzung formierte sich die Wiener Alternativkultur, die sich durch Protest gegen den damaligen künstlerischen und kulturellen Mainstream Gehör verschaffen wollte und dies schließlich auch schaffte: Ab dem Jahr 1970 gab es im Rahmen der *Wiener Festwochen* mit der Festwochen-Arena eine alternative Veranstaltungsschiene, die im ehemaligen Wiener Auslands-Schlachthof stattfand. 1976 sollten nach dem Ende des Veranstaltungsprogramms die dortigen Gebäude abgerissen werden, was zu massiven Protesten führte, die in einer dreimonatigen Besetzung des *Arena*-Geländes, hauptsächlich durch MusikerInnen, gipfelte. Große Teile der Wiener Bevölkerung unterstützten die Forderung, die *Arena* als ständiges Kulturzentrum zu erhalten, jedoch erfolglos. Im Jahr 1976 fand man schließlich einen Kompromiss, indem

³⁶⁰ Vgl. Sandgruber, a. a. o., S. 486ff; vgl. Sieder, a. a. o., S. 12ff.

der ehemalige Inlands-Schlachthof den BesetzerInnen zur Verfügung gestellt wurde.³⁶¹

Die jungen KünstlerInnen, nun im gemeinsamen Anliegen zusammengeschweißt, wollten durch Kreativität neue Spielstätten entdecken und selbst Kunst, hauptsächlich Theater, kreieren. Der gesellschaftspolitische Anspruch stand im Vordergrund, und die Entwicklung ging weg vom Starkult hin zum Kollektiv. In dieser Zeit wurde auch das *Werkstätten- und Kulturhaus (WUK)* zunächst als Verein, 1981 als tatsächliches Kulturzentrum gegründet. Zunächst fanden sich freie Gruppen, die äußerst demokratisch die Räumlichkeiten nutzten, auch über Kunstgenre-Grenzen hinweg. 1985 wurde mit einem neuen Geschäftsführer ein Veranstaltungsbetrieb aufgebaut. Heute beherbergt das *WUK* rund 130 Gruppen aus sieben Bereichen des Kunst- und Soziallebens.³⁶²

Mit der Gründung der Wochenzeitung *Falter* 1977 und der Zeitschrift *Wiener* 1982 bekam diese alternative Kultur auch eine mediale Öffentlichkeit. Es entstand eine „Szene“, die nicht nur wesentlich zum gesellschaftlichen Wandel beitrug, sondern darüber hinaus einzelne AusnahmekünstlerInnen hervorbrachte, wie etwa den Musiker Hans Hölzl alias *Falco* oder den Wiener Modedesigner Helmut Lang (siehe Kapitel IV.6.2.).

Ebenfalls zu dieser Zeit boomte die Wiener Gastronomie, die – wohl aufgrund des steigenden Wohlstands und der veränderten Freizeitgestaltung – nun auch während der Woche besucht wurde. Mehr als Trink- denn als Esslokale gedacht, etablierten sich erste „Szenelokale“: 1977 wurde die vom Architekturbüro *COOP Himmelb(l)au* – damals noch

³⁶¹ Vgl. Denscher, a. a. o., in: Denscher, a. a. o., S. 157f.

³⁶² vgl. Drexler, Martin W. (Hrsg.): *Idealzone Wien*, Wien, 1998, S. 102; und vgl. http://www.wuk.at/index.php/idee/daswuk/0/daswuk_geschichte_25jahre.html

unbekannt – gestaltete *Reiss-Bar* eröffnet, Hermann Czech gestaltete das *Kleine Café* (1970-1974), die *Wunderbar* (1975) und das *Salzamt* (1981). 1980 begann die Erschließung des Bermuda-Dreiecks mit dem *Krah Krah*, dem *Kaktus* und dem *Roten Engel* (ebenfalls von *COOP Himmelblau* gestaltet). In den 1980er-Jahren waren diese Konsum- und Unterhaltungsstrukturen erste fremdenverkehrswirksame Imageträger. Architektur wurde nicht nur im privaten Bereich zum Image-Faktor, auch der öffentliche Bau war zu dieser Zeit schnell in der Planung und Umsetzung: AKH, UNO-City mit Konferenzzentrum, Franz-Josefs-Bahn-Überbauung mit Wirtschaftsuniversität, SMZ-Ost, *ORF-Studios* sowie die Einführung und Gestaltung der U-Bahn und die Neugestaltung der Kärtnerstraße fanden in den späten 1970er- und frühen 1980er-Jahren statt. Auch der öffentliche Raum begann sich für Events zu öffnen, Anfang der 1980er-Jahre fand das erste Donauinselfest statt.³⁶³

Junge ModemacherInnen begannen sich mit neuen und ausgefallenen Outfits von der herkömmlichen Mode abzusetzen und designten eine radikale Antimode. ModemacherInnen, die bis zu diesem Zeitpunkt unbekannt waren, revolutionierten gegen den Großhandel – die Mode war dabei Mittel zum Zweck. Durch dieses künstlerische Potenzial, das entdeckt und nun auch interessant wurde, begann vor allem im Mode- und Designbereich ein Umdenken: Viele Zusammenschlüsse und Verbände entstanden, die österreichisches Design auf die eine oder andere Art fördern wollten. Eine neue Generation von DesignerInnen etablierte sich.

1988 waren drei „Creative Clubs“ in Wien verzeichnet, 2004 gab es bereits 120 Interessensvertretungen im Bereich der gesamten CI. Auffällig aber nicht verwunderlich ist, dass sich fast alle Verbände und Vertretungen auf die Bundeshauptstadt konzentrieren.

³⁶³ Vgl. Mattl, a. a. o., S. 83f.

IV.5.1. Mode

Die österreichische Bekleidungsindustrie hatte zwischen 1972 und 1982 eine Abnahme der Arbeitskräfte von ca. 40.000 auf ca. 30.000 Personen zu verzeichnen. Dies führte vor allem zu einem überproportionalen Abbau von GastarbeiterInnen und höherer Frauenarbeitslosigkeit³⁶⁴ in strukturschwachen Gebieten.³⁶⁵

Im Jahr 1981 umfasste die österreichische Bekleidungsindustrie 505 Betriebe, von denen im selben Jahr 18 geschlossen und zehn neu gegründet wurden. Mit 61,4 Personen lag die durchschnittliche Beschäftigtenzahl pro Betrieb in Österreich deutlich über den europäischen und US-amerikanischen Zahlen (54,2 bzw. 56,1). 32 Prozent der Stammbetriebe fanden sich Anfang der 1980er-Jahre in Wien.³⁶⁶ 1981 gab es in Wien 162 Betriebe, 73 in Oberösterreich, 67 in der Steiermark und 48 in Vorarlberg.³⁶⁷ In der selben Größenordnung liegen die Daten der Arbeitsstättenzählung 1981: Ihr zufolge waren in Wien 7.141 Personen in 143 Betrieben beschäftigt.³⁶⁸

Den Textilhandel beschäftigten in den 1970er-Jahren vor allem soziale und arbeitsrechtliche Fragen: die 40-Stunden-Woche, die ab 1973 schrittweise eingeführt und 1975 realisiert wurde, die Ladenschlusszeiten, die Öffnungszeiten an den Samstagen vor Weihnachten sowie strukturelle Veränderungen durch die Verbreitung neuer Handelsformen wie Ketten oder Gruppen. Aber auch externe Faktoren wirkten auf die ökonomische Situation des Sektors: Im Jahr 1973 wurde die Mehrwertsteuer eingeführt

³⁶⁴ Der Anteil der Frauen an der Beschäftigung in der Bekleidungsindustrie betrug 1981 85 Prozent.

³⁶⁵ Vgl. Fachverband der Bekleidungsindustrie Österreichs: Die österreichische Bekleidungsindustrie. Weißbuch 1982, Wien, 1982., S. 12.

³⁶⁶ Vgl. Fachverband der Bekleidungsindustrie Österreichs, a. a. o., S. 5.

³⁶⁷ Vgl. Fachverband der Bekleidungsindustrie Österreichs, a. a. o., S. 10.

³⁶⁸ Vgl. Fachverband der Bekleidungsindustrie Österreichs, a. a. o., S. 17.

und der Schilling aufgewertet. Weiters trugen die Ölkrisen in der zweiten Jahreshälfte 1973 sowie im Jahr 1979 massiv zur Krise der Textilindustrie bei.³⁶⁹

Die internationale Entwicklung am Modemarkt stellte alle HerstellerInnen und HändlerInnen in den 1970er- und 1980er-Jahren vor neue Herausforderungen. Die Trends wechselten immer schneller, die Produkte wurden immer aufwändiger, und so war es auch um die internationalen Messen bestellt, die einerseits organisiert und andererseits besucht werden sollten. In den 1970er-Jahren wurden in Österreich sehr viele neue Messen ins Leben gerufen, vor allem durch die *Contact Fachmessen Salzburg Ges. m. b. H.*, die unter anderem die erfolgreiche *JIM – Junge internationale Mode* veranstaltete.

130 österreichische Auslandsmessebeteiligungen in Gruppen oder von Firmen wurden schließlich 1986 notiert, und auch im Inland nahmen die Salzburger Messen an Zahl und Umfang zu. Durch die wirtschaftliche Expansion in Österreich wuchs die Nachfrage nach Ausstellungsflächen an; die bestehenden Messestandorte wurden vergrößert und neue Standorte gegründet.

In Wien wurde 1978 ein Modegroßhandelscenter errichtet, wodurch der Modestandort Wien aufgewertet werden sollte. 1981 wurde ein weiteres in Salzburg eingerichtet, das die *Contact*-Messeveranstalter als große Konkurrenz betrachteten. Zahlreiche Messen und Veranstaltungen wurden nahezu zeitgleich ausgerichtet, eine Messemüdigkeit setzte ein. Viele AusstellerInnen waren auf mehreren Messen gleichzeitig präsent, die EinkäuferInnen standen unter großem Druck bzw. mussten eine Auswahl aus den Messen treffen. Was Anfang des 21. Jahrhunderts alltäglich ist, war zu Beginn der 1980er-Jahre neu: der Wandel von einer Order- hin zur

³⁶⁹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 157ff.

Kommunikations- und Informationsmesse, da der Marketingwert höher geworden war als der Ertrag durch den Verkauf bei einer Messe.

In den 1980er-Jahren konstatierte man eher einen Informations- als einen Gütermangel. Insofern ging der Trend weg von den großen Massenpublikumsmessen, die letztlich als Schau fungierten und nach wie vor fungieren, hin zu den Fachausstellungen für eine andere Zielgruppe, nämlich die Groß- und EinzelhändlerInnen. In Wien startete diese Entwicklung erst spät, die Randlage Wiens im Osten Österreichs war wohl der Hauptgrund für den Nachteil gegenüber Salzburg.³⁷⁰

Salzburg wurde in Sachen Mode das Messezentrum in Österreich, hinter dem Wien zurückblieb.³⁷¹ Das Auslaufen der *Wiener Damenmodewoche*³⁷² ist dieser Entwicklung zuzuschreiben, weiters aber auch dem starren Beharren auf lieb gewonnenen Traditionen und der späten Öffnung der Messe für ausländische Konkurrenzangebote. Die *Internationale Modewoche*, organisiert von der *Wiener Messe AG*, sollte als Nachfolgeveranstaltung ab 1980 folgen, begriff sich aber ausdrücklich als internationale Plattform. 113 in- und 18 ausländische Aussteller präsentierten sich im Jahr 1980, auch aus dem *Modegroßhandelscenter St. Marx* nahmen 21 Firmen teil. Dennoch war der Erfolg der Veranstaltung nicht berauschend. Im Schatten von Salzburg wurde vor allem die Ausgestaltung des Messeortes kritisiert. Als auch bei einer zweiten Messe der Erfolg in Form von Besucherzahlen ausblieb, war das Ende der *Internationalen Modewoche* in Wien vorprogrammiert – die Messe übersiedelte nach Salzburg, Wien hatte in dieser Hinsicht seine Chance verspielt.³⁷³

³⁷⁰ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 223ff; vgl. Neudhart, , Heinrich G.: Wiener Internationale Messe. Vorgeschichte, Anfänge und Entwicklung bis zur kriegsbedingten Einstellung 1942, Lohmar, 2011, S. 360f.

³⁷¹ Vgl. Neudhart, a. a. o., S. 358ff.

³⁷² 1979 fand die 51. und letzte Wiener Damenmodewoche statt.

³⁷³ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 166ff.

1978 wurde das *Österreichische Textilforschungsinstitut* durch Zusammenlegung des Teppich- und des Faserforschungsinstituts gegründet. Seinen Sitz hatte es in der *HBVLA Spengergasse*. Die Textilgemeinschaftswerbung wurde verstärkt, vor allem mit Maßnahmen, die das Modebewusstsein der ÖsterreicherInnen heben sollten. Durch die im *ORF* ausgestrahlte Sendung *Moderevue* versuchte die *Interessensgemeinschaft Textilwirtschaft*, die KonsumentInnen zu erreichen.³⁷⁴

In der internationalen Mode schlugen sich nicht mehr nur nationale oder lokale Besonderheiten, sondern verstärkt neue soziale Verhaltensmuster nieder: Die Nachkriegsgeneration trug „Partnerlook“, bei der Freizeitkleidung gab es einige „Unisex“-Varianten.

In Österreich war das Dirndl wieder weitverbreitet, der *Austrian Look* nunmehr auch in Österreich aktuell, nachdem er durch das Engagement des *Modesekretariats* (siehe Kapitel IV.5.1.) auch international vermehrt Anklang gefunden hatte. Ende der 1970er-Jahre schlug sich in der Mode die Besinnung auf das Echte, Natürliche, Umweltfreundliche nieder, aber auch das Exotische war plötzlich sehr präsent: Der Safari-Look und der Kolonialstil etablierten sich in den Naturfarben Beige, Braun und Khaki. Die Materialien waren aus Naturfasern, die DesignerInnen ließen sich von der Folklore anderer Erdteile inspirieren, wie etwa dem Kimono, dem Sari und dem russischen Tscherkessen-Rock. Auch die alpenländische Tracht wurde in modernisierter Form in einen neuen Look eingearbeitet. Anfang der 1980er-Jahre entwickelte sich ein heute noch bestehender Gegentrend: Es wurden ausschließlich Labels getragen und Kleidung, die verriet, dass sie teuer war. Man bekannte sich zur Kühle und zum Luxus, was sich in Schnitten, Farben und Stoffen widerspiegelte. 1983 waren

³⁷⁴ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 215 und S. 218f.

„Austrian-Look“-Variationen hinsichtlich der Stoffe, Schnitte und Muster auch in der Pariser Mode präsent.³⁷⁵

In den 1980er-Jahren traten innerhalb der Textil- und Bekleidungsbranche zunehmend eher grundsätzliche Probleme zutage, wie die Frage nach der Aufrechterhaltung eines Standortes für die Bekleidungsindustrie in Europa bei steigender Konkurrenz zunächst vor allem aus dem Osten. Betriebsverlagerungen häuften sich. Der Einsatz von höherer Technologie, Elektronik und Computer schien die Antwort zu sein, vor der jedoch viele AnbieterInnen zurückschreckten.

Nicht einmal mehr bei der Sportbekleidung, früher eines der Standbeine dieses Industriezweigs, konnte Österreich mit der großen internationalen Konkurrenz, insbesondere aus den anderen Alpenländern, mithalten. Die Vermarktung von Siegen österreichischer SpitzensportlerInnen wurde damals noch nicht ausreichend vom Handel praktiziert. Ein weiterer Grund war das währungsbedingt relativ hohe Preisniveau; Produkte „Made in Austria“ wurden hauptsächlich im Inland verkauft.³⁷⁶

Karl Lagerfeld, der bereits damals als exzentrischer, weltberühmter Designer gefeiert wurde, bekam zwischen 1979 und 1981 eine Professur an der *Hochschule für Angewandte Kunst*, was die Mode in Wien stärker in den öffentlichen Blickpunkt rückte. Konträr zu den exklusiven Designer-Shows und den weniger erfolgreichen Messen entwickelten sich die zuerst exklusiven, dann für jedermann zugänglichen Modeschauen in der Wiener In-Diskotheek *U4*, womit der Modeboom endgültig die ganze Stadt erfasste.

Eine sogenannte *U-Mode* (siehe Kapitel IV.5.1.) entstand, wobei das U nicht nur für den Untergrund und die In-Diskotheek *U4* stand, wo diese Mode sozusagen erst durch deren Träger und die entsprechende

³⁷⁵ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 192ff.

³⁷⁶ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 221f.

Inszenierung ins Leben gerufen wurde, sondern auch für Unterhaltung, Understatement, Unisex-Look und sogar die Wiener U-Bahn. Den ersten Modeschauen konnte man ausschließlich mit persönlicher Einladung beiwohnen, sie waren spektakulär, kostenintensiv und exklusiv.³⁷⁷

Die sogenannte *U-Mode* konnte sich aber eine breitere Bevölkerungsschicht leisten als die teure Designermode, was die VeranstalterInnen der *U-Modeschauen* 1985 dazu veranlasste, das Spektakel in das über dem U4 gelegene Kaufhausgeschoß zu verlegen und eine *U-Mode-Messe* zu veranstalten – die für jedermann zugänglich war. Nicht nur ein Wettbewerb mit prominent besetzter Jury (u. a. mit Fred Adlmüller und Helmut Lang), sondern auch ein Förderungspreis für junge, österreichische Mode der Stadt Wien sowie ein Kreativpreis machten diese Events noch interessanter.³⁷⁸

1989 kam das plötzliche Aus für die U-Mode-Messe. Zum einen ging der Modetrend bereits sehr stark in Richtung Edelmarken; die Materialien, die vor wenigen Jahren noch als neu und unkonventionell galten, wurden als „Trash“ bezeichnet, und viele JungdesignerInnen konnten sich nicht mit der Wirtschaft arrangieren, weder was Messtätigkeit noch Design betraf.³⁷⁹ Dennoch wurde ein Klima geschaffen, das zumindest ein Bewusstsein für die Talente in der österreichischen Modebranche schaffte. Es dauerte allerdings noch gut zehn Jahre mit zwischenzeitlich verschiedenen gesellschaftlichen Trends, bis diese Talente wieder zur Gänze ernst genommen und gefördert wurden.

³⁷⁷ Vgl. Vasko, Desirée: Reflexion über das Mode-Spektakel der Achtziger Jahre, in: Drexler, Martin W., a. a. o., S. 107 – 119, S. 107ff.

³⁷⁸ Vgl. Vasko, a. a. o., S. 110f.

³⁷⁹ Vgl. Vasko, a. a. o., S. 118f.

Auch der Einzelhandel stand vor einem Wandel: Ausländische Konkurrenz eröffnete immer mehr Filialen in Österreich, was für den etablierten Textil- und Mode-Fachhandel erhebliche Umsatzeinbußen nach sich zog. Zwar war es vor allem die Sozialpolitik (wobei es hauptsächlich um die Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen ging), die seitens der Wirtschaft als Grund für die Misere angeführt wurde; dennoch wurde erstmals von kreativer Innovation im Handel gesprochen, und Langzeitprobleme wie hohe Kosten bei der Bezahlung mit Kreditkarten, Ladenschlusszeiten und die Ausverkäufe wurden diskutiert und zu lösen versucht.

Am 1. Jänner 1983 trat die Novelle zur Ausverkaufsverordnung in Kraft. Bei den Ladenschlusszeiten war und ist man im Einzelhandel nicht immer einer Meinung, primär wurden der Abgang der Kunden in die außerstädtischen Shoppingcenter sowie hohe Personalkosten befürchtet. Schließlich wurden 1987 in einigen Bundesländern längere Ladenöffnungszeiten beschlossen, ein Thema, das bis heute diskutiert wird. Vor allem von den AnbieterInnen im Luxuspreissegment wird die Anpassung an internationale Ladenschlusszeiten gefordert, um den Bedürfnissen der TouristInnen optimal begegnen zu können. Aus sozialpolitischer Sicht wird mit fairen Arbeitszeiten für das Personal argumentiert.³⁸⁰

Initiativen zur Modeförderung

Seit den 1960er-Jahren und verstärkt in den 1980er-Jahren entstand eine ausgeprägte Förderstruktur, die eine bedeutende Rahmenbedingung für die Entwicklung der Branche darstellte und nach wie vor darstellt. Ausschlaggebend waren die Veränderungen der Modebranche, die aufgrund der internationalen Bedingungen notwendig geworden waren,

³⁸⁰ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 229ff.

aber auch die gesellschaftlichen Veränderungen, die in einer Individualisierung der KonsumentInnen mündeten. Die Branche diversifizierte sich, und jede Interessensvertretung versuchte, ihre Sparte zu fördern und neu zu beleben. Die im Folgenden beschriebenen Initiativen stellen die wichtigsten dar; sie versuchten, die Wiener Modebranche zwischen den 1960er-Jahren und den 1990er-Jahren zu fördern, bevor sich Mitte der 1990er-Jahre eine neue Förderstruktur entwickelte.

Das Modesekretariat und das Modereferat

Ein wesentlicher Schritt, die österreichische Mode nach 1945 zu fördern, war die Gründung des *Österreichischen Modesekretariats* durch Alfred Kunz im Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeswirtschaftskammer im Jahr 1955. Kunz kam aus der Filmbranche und war Direktor der *Modeschule Hetzendorf*. 1962 setzte das ehemalige Model Ursula Kehlmann mit einem Team bestehend aus mehreren Frauen seine Arbeit fort. Kehlmann hatte eine Ausbildung an der *Akademie für Angewandte Kunst* genossen, wo sie Schülerin des langjährigen Leiters der *Wiener Werkstätte*, Eduard Josef Wimmer-Wisgrill, gewesen war. Kehlmann lud ArchitektInnen, MalerInnen, BühnenbildnerInnen und DesignerInnen – wie etwa Gustav Peichl, Erni Kniepert, Hubert Aratym, Josef Mikl und Carl Auböck – ein, um ihre Ideen in die Mode einfließen zu lassen. 1984 übernahm eine langjährige Mitarbeiterin, Christine Grandis, die Leitung des *Österreichischen Modesekretariats*. Sie erneuerte und ergänzte die Informations- und Prognosetätigkeit des *Modesekretariats* durch neue Publikationen und Videofilme. Weiters begann das *Modesekretariat* unter ihrer Leitung, junge österreichische DesignerInnen zu fördern, indem diese beraten und im Rahmen eines Wiener Modefestivals vorgestellt wurden. In Modeforen wurden folgende Zielgruppen beraten und informiert: GarnherstellerInnen, StoffweberInnen und StoffdruckerInnen,

StrickerInnen und WirkerInnen, Schuhindustrie und Schuhhandel, Modeschmuck, Accessoire-ErzeugerInnen, Damen- und KinderoberbekleidungserzeugerInnen, Herren- und Knabenbekleidungs-erzeugerInnen, Sportswear-ErzeugerInnen.

Für jedes Forum wurden eigene Skizzen- und Informationsmappen herausgebracht, zusätzlich dazu auch die Publikationen *Facts in Fashion*, Trendposter, Skizzentrendhefte, Videotrendfilme, ein Haute Couture-Bericht und Schnitthefte für das Gewerbe. Weiters gab es ein Kollektionsservice für individuelle Beratung.³⁸¹

Das *Modesekretariat* gestaltete zwischen 1983 und 1988 eine eigene Modeschau – die Teilnahme war kostenlos – um zu zeigen, was die einheimische Bekleidungsindustrie und junge DesignerInnen zu bieten hatten.³⁸² Von dieser Veranstaltung wurde ein Video produziert, das den Bundesländerfirmen, aber auch den Außenhandelsdelegierten zur Verfügung gestellt wurde. Drei Exportpublikationen entstanden in dieser Zeit: *Austria Textil* für Meterwaren, *Austria Elegance* für Fertigungskleidung und Schuhe sowie *Austria Hometex* für Heimtextilien.³⁸³ 1989 weitete man diese Unternehmungen auf die internationale Ebene aus und entsandte die JungdesignerInnen auf internationale Messen. 1989 und 1990 wurde eine Gruppenmodeschau von zwölf DesignerInnen auf der *Contemporary* in Mailand veranstaltet und in Kooperation mit einer PR- und Eventagentur ein Konzept entwickelt, um österreichisches Modedesign langfristig international bekannt zu machen. 1991 wechselte man zur *Paris sur mode* in Frankreich, es folgte die Teilnahme an der *IGEDO* (Interessensgemeinschaft Damenoberbekleidung) in Düsseldorf. Zusätzlich dazu wurden in Paris und Düsseldorf Gruppenmodeschauen für

³⁸¹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 115ff.

³⁸² Vgl. Seiler, Katrin: Unit F Büro für Mode, Wien, S. 3.

³⁸³ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 116f.

ein Fachpublikum und JournalistInnen organisiert. 1992 und 1993 wurde die *Vienna International Prêt*, eine JournalistInnen- und Fachpublikumsmesse, abgehalten, um EinkäuferInnen nach Wien zu holen. Da die Messe jedoch zeitgleich mit den internationalen Kollektionspräsentationen abgehalten wurde und die internationale Presse fernblieb, wurde sie mangels Erfolgs eingestellt. Zusätzliche interne Probleme führten dazu, dass die intensiven Förderprojekte beendet wurden und das *Modesekretariat* seine Aktivitäten auf das ursprüngliche Förderprogramm beschränkte.³⁸⁴

Das *Modereferat* wurde ebenfalls von der Wirtschaftskammer gegründet, war aber als eigene Abteilung der Wirtschaftskammer Wiens ausschließlich für die Bundeshauptstadt zuständig. Es wurde später auf *Modeforum Vienna Fashion Support* umbenannt und konzentrierte sich auf die Bedürfnisse des Gewerbes, also etwa darauf, die Informationen passend für die kleinen Gewerbetreibenden zuzuschneiden. Eine weitere Aufgabe war die Öffentlichkeitsarbeit, die Bildung eines Informationspools und die Veranstaltung diverser Vorträge über Modetrends bzw. von Publikumsmodeschauen. Außerdem wurde einmal jährlich die *Modenacht* veranstaltet, in der neun verschiedene Innungen ihre Leistungen präsentieren konnten. Weiters wurde ein Wettbewerb veranstaltet und der *Wien Couture Preis* verliehen, um den PreisträgerInnen in der Öffentlichkeit einen höheren Bekanntheitsgrad zu verschaffen. Der Preis wurde österreichweit ausgeschrieben und vom *Modesekretariat* mitfinanziert.

Seit 1995 gibt es den *Wien Couture Preis*, seit 2003 wird die Ausschreibung von der Bekleidungsinnung vorgenommen. Seit 2004 heißt der Preis, den die Bundesinnung für Bekleidungsgewerbe und der

³⁸⁴ Vgl. Seiler, a. a. o., S. 4.

Kürschner zusammen mit dem französischen Automobilerzeuger *Renault* vergibt, *Renault Haute Couture Preis*. Der Preis ist monetär, mit ihm soll auch die branchenübergreifende Zusammenarbeit gefördert werden.³⁸⁵

Das österreichische *Modesekretariat* wurde im Jahr 2000 aufgelöst, seine Nachfolgeinstitution ist das *Österreichische Institut für Mode und Trendentwicklung GmbH*, das im Folgejahr gegründet wurde. Das *Modereferat* wurde im Jahr 2003 aufgelöst und in den Aufgabenbereich der Innung für das Bekleidungs-gewerbe integriert.³⁸⁶

Das Internationale Wollsekretariat

Praxisnahe Marktoffensive praktizierte das *Internationale Wollsekretariat (IWS)*, das 1964 als Repräsentanz der Schaf-Farmer Australiens, Neuseelands und Südafrikas eingerichtet wurde. Sein Wollsiegel, das dem Verbraucher schnell zeigte, ob ein Produkt aus reiner Wolle bestand bzw. das Ursprungsmaterial stärker ins Bewusstsein brachte, wurde in Österreich zum Qualitätssymbol. In Österreich war man zunächst skeptisch, was die Kennzeichnung der heimischen Produkte betraf, da sie streng genommen nicht das Wollsiegel tragen durften. Schließlich erreichte man beim *IWS* aber die Festsetzung einer geringen Beimischungsgrenze für andere Fasern, womit man die eigenen Produkte ebenfalls kennzeichnen konnte.

Der Kundendienst des *IWS* wurde von den österreichischen Firmen voll in Anspruch genommen, was Informationen über internationale Modetendenzen, technische Produktentwicklung und später Public-Relations- und VerkäuferInnenschulungen betraf.

³⁸⁵ Vgl. <http://www.rhcp.at/information.php>, am 28. 8. 2006, 10:30.

³⁸⁶ Vgl. Seiler, a. a. o., S. 4.

1971 wurde das *Combi-Wollsiegel* eingeführt, womit auch die in Österreich weitverbreiteten Schurwollmischungen eine Kennzeichnung bekamen. 1984 wurde den KonsumentInnen außerdem das *Cool-Wool*-Programm näher gebracht, womit Schurwolle im Frühjahrs- und Sommerprogramm zum fixen Bestandteil wurde. Die Tätigkeiten des *IWS* zeigten Wirkung, indem der Pro-Kopf-Verbrauch an Schurwolle bis Mitte der 1980er-Jahre auf 2,3 kg stieg und Österreich somit hinter der Schweiz auf Platz zwei in Europa lag.³⁸⁷ Die Renaissance des Strick-Trends, egal ob selbst gemacht oder gekauft, trug ebenfalls dazu bei.

Das *IWS* förderte seit den 1980er-Jahren den Modenachwuchs. Zum einen stellte es JungdesignerInnen Material zur Verfügung und gab Modelle zu Werbezwecken in Auftrag. Weiters wurde zwischen 1980 und 1988 je ein Designer bzw. eine Designerin zur *CPD*³⁸⁸ in Düsseldorf eingeladen – sämtliche Kosten dafür trug das *IWS*.

Zwischen 1990 und 1992 wurde vom österreichischen Magazin *Diva* und dem *IWS* eine Modegala veranstaltet, im Zuge derer je ein Preis für internationale Mode, für das interessanteste Modegeschäft und für das beste österreichische Nachwuchsdesign vergeben wurde. Dies waren Ehrenpreise ohne Preisgeld, jedoch wurden internationale Persönlichkeiten aus der „Szene“ nach Wien geholt und somit Aufmerksamkeit und Publicity erreicht. Dieses Projekt wurde aber nach Schließung des *IWS* Ende der 1990er-Jahre eingestellt.³⁸⁹

³⁸⁷ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 123ff.

³⁸⁸ Collections Premieren Düsseldorf: dies ist das neue Markenzeichen der umsatzstärksten Modemesse der Welt. Die Marke CPD findet unter dem Dach der *IGEDO* zum ersten Mal 1982 statt.

³⁸⁹ Vgl. Seiler, a. a. o., S. 5.

Der Mode-Club und das Modeteam Wien

Neben institutionalisierten Initiativen gab es in den 1980er-Jahren auch einige private.

1980 wurde der Mode-Club aktiv, der von Friedrich Schiller, dem Chef von *Kindermode Mary*, gemeinsam mit einigen bekannten Persönlichkeiten aus der Wiener Modeszene ins Leben gerufen wurde, um einerseits die Belange der Mode zu vertreten und andererseits ein Modebewusstsein in der Öffentlichkeit zu entwickeln. Mit FunktionärInnen der Kammer sollte ebenfalls ein guter Kontakt gepflegt werden. 1985 wurde der Juniorenkreis der Bekleidungsindustrie, unterstützt vom Fachverband der Bekleidungsindustrie, gegründet, der sich um den Branchennachwuchs kümmerte.³⁹⁰

1981 wurde das *Modeteam Wien* von der Journalistin Elisabeth Längle formiert. Darin schlossen sich 16 Wiener ModeherstellerInnen und SchülerInnen der fünf Modeschulen zusammen, um das Modeimage von Wien zu verbessern. Auf der 1. Moderedoute in der Wiener *Secession* wurden von einer Jury die besten Modelle ausgewählt, die dann von den Mitgliedsfirmen des *Modeteams* erzeugt, mit einem speziellen Label versehen und verkauft wurden. Diese Moderedouten fanden auch in den Folgejahren statt.³⁹¹

U-Modeschauen und Off-Line Modemessen

Ab 1983 wurden die *U-Modeschauen* organisiert, die zuerst in der Wiener In-Disco *U4* und später im Messepalast stattgefunden haben. Die Stadt Wien, die Kunstsektion des Bundeskanzleramts, das *Österreichische*

³⁹⁰ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 137f.

³⁹¹ Vgl. Dorner, a. a. o., S. 257ff.

Modesekretariat und private Sponsoren unterstützten diese Veranstaltungen, die auch ausländisches Interesse hervorriefen. Aufgrund interner Differenzen wurden die *U-Modeschauen* 1988 aufgelöst.³⁹² Ihre Nachfolgeveranstaltung war die *Off-Line* Modemesse, die erstmals 1988 und mit Unterstützung der Stadt Wien sowie der Kunstsektion des Bundeskanzleramts veranstaltet wurde. Mit spektakulären Shows in der Wiener Hofburg³⁹³ sollte vor allem junges Publikum zum Kauf animiert werden. Die Modeschau war grundsätzlich inlandsorientiert; somit konnten österreichische DesignerInnen, die bereits im Ausland etabliert waren, nicht nach Wien geholt werden.

Aufgrund großer Finanzierungsschwierigkeiten wurde die *Off-Line* 1991 zum letzten Mal abgehalten.³⁹⁴

Staatliche Kunst- und Kulturförderung seit den 1970er-Jahren

Der Bereich Mode, Grafik, Design und Fotografie lebt nicht nur von seinem privatwirtschaftlichen Erfolg und den eben beschriebenen Initiativen, sondern auch von öffentlichen Förderungen auf verschiedenen Ebenen. Besonders seit den 1970er-Jahren wurde seitens der öffentlichen Hand auf die Förderung von Kunst und Kultur größerer Wert gelegt: Das Budget wurde aufgestockt und die Vergabe transparenter gestaltet.

Um diese Entwicklung nachvollziehen zu können, wird in diesem Kapitel nicht nur auf die (auf Mode, Grafik, Design und Fotografie bezogene) Kunst- und Kulturförderung seit den 1970er-Jahren eingegangen, sondern auch ihre Entwicklung seit 1945 beschrieben. Da Mode, Grafik, Design und Fotografie erst relativ spät gesondert gefördert wurden, sei hier die

³⁹² Vgl. Seiler, a. a. o., S. 3.

³⁹³ Vgl. Hadinoto, Eugénie: *Modemetropolen in Europa. Wien als Fallbeispiel*, Wien, 1997, S. 94.

³⁹⁴ Vgl. Seiler, a. a. o., S. 67.

Darstellung der österreichischen Kulturpolitik zwischen dem Fin de Siècle und 1945 ausgespart.

Das Bekenntnis zur österreichischen Kulturtradition schien nach dem Zweiten Weltkrieg bereits in der Regierungserklärung von Bundeskanzler Leopold Figl auf. In der Zeit des Wiederaufbaus sollte Österreichs „Identität“ nicht zuletzt durch kulturelle Restauration fundiert werden – dies bedeutete aber auch wenig Fortschritt in künstlerischen Belangen. Die Kontinuität eines Teils des über Kulturpolitik bestimmenden Personals wie auch mancher KünstlerInnen erstreckte sich über die NS-Zeit hinweg.

In den Jahren nach 1945 wurde die Kulturpolitik von einer bürgerlichen Elite wenig durchlässig und transparent abgewickelt. Unangepasste, gesellschaftskritische KünstlerInnen – zumeist die jüngere KünstlerInnen- generation – hatten in den 1950er-Jahren, in denen eine konservative, traditionelle Kunst gefördert wurde, keine Wahl: Entweder es fanden sich MäzenInnen, was aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Situation eher selten der Fall war, oder sie wanderten in diesem Zeitraum ins Ausland ab. Viele verabschiedeten sich auch für eine gewisse Zeit aus dem öffentlichen Kunstleben.³⁹⁵

Gegenpol dazu war wie in anderen Bereichen auch das „Rote Wien“. Eine Ausnahmeerscheinung im Bereich der Kultur stellte insbesondere der Wiener Kulturstadtrat und Kommunist Viktor Matejka dar, der bald nach dem Zweiten Weltkrieg mit seinen Vorstellungen zu Österreich als universalem Kulturstaat aufhorchen ließ. Er veranstaltete im Herbst 1946 die große antifaschistische Ausstellung *Niemals Vergessen!* im Wiener *Künstlerhaus*. Die künstlerische Leitung oblag dem Grafiker Victor Theodor Slama.

³⁹⁵ Vgl. Wimmer, Michael: Kulturpolitik in Österreich. Darstellung und Analyse 1970 – 1990, Wien, 1995, S. 26ff.

1951 wurde vom Wiener Kulturamt erneut eine große Kunstinitiative gestartet, die sich *Das gute Bild für jeden* nannte. Sie fand zu Weihnachten unter der Beteiligung mehrerer KünstlerInnen – unter anderem des *Art Club*, der einer der maßgeblichen Künstlervereine dieser Zeit war – statt.

Die Besatzungsmächte bemühten sich ebenfalls, das während der Diktatur verarmte Kulturleben zu bereichern. Sie förderten österreichische KünstlerInnen wie auch die internationalen Kunstströmungen.

In der Wiederaufbauzeit blieb die finanzielle Förderung der Bildenden Kunst knapp bemessen. Bereits 1954 demonstrierten 3.000 KünstlerInnen in Wien gegen das zu geringe staatliche Kulturbudget, das in der Folge um 150 Mio. ÖS erhöht wurde.³⁹⁶ Als sich in Österreich Mitte der 1950er-Jahre allmählich die Wohlstands-gesellschaft entwickelte und die Phase des Wiederaufbaus als beendet gelten konnte, kam es zu massiven Subventionen von Kunst und Kultur. Vor allem die Bildende Kunst (und in diesem Zusammenhang auch die Grafik und die Fotografie) zog großen Nutzen daraus, was zu Verwerfungen der Marktstrukturen führte: Angesichts der Förderung, die nach künstlerischen Grundsätzen anstatt Angebot und Nachfrage erfolgten, kam es zu keiner Bildung eines nennenswerten Kunstmarkts in Österreich, der von sich aus tätig geworden wäre. Weiters hatten die Fördermaßnahmen eher eine nivellierende als eine herausstreichende Wirkung, Konkurrenzierung wurde weitgehend vermieden.³⁹⁷ Die Förderungen fanden seither vorerst durch soziale Besserstellung, Preise und Werkankäufe³⁹⁸ statt.

³⁹⁶ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 142ff.

³⁹⁷ Vgl. Breicha, Otto/ Urbach, Reinhard (Hrsg.): Österreich zum Beispiel. Literatur, bildende Kunst, Film und Musik seit 1968, Wien, 1982, S. 132.

³⁹⁸ Ab 1954 tätigte der Staat Werkankäufe, die Bundesdienststellen oder Museen als (Dauer-) Leihgaben zur Verfügung gestellt wurden. Die KünstlerInnen, deren Werke angekauft wurden, werden aber erst ab 1970 in den Kunstberichten namentlich vermerkt. 1979 eröffnete die Artothek der Stadt Wien, die Grafiken und Bilder aus der Privatsammlung der Stadt Wien gegen eine geringe Gebühr an in Wien lebende Personen verleiht. Leider ist, wie oft in der Literatur vermerkt

In den 1960er-Jahren lag der Schwerpunkt der Kulturpolitik nach wie vor auf dem kulturellen Erbe Österreichs. Besonders auffallend ist auch, dass das Kulturbudget des Bundes bis in die 1960er-Jahre niedriger war als jenes der Bundestheater.³⁹⁹

Gravierende sozioökonomische Veränderungen und die politischen und gesellschaftlichen Umwälzungen des Jahres 1968 – obwohl diese in Österreich vergleichsweise schwächer und später als in anderen europäischen Staaten abliefen – führten zum Bruch mit der Kontinuität der Nachkriegsära und zum Aufbrechen des konservativen Kulturklimas, das sich institutionell mit der Machtübernahme der Sozialdemokratie 1970 vollzog.⁴⁰⁰ Sichtbar wurde dies in den Kunstberichten, die ab dem Jahr 1971 jährlich vom Bundesministerium für Unterricht und Kunst (BMUK) vorgelegt werden und über die Kunstpolitik und die künstlerischen Aktivitäten des Staates Rechenschaft geben. In der Folge dienten sie auch zur Koordinierung der Förderungen und Subventionierungen des Bundes mit den Ländern und Gemeinden. Kunst sollte auf demokratischer Basis gefördert werden, also nicht allein für die Eliten des Landes zugänglich sein. Dies sollte durch eine Neuverteilung und eine spürbare Erhöhung der Mittel passieren. Die Regierung bekannte sich zu lebendiger, kritischer Kunst und deren Unterstützung.⁴⁰¹

In den ersten Jahren dieser Neuorientierung veränderten sich die Instrumente der Kulturpolitik nicht wesentlich gegenüber der Zeit davor: Werke wurden weiterhin angekauft, Kunst- und Kulturvereine sowie die

wird, diese Möglichkeit zu wenig bekannt, obwohl sie geeignet wäre, durch die sehr niedrigen Gebühren Kunst in breite Bevölkerungsschichten zu bringen.

³⁹⁹ Vgl. Wagner, Michael: Kultur und Politik. Politik und Kunst, Wien, 1991, S. 114; und vgl. Knapp, Marion: Kulturpolitik, in: Dachs, Herbert: Handbuch österreichisches politisches System. Die Zweite Republik, Wien, 1997, S. 773.

⁴⁰⁰ Vgl. Knapp, a. a. o., S. 770f.

⁴⁰¹ Vgl. Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur: Kunstbericht 1970/71, Wien 1971, S. 5.

Teilnahme von österreichischen KünstlerInnen an internationalen Ausstellungen gefördert. Im Unterschied zu früher wurden die KünstlerInnen bzw. ProtagonistInnen nun allerdings namentlich genannt, um eine höhere Transparenz in der Vergabep Praxis zu schaffen. Im ersten Berichtsjahr 1970/71 wurde das Budget auf 4,820.820 ÖS erhöht und dieser Betrag für Werkankäufe verwendet. Außerdem wurde die Beteiligung Österreichs an internationalen Großausstellungen mit insgesamt 2,440.000 ÖS gefördert.⁴⁰²

1972 wurde der Budgetposten für den Bericht weiter aufgesplittet. 3,854.205 ÖS wurden für Werkankäufe verwendet, 1,562.105 ÖS für Ausstellungen ausgegeben (inkl. Vor- und Nachzahlungen), sowie 515.823 ÖS für Einzelförderungen und Rom-Stipendien budgetiert. Für KünstlerInnenvereinigungen und Veranstaltungen wurden weitere 4,949.000 ÖS ausgegeben.⁴⁰³ Ab 1975 wurden Arbeitsstipendien jeweils für ein Jahr vergeben.

Die Förderpolitik sollte nicht nur transparenter, sondern auch fachlich fundierter abgewickelt werden. 1973 wurden Jurorenkollegien eingesetzt, die von den BeamtInnen zur Mittelvergabe konsultiert wurden, die aber auch von sich aus initiativ werden und Vorschläge zu Subventionen unterbreiten konnten. Weiters wurde das *Institut für empirische Sozialforschung* mit der Durchführung des Projekts *Kultur in Österreich – Grundlagenforschung im kulturellen Bereich* beauftragt. Als erste Ergebnisse konstatierte man eine kulturelle Unterversorgung breiter Bevölkerungsschichten sowie einen engen Zusammenhang zwischen Kulturverhalten und Bildung.

⁴⁰² Vgl. Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur. Kunstbericht 1970/71, Wien, 1971, S. 7f.

⁴⁰³ Vgl. Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur. Kunstbericht 1972, Wien, 1972, S. 7f.

1975 wurden mehrere kulturpolitische Maßnahmen der Bundesregierung angekündigt. Hauptanliegen dabei war eine bessere Koordinierung der Maßnahmen bzw. der Förderungen. Weitere Schwerpunkte waren die kulturelle Erziehung und Bildung sowie der Abbau des kulturellen Stadt-Land-Gefälles. Nachdem bereits seit 1974 die Länder aufgefordert waren, an den Kunstankäufen mitzuwirken, wurden 1976 erstmals die Werkankäufe entsprechend dem Bundesländer-Schlüssel getätigt. Die Beteiligung der Bundesländer an der Kulturfinanzierung wurde immer größer, im Besonderen stieg das Wiener Budget dafür enorm an, es wuchs von 1976 bis 1985 nominell von 165.723 auf 1,823.328 Euro um mehr als das Zehnfache an.⁴⁰⁴

Das kulturfreundliche Klima in Österreich, das sich in vielen Bereichen in einer grundsätzlichen Übereinstimmung zwischen SPÖ und ÖVP in kulturpolitischen Fragen ausdrückte – wenngleich Differenzen in der Ausrichtung der Prioritäten herrschten – prägte den Konstitutionsprozess der Kulturpolitik der 1970er- und beginnenden 1980er-Jahre.

Die KünstlerInnen ihrerseits begannen sich 1972 in der *Österreichischen KünstlerInnen-Union (ÖKU)* zu formieren, einem Dachverband, der alle rund 30 Interessengemeinschaften⁴⁰⁵ und Verwertungsgesellschaften sowie 300.000 Mitglieder vertrat. Die *ÖKU* sollte die kulturpolitischen Interessen möglichst parteipolitisch neutral und abseits der Tagespolitik vertreten. 1973 wurde dem Parlament ein 18-Punkte-Förderungsprogramm vorgelegt, 1978 wandte man sich direkt an die Bundesregierung mit dem Ziel, Kunst als „Dritte Kraft“ neben Wirtschaft und Politik sowie eine Kulturpartnerschaft ähnlich der Sozialpartnerschaft zu etablieren, was letztendlich scheiterte.

⁴⁰⁴ Vgl. Statistik Austria (Hrsg.): Kulturstatistik 1992, Wien, 1994.

⁴⁰⁵ Am einflussreichsten war die „kmfb“, die Künstlergewerkschaft.

Ein wirtschaftlicher und politischer Klimawandel ab den 1980er-Jahren bedeutete für die KünstlerInnen eine veränderte, schwierigere Situation. 1982 wurde zwar noch die Freiheit der Kunst im Grundrechtskatalog der Verfassung⁴⁰⁶ verankert. Weiters sollte aber auch eine Förderungspflicht der künstlerischen Vielfalt in das Gesetz geschrieben werden, was ein soziales Grundrecht für die KünstlerInnen bedeutet hätte. ÖVP und FPÖ lehnten dies jedoch ab und forderten steuerliche Begünstigungen für private Kunstförderung. Schließlich wurde beides nicht berücksichtigt.⁴⁰⁷ Im selben Jahr wurde die ÖKU aufgrund des Austritts mehrerer Mitgliederverbände geschwächt, da es zu Interessenskonflikten bei der Vorbereitung und Schaffung eines Künstlersozialversicherungsgesetzes kam.⁴⁰⁸

Das Kulturbudget stieg von 1989 auf 1990 um 100 Mio. Schilling, was vor allem der experimentellen und innovativen Kunst zugute kommen sollte, da in diesem Bereich der Kunst das private und gesellschaftliche Interesse noch fehlte. Projekte, die ohne öffentliche Finanzierung nicht realisierbar gewesen wären, wurden seitens der Politik gefördert.⁴⁰⁹ Das Kunstbudget stieg weiter, wobei – wohl aufgrund der Ostöffnung – verstärkt auf die Auslandskulturpolitik Wert gelegt wurde. Die Gesamtausgaben des Bundes für Kultur stiegen zwischen 1987 und 1999 von 4,7 auf 14,2 Milliarden ÖS.⁴¹⁰

1999 wurde das Weißbuch zur Reform der Kulturpolitik präsentiert, das von einer Arbeitsgruppe, bestehend aus 29 KünstlerInnen und KulturexpertInnen, verfasst wurde. Forderungen waren unter anderem die

⁴⁰⁶ Auslöser dafür waren öffentliche Proteste gegen die Fernsehserie „Alpensaga“ von Peter Turrini Ende der 1970er-Jahre und die Reaktion der KünstlerInnen darauf.

⁴⁰⁷ Vgl. Götz, Rudolf: Kunstzensur. Strukturanalyse österreichischer Kunstzensurmodelle im Zeitraum von 1982-2001, Wien, 2001, S. 30f.

⁴⁰⁸ Vgl. Wimmer, a. a. o., S. 146.

⁴⁰⁹ Vgl. Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur: Kunstbericht 1990, Wien 1991, S. I.

⁴¹⁰ Vgl. Knapp, a. a. o., S. 776ff.

Schaffung eines Ministeriums für Kunst, Kultur und Medien sowie die Erhöhung des Kulturbudgets. Weiters wurde auf die – besonders seit Österreichs Mitgliedschaft in der EU – internationale Dimension von Kulturpolitik und die Bedürfnisse in diesem Bereich hingewiesen.⁴¹¹

Die ÖVP-FPÖ Koalition, die im Februar 2000 ihre Arbeit aufnahm, führte durch eine stärkere Akzentuierung des kulturellen Erbes in der Kulturpolitik sowie eine Verlagerung des Budgets zugunsten der Bundesländer – vor allem für regionale Kulturveranstaltungen – eine Veränderung der Kulturpolitik für Österreich herbei. Exemplarisch dafür war die Streichung der Bundessubvention für die *Wiener Festwochen* zugunsten einer Sonderfinanzierung der *Bregenzer Festspiele* und der *Salzburger Festspiele*. Weiters wurde das Kulturbudget in weit radikalerer Form als in den Jahren zuvor gekürzt: Die Netto-Kulturausgaben fielen zwischen 1996 und 1999 von 0,99 Prozent auf 0,77 Prozent der Gesamtausgaben des Bundes. Im Jahr 2000 waren es nur noch 0,55 Prozent, was einen Bruch darstellte. Zudem folgte eine Konzentration der Mittel auf das Kulturelle Erbe: die Förderung der Bundesmuseen verzeichnete in diesem Zeitraum sogar eine Steigerung. Die Abteilungsbudgets der für verschiedene Sparten der Kulturpolitik zuständigen Stellen fielen zwischen 2001 und 2003 von 107,5 Mio. Euro auf 78,8 Mio. Euro, der Akzent lag dabei noch stärker als zuvor auf der Auslandskulturpolitik und den regionalen Initiativen, für die deutlich mehr ausgegeben wurde als etwa für die Bildende Kunst, die in diesem Zeitraum mit einem Budgetrückgang von 23 Mio. Euro auf 9,3 Mio. Euro regelrecht „ausgehungert“ wurde.⁴¹²

⁴¹¹ Vgl. Redaktionsgruppe Weißbuch Kulturpolitik: Weißbuch zur Reform der Kulturpolitik in Österreich, Wien, 1999, S. 140ff.

⁴¹² Vgl. Wimmer, Michael: Staatliche Kulturpolitik in Österreich seit 2000. Zur Radikalisierung eines politischen Konzepts, in: Tálos, Emmerich (Hrsg.): Schwarz-Blau. Eine Bilanz des „Neu-Regierens“, Wien, 2006, S. 248 – 263, S. 256ff; vgl. Knapp, a. a. o., S. 778ff.

Einige Änderungen wurden bereits zu Zeiten der großen Koalition vorbereitet, etwa das Künstlersozialversicherungsgesetz, das Kunstrestitutionsgesetz und die Reorganisation der Bundestheater bzw. Bundesmuseen. Die Konzentration auf das Schlagwort „Creative Industries“ im Regierungsübereinkommen sprach für eine ideologische Änderung der Kulturpolitik: Kunst und Kultur sollten verwertbar sein und nicht nur hauptsächlich die kulturelle Vielfalt gewährleisten.⁴¹³

Der seit 2001 eingerichtete Künstlersozialversicherungsfonds, der einen Zuschuss zu den Künstlerpensionen gewähren soll, wird derzeit evaluiert und verbessert.⁴¹⁴

Nach dem Regierungswechsel 2007 wurden die Kulturagenden, die bisher auf ein Staatssekretariat im Bundeskanzleramt, das Bildungsministerium sowie das Außenministerium aufgeteilt waren – was bei den KünstlerInnen Protest hervorgerufen hatte – entsprechend einer Forderung der Kanzlerpartei SPÖ wieder einem eigenen Kultur- und Unterrichtsministerium unterstellt; die Auslandskulturpolitik allein verblieb beim Außenministerium.

IV.5.2. Grafik, Design, Fotografie

In den 1970er- und 1980er-Jahren kam es zu einem verstärkten Designbewusstsein, was sowohl die Rolle des Designs an sich, als auch die Rolle der in dieser Branche Tätigen veränderte. Design wurde plötzlich ein leistbarer Faktor in Kaufentscheidungen und dadurch mehr und mehr in den Alltag integriert. Als Indiz dafür kann gewertet werden, dass künstlerisch gestaltete Plakate zu Klassikern und begehrten

⁴¹³ Vgl. Wimmer, a. a. o., in: Tólos, Emmerich (Hrsg.): a. a. o., S. 250.

⁴¹⁴ Vgl. www.mica.at, 27. 10. 2009, 12:30.

Sammelobjekten wurden, wodurch sie vom öffentlichen städtischen Raum in Szenelokale und schließlich in die Wohnräume der Menschen gelangten. Einer der ersten, der solche begehrten Sammelobjekte designte, war der Karikaturist Tino Erben. Er entwarf für die Designgalerie *Section N* Werbungen in simplen Handzeichnungen – für die damalige Zeit sehr typisch – und fügte Bildwitz hinzu.⁴¹⁵ Auch plakativ gestaltete Karikaturen wurden modern. Manfred Deix etwa veröffentlichte 1972 erste Karikaturen im Nachrichtenmagazin *Profil*.⁴¹⁶

Wie das Design langsam Einzug in den Alltag hielt, schlug sich dieser Trend auch in der Ausgestaltung von Lokalen (und später in öffentlichen Gebäuden) nieder. Dies verdeutlicht etwa das *Kleine Café*, das zwischen 1970 und 1985 in mehreren Schritten von Hermann Czech gestaltet wurde und zunächst vor allem Künstlertreff war.⁴¹⁷ KünstlerInnen versuchten sich zunehmend in der Gestaltung des Alltags, auf Plakaten oder in Cafés. Dennoch: große, öffentliche Aufträge erhielten beispielsweise die jungen ArchitektInnen kaum, etwa die später weltberühmten *COOP Himmelb(l)au*, die zuerst im Ausland erfolgreich waren. Resultierend aus dem Zeitgeist, als KünstlerInnen dem Aktionismus frönten und die Menschen zum Nachdenken und Mitmachen aufforderten, wollten nun auch die KonsumentInnen Teil davon sein.

Der Einzug des Designs in den Alltag bedeutete auch, dass Design nunmehr auch für Gebrauchsgegenstände zu einem wichtigen Faktor wurde: Im Heimtextil-Angebot und in der Inneneinrichtung wurde Mitte der 1980er-Jahre das *Wiener Werkstätte*-Design nachempfunden. Die Wiener *Secession* zeigte 1989 dementsprechend die Ausstellung *Wien Möbel. Vienna Furniture* mit Arbeiten von u. a. Luigi Blau, Gilbert Bretterbauer,

⁴¹⁵ Vgl. Bauer, Erwin K., a. a. o., in: Beyerle, a. a. o., S. 64.

⁴¹⁶ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 213.

⁴¹⁷ Vgl. http://www.nextroom.at/building_article.php?building_id=2334, 27. 10. 2009, 15:30.

Hermann Czech, Adolf Krischanitz, Boris Podrecca, Elsa Prochazka, Gerwald Rockenschaub und Johannes Spalt.⁴¹⁸

1975 patentierte Arno Grünberger die erste leichtgewichtige Schultasche, die nur 600 Gramm wog und tausendfach kopiert wurde. Die Innovation seines Produkts lag vor allem in der Verwendung von Kunststoff in einem Alltagsprodukt. Die Schultasche hatte einen ABS-Kunststoff-Trageteil und einen Perlon-Einsatz.⁴¹⁹ Innovativ im Bereich des Kunststoffs war auch die Skifirma *Kneissl*, die bereits 1960 den ersten Kunststoffski mit Holzkern herstellte, den *White Star*. Ab 1973 waren alpine und nordische Ski vollständig aus Kunststoff, 1977 folgte der erste Tennisschläger *White Star Pro* aus Kunststoff.⁴²⁰

Die öffentlichen Stellen reagierten ebenfalls auf diesen Trend: Design wurde 1970 im Bereich der Bühnen- und KostümbildnerInnen aufgewertet, da die Stadt Wien nun an die besten unter ihnen die *Josef-Kainz-Medaille* verlieh, die, 1958 eingeführt, bis 1970 nur den besten SchauspielerInnen und RegisseurInnen vorbehalten gewesen war.⁴²¹ Weiters gründete die Stadt Wien 1979 die *Artothek*, die Grafiken aus der Sammlung der Kulturabteilung der Stadt Wien an in Wien lebende Privatpersonen verlieh.⁴²²

Nachdem Design nun nicht mehr ausschließlich einem elitären Kreis im Bereich der Kunst zugänglich und damit auch zugehörig war, differenzierte sich die Sparte zunehmend. Beim Vergleich der Branchenverzeichnisse *Creation Production* der Jahre 1988, 1998 und 2005 fällt auf, dass 1988 rund 230 Adresseinträge für Grafik-Design verzeichnet waren, 1998 bereits 465 und 2005 630. Die Sparte der BuchgrafikerInnen hat sich etwa erst in den 1990er-Jahren als eigene Sparte entwickelt. 1998 gab es 41,

⁴¹⁸ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 266.

⁴¹⁹ Vgl. Koller, Gabriele, a. a. o., in: Beyerle, a. a. o., S. 35.

⁴²⁰ Vgl. <http://www.kneissl.com/index.php?lang=de>, 28. 8. 2006, 10:30.

⁴²¹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 178.

⁴²² Vgl. Denscher, a. a. o., S. 231.

2005 39 BuchgrafikerInnen, also gleichbleibend viele. Ein verwandter Beruf, die IllustratorInnen, waren im Jahr 1988 ca. 60 an der Zahl, 1998 ca. 105, und 2005 waren es ca. 195. Bei den sogenannten InfografikerInnen gab es 2005 vier Adresseinträge, die diese Leistung erbringen konnten.

Die Zahl der AnbieterInnen im Bereich des grafischen Bedarfs stieg zwischen 1988 und 1998 von zehn auf 23 Firmen an, fiel dann aber auf 17 Firmen. Dies könnte in einer geringeren Nachfrage begründet sein, aber auch an Zusammenschlüssen von Selbstständigen liegen.

Im Branchenverzeichnis schienen 1988 rund 60 DesignerInnen auf, zehn Jahre später waren es bereits doppelt so viele. In den letzten Jahren hat sich die Branche differenziert und spezialisiert. 1998 gab es 34 IndustriedesignerInnen, 2005 waren es bereits etwas über 50. Auch der Bereich der LichtdesignerInnen konnte sich in den 1990er-Jahren als eigenständige Bezeichnung entwickeln, die Anzahl stagnierte bei ungefähr 30 Firmen. Das Verpackungsdesign gab es bereits in den 1980er-Jahren: 1988 waren es sechs AnbieterInnen, 1998 45 und 2005 bereits sechzig. Weiters gibt es nun auch acht ShopdesignerInnen und 60 SpieledesignerInnen. Was 1988 als Webdesign und Multimediadesign bezeichnet und von ca. 200 AnbieterInnen in Wien geleistet wurde, gehört heute zu Corporate Identity und zum Corporate Design und umfasste 2005 demgemäß mehr Einträge.

Die internationale Benennung „Grafik-Designer“ als Bezeichnung der eigenschöpferischen GestalterInnen auf dem Gebiet der Gebrauchsgrafik führte in den 1980er-Jahren zur Umbenennung des *Bundes Österreichischer Gebrauchsgrafiker* in *Grafik-Design-Austria*.⁴²³ Der Fachbereich umfasste: Print-Design einschließlich Plakat, Inserat, Verpackung, Schallplatten-Covers etc., Illustration einschließlich Karikatur,

⁴²³ Vgl. Design Austria, a. a. o., S. 15.

Artworks für Printmedien und Fotografie, Corporate Design und visuelle Erscheinungsbilder, Orientierungs- und Leitsysteme, didaktische und wissenschaftliche Grafik, Ausstellungs-Design, Typo-Grafik einschließlich Kalligrafie, Letter-Design, Buch- und Zeitschriftengestaltung, Video-Grafik einschließlich Film, Audiovision und Computergrafik.⁴²⁴

1992 wurde eine neuerliche Umstrukturierung vollzogen: Die Agenden der ProduktdesignerInnen und digitalen GestalterInnen, insbesondere Web-DesignerInnen, wurden in den Verband aufgenommen, der sich nunmehr in *Design Austria* umbenannte. Es ist dies der einzige Verband Österreichs, der die Interessen aller Designsparten vertritt.⁴²⁵

Der herausragendste österreichische Gebrauchsgrafiker der 1980er-Jahre war Joey Badian, ein typisches Beispiel dafür, wie sich das Betätigungsfeld seiner Branche verbreitert hatte: Badian gestaltete die Tageszeitung *Der Standard*, das Erscheinungsbild großer Unternehmen und brauchbares Grafikdesign für den Alltag.

In eine andere Richtung gingen die spektakulären Großflächenplakate der *Wiener Festwochen* etwa ab Mitte der 1980er-Jahre, die das Entstehen einer Plakatszene für Kulturveranstaltungen nach sich zogen. Ein wichtiger Protagonist in diesem Bereich war Richard Dornhauser.⁴²⁶

Wie sich die Designbranche generell differenzierte und entwickelte, so kam ab den 1980er-Jahren verstärkt der Unterschied zwischen Wien und Westösterreich zum Tragen. Während Wien das Zentrum der KünstlerInnen war, die radikale Positionen in Design und Architektur einnahmen, herrschte in Westösterreich eine auf Investitionsgüter

⁴²⁴ Vgl. Grafik-Design-Austria, a. a. o., S. 74.

⁴²⁵ Vgl. Design Austria, a. a. o., S. 15.

⁴²⁶ Vgl. Bauer, a. a. o., in: Beyerle, a. a. o., S. 64f.

bezogene Ausrichtung auf Industriekultur vor. Damit entstand – eingeleitet durch den Marshallplan in den 1940er-Jahren, dessen Mittel sich auf Westösterreich konzentrierten – eine erfolgreiche Industrial-Design-„Szene“, was Firmen in dieser Region wie etwa *Porsche Design*, *Fischer*, *Rosenbauer* und *Swarovski Optik* mit ihrer Firmenpolitik bewiesen. Sie engagierten IndustriedesignerInnen wie Kristian Fenzl, Matthias Peschke, James Skone, Gerhard Heufler, Werner Hölbl und Dietmar Valentinitzsch, um ihren Produkten eine ansprechendere, bessere Form zu geben. Im Möbeldesign waren es *Wittmann*, *Bene*, *Team 7* oder *EWE*, die für Furore sorgten. Die Trennung zwischen Wien und dem Rest Österreichs blieb auch in der Ausbildung aufrecht: Sah und sieht man sich in Wien als KünstlerIn, wird beispielsweise an der Hochschule für künstlerische Gestaltung in Linz eine realitätsbezogenere Herangehensweise unterrichtet.⁴²⁷

Wie auch die breit gefasste Design-Sparte entwickelte sich die Fotografie weiter und differenzierte sich zusehends, wenn auch spät, wie weiter oben erwähnt. Die 1970er-Jahre waren insofern dafür wegweisend, als sich die Autorenfotografie in Österreich unabhängig von der Bildenden Kunst entfaltete und einen eigenen öffentlichen Raum schuf:⁴²⁸ Die erste österreichische Fotogalerie *Die Brücke* wurde 1970 von Anna Auer und Werner H. Mraz mit der Ausstellung *Daniel Burreau/Werner H. Mraz* eröffnet. Sie bestand bis 1978 und war eine der ersten in Europa.⁴²⁹ 1976 wurde die neu gegründete *Sammlung Fotografis* in der *Österreichischen Länderbank* präsentiert, deren Kuratorin bis 1986 Anna Auer war. Es war die erste große Sammlung zur künstlerischen Fotografie in Österreich, die in ihrem Gründungsjahr das internationale Symposium zur Fotografie in

⁴²⁷ Vgl. Beyerle, a. a. o., o. S.

⁴²⁸ Vgl. Aigner, a. a. o., in: Denscher, a. a. o., S. 289.

⁴²⁹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 206.

Österreich mit dem Titel *1826 – 1976: 150 Jahre Kultur- und Kunstgeschichte der Fotografie* veranstaltete.⁴³⁰

In der Fotografie wurde durch mehrere Initiativen der 1970er-Jahre klar, dass es in Österreich starke Versäumnisse in der Wahrnehmung dieses Bereichs als Kunstrichtung gegeben hatte, was in den 1980er-Jahren nachgeholt wurde. In der Wiener *Secession* zeigte man 1981 die Ausstellung *Erweiterte Fotografie*, wobei rund 600 Arbeiten – Foto-Installationen, Fotowände, Fotosequenzen, Foto-Objekte, Foto-Skulpturen – von 200 international tätigen FotokünstlerInnen gezeigt wurden. Peter Weibel schrieb dazu im Katalog von einer Entwicklung in der Fotografie der vergangenen 15 Jahre, die in ihrer Radikalität ähnlich jener der 1920er-Jahre war.⁴³¹

Einen reflexiven Zugang zur Fotografie vertraten Herwig Kempinger, Günther Selichar, Thomas Freiler und Michael Schuster in den 1980er-Jahren. Ende der 1980er, Anfang der 1990er-Jahre kann von einem Paradigmenwechsel gesprochen werden, Kunst und Fotografie begannen sich wechselseitig zu integrieren: Zum einen verstanden sich die Autorenfotografen zusehends als KünstlerInnen, zum anderen bedienten sich die Bildenden KünstlerInnen immer mehr des Mediums Fotografie. Auch institutionell veränderte sich einiges: Die 1981 gegründete Zeitschrift *Camera Austria* war eine autorenfotografische Publikation, während 1991 *EIKON – Internationale Zeitschrift für Fotografie und Medienkunst* in einem ganz anderen Spektrum angesiedelt war.⁴³² Die „Szene“ diversifizierte sich.

Ein berühmter zeitgenössischer Fotograf ist Willy Puchner, der mit seinen beiden überlebensgroßen Pinguinfiguren seit den 1980er-Jahren die Welt

⁴³⁰ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 223.

⁴³¹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 236.

⁴³² Vgl. Aigner, a. a. o., in: Denscher, a. a. o., S. 290.

bereist und diese als TouristInnen verkleidet vor berühmten Sehenswürdigkeiten oder in typischen Szenen fotografiert.⁴³³ Dieses Konzept wurde am Ende des 20. Jahrhunderts für die Österreich-Werbung genutzt und jene Pinguine auch in Österreich fotografiert. Neben Willy Puchner beschäftigten sich österreichische FotografInnen wie Christine de Grancy und Gerhard Trumler mit bildmäßiger Fotografie für auch international erfolgreiche Buchpublikationen.⁴³⁴

Indem die Fotografie an Bedeutung gewann, wurden die Rahmenbedingungen immer wichtiger. 1978 wurde der *Löcker-Verlag* in Wien gegründet, dessen Themenschwerpunkte im kulturellen Bereich lagen: Literatur, Kunst, Architektur, Design, Fotografie und Film.⁴³⁵ Bald darauf wurde im Jahr 1982 der Verlag *Christian Brandstätter* gegründet mit den Themenschwerpunkten *Kunst- und Kulturgeschichte, Zeitgeschichte, kreative Fotografie, Austriaca/Viennensia, Literatur und Feuilleton*.⁴³⁶ Dies war ein wichtiger Schritt für die Fotografie, andere Verlage wie *Hubmann* etc. wurden ebenfalls gegründet und belebten die Konkurrenz.

Wie in Ansätzen bereits in der Mode, schlug sich der aufkeimende Feminismus in Österreich auch in der Kunstszene insgesamt nieder. 1975 fand eine von Valie Export gestaltete Ausstellung zum Thema *Magna. Feminismus: Kunst und Kreativität* statt, an der Künstlerinnen aus allen Bereichen der Kunst beteiligt waren. Ziel war es, einen Überblick über das weibliche Kunstschaffen zu liefern und damit der Frauenbewegung neue Impulse zu geben, sowie die weiblichen Ansprüche auf kulturelle

⁴³³ Vgl. Vortrag von Willy Puchner im Rahmen einer Vorlesung am Institut für Kunstgeschichte, 3. Juni 2005.

⁴³⁴ Vgl. Denscher, a. a. o., Bildtext S. 266.

⁴³⁵ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 230.

⁴³⁶ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 241.

Mitbestimmung in der Kultur zu manifestieren. Parallel dazu fanden die *21. Internationalen Kunstgespräche* unter demselben Titel statt.⁴³⁷

⁴³⁷ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 220.

IV.6. Die Neunziger bis zur Gegenwart: Luxus und Individualität

Ostöffnung und EU-Beitritt machten die 1990er-Jahre zu einem Jahrzehnt des Umbruchs und des Wandels. Durch den Fall der Berliner Mauer und des Eisernen Vorhangs kamen neue Erfahrungen, aber auch neue Herausforderungen auf Österreich zu. Österreich wurde zu einem bedeutenden Investor in zahlreichen ehemaligen kommunistischen Ländern. Der Beitritt zur EU im Jahr 1995 führte zu einer weiteren, fast aktiveren Öffnung und Internationalisierung in Österreich und damit einhergehend zu neuen Einflüssen und einem neuen Selbstverständnis. In Teilbereichen musste sich Österreichs Wirtschaft neuen Rahmenbedingungen stellen, der Anpassungsprozess fiel nicht immer leicht.

Waren die 1980er-Jahre bereits von einem Wandel geprägt, wurde dieser durch die außenpolitischen Umbrüche seit 1989 noch verstärkt. In Österreich herrschte ab 1988 mehrere Jahre lang Hochkonjunktur, die 1990 ihren Höhepunkt erreichte; durch die politischen Umbrüche in Osteuropa 1989/1990 kam es außerdem zu einer verstärkten Nachfrage. Die bereits erwähnte strukturelle Arbeitslosigkeit seit Beginn der 1980er-Jahre wurde größer, da immer mehr (zumeist billigere) ausländische Arbeitskräfte verfügbar waren. Eine Rezession ab dem Jahr 1993 ließ die Arbeitslosigkeit zusätzlich steigen, was die „ModernisierungsverliererInnen“ verstärkt politisch unzufrieden machte und mobilisierte. Nach der Ostöffnung wurde ein *Österreich zuerst*-Volksbegehren der FPÖ initiiert, wodurch eine Gegenbewegung mit dem „Lichtermeer“ gegen AusländerInnenfeindlichkeit in die Öffentlichkeit trat; die nächsten Jahrzehnte blieb und bleibt der Konflikt rund um das Thema Integration bestehen. Eine Eskalation dabei waren mehrere Briefbombenattentate an Menschen des öffentlichen Lebens in Österreich und Deutschland, die

sich gegen AusländerInnenhass einsetzten. Der Wiener Bürgermeister Helmut Zilk wurde dabei schwer an den Händen verletzt.

Durch dieses Volksbegehren kam es zu einer Spaltung innerhalb der FPÖ; das Liberale Forum wurde zu einer neuen Kleinpartei – zuerst erfolgreich, dann bedeutungslos. Die Parteibindung wurde insgesamt geringer, die WählerInnenenschaft flexibler und hinsichtlich der Wahlentscheidung stark orientiert an Sachthemen. In Österreich wechselten die politischen Verhältnisse, als im Jahr 2000 eine lange Phase der großen Koalition von einer rechtsgerichteten, wirtschaftsliberalen Koalition von ÖVP und FPÖ unterbrochen wurde und die ÖsterreicherInnen wieder zunehmend politisierten. 2002 kam es erneut zu einer Abspaltung innerhalb der FPÖ, aus der das BZÖ entstand. Österreichs Parteienlandschaft ist in Bewegung geraten.

Die Globalisierung wurde mit allen Vor- und Nachteilen mehr und mehr spürbar und drückte sich unter anderem in gesellschaftlichen bzw. gesellschaftspolitischen Tendenzen aus.

IV.6.1. Mode

In den 1990er-Jahren war vor allem der österreichische Designer Helmut Lang (siehe Kapitel IV.6.2.) eine herausragende Figur, die auch die internationalen Laufstege und damit die Weltmode prägte. Mit einem durch diese Entwicklung gestärkten Selbstbewusstsein ausgestattet – vor allem, nachdem Helmut Lang die Meisterklasse der *Hochschule für Angewandte Kunst* übernommen hatte – entwickelte sich eine eigene österreichische Modeszene, die ihren Ursprung freilich schon während der Zeit der U-Mode hatte. Dieser Aufschwung fand im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts seine Fortsetzung und manifestierte sich in zahlreichen

Veranstaltungen, Vereinen und Förderungsinstitutionen für eine neue DesignerInnengeneration.

Die 1990er-Jahre brachten einen gravierenden Wandel in der Mode mit sich, den man geradezu als Moderevolution bezeichnen kann. Der Trend, der sich bis heute fortsetzt, ging immer stärker zur Individualisierung, die sich paradoxerweise gleichzeitig in einer großen Uniformität niederschlägt. Zum einen wurden die Kleidungsgewohnheiten kleiner sozialer Gruppen, etwa aus dem Bereich der Musik (Hip Hop, Heavy Metal etc.) oder des Sports (Skateboard-„Szene“, Basketball etc.), die sich von einem allgemeinen Trend absetzten, von sogenannten „Trendscouts“ aufgenommen und zu internationalen Modetrends gemacht. Andererseits fand eine Industrialisierung und Globalisierung genau dieser Mode statt, die durch Ketten wie *H&M*, *Zara*, *Benetton*, *GAP* etc. weltweit in den Läden verbreitet wird. Eine weltweite Einheitsmode entstand, die maximal an geografische Gegebenheiten wie etwa klimatische Verhältnisse angepasst wird. Die Kollektionen in den Geschäften wechseln mindestens vierteljährlich, um das Modekarussell noch schneller zu drehen – bis hin zu den „Mid-Season-Sales“, dem Ausverkauf jeweils zwischen dem Winter- und Sommerschlussverkauf.

Der Unterschied von Arbeits- und Abendkleidung verschwamm in den 1990er-Jahren durch veränderte Tätigkeiten und ein verändertes Freizeitverhalten: Der Mann trug mit dem Anzug dieselbe Kleidung im Büro wie zum Cocktail am Abend.

Von der exklusiven Mode aus früheren Tagen blieb die Designermode, die einer kleinen, exklusiven Klientel weltweit vorbehalten ist. Diese definiert sich allerdings nicht mehr vorwiegend über den Stand, sondern über die finanziellen Mittel bzw. im Idealfall über beide Kriterien, wie Wartelisten für exklusive Designertaschen beweisen, auf die nur jene gesetzt werden, die nicht nur über das Geld, sondern auch über die entsprechenden Kontakte verfügen bzw. etwas für die Marke darstellen können.

Da aber selbst diese Modelle von den billigen Ketten aufgegriffen und imitiert werden, gibt es den „Logo-Kult“, um echte Designerware zu erkennen.⁴³⁸ Diese Entwicklung wurde in den letzten Jahren mehr und mehr überholt, seit billige und gute Imitate echter Designerprodukte auf den (Schwarz)markt gekommen sind und für jedermann erschwinglich wurden. Labels und Logos sind nicht mehr unbedingt als „Original“ erkennbar und somit weniger wert. Weiters haben viele – vor allem US-amerikanische – Designhäuser wie Ralph Lauren oder Donna Karan eigene billigere, sportlichere Linien etabliert, die zwar nicht im Preissegment von Billigketten, aber weit entfernt von den Preisen ihrer Haute Couture Waren liegen.

Von all diesen Trends war Wien keinesfalls ausgenommen: Zum einen wird dies durch das Aussehen und die Kleidung der Menschen auf den Straßen und durch die Veränderung der Geschäftslokale an den Wiener Hauptgeschäftsstraßen wie Mariahilfer Straße, Kärntner Straße, Graben und Kohlmarkt sichtbar.

In Wien entwickelte sich – zweifelsohne stark beeinflusst durch die kurze, aber prägende Zeit der *U-Mode* sowie den internationalen Erfolg Helmut Langs – eine eigene, neue Modeszene. Junge DesignerInnen fertigen Einzelstücke an und werden oft in Nischen erfolgreich. Sie schaffen es gewissermaßen, eine Lücke zu füllen, die sich zwischen Uniformierung und Massenproduktionen auf der einen Seite und exklusiver Designermode andererseits öffnete. Dominiert von großer Konzentration einiger weltweiter Konzerne reüssieren einige wenige Kreative durch leistbare Individualität.

Um den jungen Nachwuchs-KünstlerInnen auch zu ökonomischem Erfolg zu verhelfen, wurden verschiedene Initiativen gegründet, einige mit

⁴³⁸ Vgl. Karner, a. a. o., S. 30ff.

Unterstützung von Unternehmen, die meisten aber von der öffentlichen Hand. 1990 wurden in Österreich erstmals Bereiche der angewandten Kunst durch Preise gefördert. Der Preis für Mode war damals ein Stipendium beim Designer Yamamoto.⁴³⁹ Im Folgenden werden einige Initiativen und Preise näher beleuchtet:

Unit F büro für mode

Im Jahr 2000 wurde der Verein *Unit F büro für mode* in Zusammenarbeit mit dem Kulturamt der Stadt Wien und der Kunstsektion des Bundeskanzleramts gegründet. *Unit F* ist für die Durchführung eines Förderprogramms zuständig, das von einem ExpertInnenngremium entwickelt wurde, um den Modebereich langfristig zu fördern und eine Infrastruktur dafür aufzubauen. Es gibt vier zentrale Aufgaben für *Unit F*, die in verschiedene Bereiche unterteilt sind:

1. Support

Hierbei werden österreichische DesignerInnen direkt finanziell im Sinne von Projekten und Katalogen gefördert. Außerdem gibt es die Ausschreibung von drei Modepreisen: Modepreis der Stadt Wien, Modepreis des Bundeskanzleramts und *Unit F*-Preis für internationale Presse. Diese Preise sind im internationalen Vergleich die höchstdotierten in diesem Bereich. Weiters werden jährlich zusätzliche Preise in Kooperation mit der Wirtschaft ausgeschrieben.

2. Archiv

In diesem Bereich soll ein internationales Modearchiv in Zusammenarbeit mit vier weiteren internationalen Modeinstitutionen aufgebaut werden. 2006 wurde außerdem ein Archiv österreichischer ModedesignerInnen online gestellt.

⁴³⁹ Vgl. Bundeskanzleramt Kunstsektion, Kunstbericht 1990, o. S.

3. Project

Unit F organisiert Ausstellungsprojekte mit österreichischen und internationalen DesignerInnen, wie etwa die *Vienna Fashion Week*, die seit der Gründung des Vereins einmal jährlich stattfindet.

4. Economy

Eines der wichtigsten Instrumente ist die Vernetzung der DesignerInnen mit der Privatwirtschaft sowie dem Kunst- und Kulturbereich. *Unit F* als Koordinationsstelle zwischen diesen PartnerInnen einzurichten, konnte größtenteils verwirklicht werden, es wird jedoch kontinuierlich an der Optimierung bzw. an einem Ausbau in Richtung Zentral- und Osteuropa gearbeitet.

Finanziert wird *Unit F* von der Kulturabteilung der Stadt Wien und dem Bundeskanzleramt und gilt als Exzellenzförderungsprogramm für DesignerInnen, im Gegensatz zu z. B. *departure*, einer Einrichtung, die Wirtschaftsförderungen vergibt.

Artfashion

Im Jahr 2001 wurde die Messe *Artfashion* gegründet, 2002 auch als Verein eingetragen. Die Idee war, österreichische Mode nicht nur der Fachwelt, sondern auch im Zuge einer geförderten Gesamtveranstaltung unter Betonung der künstlerischen Qualität der breiten Masse näherzubringen. Es sollten ein Bewusstsein für Mode als Ausdruck von Individualität sowie ein neues Qualitätsbewusstsein geschaffen und das heimische Modepotenzial dargestellt werden.⁴⁴⁰

⁴⁴⁰ Vgl. www.artfashion.at, am 30. 8. 2006, 10:30.

Departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh

Departure wurde im Jahr 2003 als eigenständige Wirtschaftsförderungs- und Servicestelle für Unternehmen der Creative Industries, die ihren Sitz in Wien haben, gegründet. *Departure* ist ein Tochterunternehmen der Wirtschaftsagentur Wien und eine Initiative der Stadt Wien. Seit 2004 werden monetäre Förderungen für die Entwicklung von kreativen Produkten und Dienstleistungen sowie für die Vermarktung solcher vergeben, um diese erfolgreich anbieten zu können. Förderprogramme finden laufend statt.

Die Unterstützung der Unternehmen läuft über branchenadäquate Förderungen sowie über Maßnahmen zur Verbesserung der nationalen und internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Weiters sollen das Verständnis für die Bedeutung von Kreativität in den Unternehmen gefördert und Netzwerke aufgebaut werden, um das kulturelle Schaffen in das Wirtschaftsgeschehen der Stadt Wien einzubauen.⁴⁴¹ Bis 2011 wurden 360 Projekte monetär gefördert. Dadurch entstanden rund 1.500 neue Arbeitsplätze in Wien, und es wurden Investitionen von rund 76 Mio. Euro für den Standort getätigt.⁴⁴² Es gibt vier Förderprogramme⁴⁴³ für die

⁴⁴¹ Vgl. www.departure.at, am 30. 8. 2006, 10:30.

⁴⁴² Vgl. <http://www.wien.gv.at/rk/msg/2012/02/29002.html>, am 12. 5. 2012, 17:30.

⁴⁴³ *departure*-Förderungen werden auf Basis der „De-minimis-Verordnung“ der Europäischen Kommission vergeben. Die „De-minimis-Verordnung“ ist eine Regelung, welche die erlaubte Gesamtsumme der einem Unternehmen innerhalb eines Zeitraumes von drei Steuerjahren gewährten „De-minimis“-Beihilfen auf 200.000 EUR beschränkt.

Die Programme *departure_classic* und *departure_focus* sind als Projektförderungen konzipiert und richten sich sowohl an etablierte als auch neu gegründete Unternehmen. Bei der Bewertung entscheidet eine Jury über Innovationsgrad und Neuheit des Projekts, wirtschaftliche Nachhaltigkeit und Synergien für beteiligte Unternehmen wie auch die Stadt Wien. Es gibt bei *departure_focus* auch themenspezifische Calls. Bei *departure_pioneer* werden kreative Geschäftsideen zur Basis eines Unternehmertums. Maximal 25.000 Euro werden vergeben, 30 Prozent davon müssen für Coaching-Know-how verwendet werden. Für schon bestehende Unternehmen gibt es *departure_experts*, wenn diese Unterstützung von einem qualifizierten Experten-Know-How wollen, damit das Unternehmen wächst, eine Neuorientierung gefördert oder neue Märkte erschlossen werden sollen. (Telefonische Auskunft bei *departure* im Mai 2012)

Wiener CI, die von 2004 bis Ende 2011 insgesamt 65 Mal stattgefunden haben.⁴⁴⁴

Internationale Modetage

1996 wurde die Nachfolgeveranstaltung zur *Off-Line* Modemesse unter dem Titel *Internationale Modetage* ins Leben gerufen. Drei Tage lang wurden Kollektionen von zwanzig bis dreißig österreichischen und internationalen ModedesignerInnen auf den Laufstegen und in Messeständen präsentiert, zwei Drittel der DesignerInnen waren ÖsterreicherInnen. Bis 1998 fanden die *Internationalen Modetage* zweimal jährlich statt, das letzte Mal im Jahr 2000 in Kooperation mit Berlin, wo die *Internationalen Modetage* ebenfalls veranstaltet wurden.⁴⁴⁵ Für die DesignerInnen war diese Veranstaltung nicht unproblematisch, da zum einen das Standgeld mit 1.308 Euro relativ hoch war, zum anderen schafften sie es nicht immer, verwendbare Porträt- bzw. Kollektionsfotos aufzutreiben.⁴⁴⁶

Austrian Fashion Week

Die *Austrian Fashion Week* wurde erstmals im Jahr 2001 veranstaltet,⁴⁴⁷ weniger um Konkurrenz im internationalen Kontext zu sein, sondern um Strukturen in Wien und Österreich aufzubauen.⁴⁴⁸ Die Vergabe der *Austrian Fashion Awards*, die mit insgesamt 40.000 Euro dotiert sind und aus folgenden drei Förderpreisen bestehen, bilden Abschluss und Höhepunkt der Modewoche:⁴⁴⁹

⁴⁴⁴ Vgl. departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh (Hrsg.): Look Book 2007. Creative Vienna. Die Moderne Stadt, Nürnberg 2007, S. 4f und S. 260ff; telefonische Auskunft bei departure im Mai 2012.

⁴⁴⁵ Vgl. Seiler, a. a. o., S. 5f.

⁴⁴⁶ Vgl. Hadinoto, a. a. o., S. 94.

⁴⁴⁷ Vgl. www.unit-f.at, am 30. 8. 2006, 10:30.

⁴⁴⁸ Vgl. Andreas Bergbaur, in: Die Mode ist los, Die Presse, 18. 9. 2003.

⁴⁴⁹ Vgl. www.unit-f.at, am 30. 8. 2006, 10:30.

- Modepreis des Bundeskanzleramts

Er wird für junges und zukunftsweisendes Modedesign vergeben und ermöglicht ein einjähriges Arbeitsstipendium bei einem/einer internationalen Modedesigner/In. Innerhalb Europas ist er mit 1.100 Euro monatlich, außerhalb Europas mit 1.500 Euro monatlich dotiert.

- Modepreis der Stadt Wien

Eine internationale Jury bewertet das kreative Potenzial und die wirtschaftlichen Strukturen der BewerberInnen, die bereits so ausgeprägt sein sollen, dass die Entsendung zu einem Modefestival oder einer Messe Erfolg versprechend ist. Der Preis ist mit 10.000 Euro dotiert und besteht in Kombination mit einer Teilnahme an einer Messe bzw. einem Festival.

- *Unit F*-Preis für internationale Presse

Der Preis ist mit 15.000 Euro dotiert und wird bei hervorragendem Modedesign auf internationaler Ebene überreicht – er beinhaltet auch die Vermittlung an eine internationale Presseagentur.⁴⁵⁰

Die Preise dienen einer weiterführenden Ausbildung an internationalen Modestandorten und Arbeiten auf Modeschauen.⁴⁵¹ Abgesehen von den drei Awards gibt es jährlich zusätzliche Preise in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft, die sowohl in der Höhe als auch in den Voraussetzungen differieren.

⁴⁵⁰ Vgl. www.unit-f.at, am 30. August 2006, 10:30.

⁴⁵¹ Vgl. Impulse für Mode, Salzburger Nachrichten, 26. September 2005.

Neben den Modeschauen auf der *Austrian Fashion Week* gibt es eine Shop-Zone, auf der ca. 45 junge DesignerInnen – meist aus Modeschulen – ausstellen und ihre Produkte zum Kauf anbieten.⁴⁵²

Ebenfalls als Veranstalterin fungiert *departure* im Rahmen der *departure fashion night*. 2006 wurde die *Austrian Fashion Week* in das *6 festival for fashion, music & photography* umgewandelt, in dem auch Fotografie und Musik als Inszenierungsinstrumente von Mode im Mittelpunkt stehen.⁴⁵³

Modopalast

Der Event *Modopalast* fand zum ersten Mal 2003 statt mit dem Ziel, die lokale Modeszene zu bereichern. In einem großen Schauraum finden ca. 60 in- und ausländische DesignerInnen aus dem Bereich Mode, Schmuck und Accessoires die Möglichkeit, auszustellen und ihre Produkte zu verkaufen. Weiters wird eine große Modeschau veranstaltet und seit 2005 der *Modopalast meets Blickfang*-Preis verliehen, der die Teilnahme an der Designmesse für Möbel, Mode und Schmuck im *Wiener Museum für angewandte Kunst* ermöglichen soll.⁴⁵⁴

Blickfang

Diese internationale Designmesse für Möbel, Mode und Schmuck findet neben Tokio, Zürich und Stuttgart seit 2004 auch in Wien statt und konnte jährlich jeweils an die 10.000 Besucher registrieren. Produkte werden ausgestellt und zum Verkauf angeboten, die ModedesignerInnen können sich auf einer Modenschau präsentieren, und es gibt Vortragsreihen. Die drei kreativsten Produkte und Standkonzepte werden prämiert.⁴⁵⁵

⁴⁵² Vgl. www.unit-f.at, am 30. August 2006, 10:30.

⁴⁵³ Vgl. www.unit-f.at und www.top.wien.at/forschen-entdecken/“departure“night/index.html, am 30. 8. 2006, 10:30.

⁴⁵⁴ Vgl. www.modopalast.com, am 30. 8. 2006, 10:30.

⁴⁵⁵ Vgl. www.hma.de/blickfang/wien/index.html, am 30. 8. 2006, 10:30.

Austrian Creative Fur Award

Dieser Preis wird seit 1998 von der Bundesinnung der Kürschner in Kooperation mit der Landesinnung Wien verliehen. Er bietet SchülerInnen der Abschlussklassen von Modeschulen und Studierenden der *Universität für Angewandte Kunst* die Möglichkeit, ihre Kollektion einem Fachpublikum und der breiten Öffentlichkeit vorzustellen.⁴⁵⁶

Ringstraßen Galerien Designer Award

Er wurde im Jahr 2004 zum ersten Mal verliehen, um österreichischen ModedesignerInnen eine Präsentationsmöglichkeit ihrer Kollektionen zu geben. Weiters wird ein Preis in der Höhe von 3.000 Euro vergeben, der von den Kaufleuten der *Ringstraßen Galerien* gesponsert wird, sowie ein Porträt des Designers bzw. der Designerin in einem österreichischen Lifestyle-Magazin veröffentlicht.⁴⁵⁷

Sonstige Förderinitiativen

Vor allem seit den 1990er-Jahren wurden mehrere kleinere Initiativen gestartet, die der Förderung der Mode dienen sollten:

- *Mode Wien* etwa war eine Veranstaltungsreihe, die durch Kooperation vom *Café Stein* und *ahead Media* entstand und von der Stadt Wien und der *Bank Austria* mitfinanziert wurde.
- Die *Austrian Design Association* entstand 1992 aus einem Zusammenschluss von ModedesignerInnen, um eigene Zielvorstellungen in Form von selbstständiger Presse- und

⁴⁵⁶ Vgl. portal.wko.at/wk/dok_detail_file.wk?AngID=1&DocID=186184, am 30. 8. 2006, 10:30.

⁴⁵⁷ Vgl. http://www.ringstrassen-galerien.at/events/cms.id,21,nodeid,34,xv_query.,print,1_language.de.html, am 30. 8. 2006, 10:30.

Informationsarbeit sowie von Präsentationen wie *Mode im Zelt 1994* zu realisieren.

- Ähnliche Intentionen hatten DesignerInnen mit dem *Modebus* seit 1997, die damit auf die fehlenden Strukturen im Bereich Mode reagierten. Die mobile Verkaufs- und Präsentationsunternehmung diente als Forum für eine inhaltliche Auseinandersetzung mit Mode. Die Grenzen Österreichs waren bald erreicht, seit 2001 ist der *Modebus* nur mehr ein lockerer Zusammenschluss.
- Die *Constellation – Austrian Design Gallery* war ein Fachgeschäft, in dem zwischen 1993 und 1997 ausschließlich österreichisches Modedesign von zehn DesignerInnen verkauft wurde. Aufgrund finanzieller Schwierigkeiten und ausbleibenden Erfolgs wurde es eingestellt.⁴⁵⁸
- Aber es gab auch Initiativen im Sinne des Aufbaus von Infrastruktur: Erwähnt sei etwa der *MAK Design-Info-Pool*, der seit 1990 ein Archiv über österreichisches Gegenwartsdesign beinhaltet. 1995 begann die digitale Präsentation in Form einer Datenbank, die seit 2000 nicht nur eine Kommunikations- und Clearingstelle sowie ein Forschungslabor, sondern auch ein Sammlungssegment des *Museum für Angewandte Kunst* ist.⁴⁵⁹
- Nachdem das Modeportal *Fashion Navigator* gegründet worden war, sponserte die Kunstsektion des Bundeskanzleramts den Aufbau einer Datenbank, die als Informationsplattform über österreichische ModedesignerInnen fungiert. Sie soll vor allem AbsolventInnen von Modeschulen zur Kontaktaufnahme mit Industrie und Gewerbe dienen.⁴⁶⁰
- Seit 1980 gibt es ausgehend vom Magazin der österreichischen Sticker und Spitzenhersteller – *Austrian Embroideries* – Aufträge

⁴⁵⁸ Vgl. Seiler, a. a. o., S. 6f.

⁴⁵⁹ Vgl. www.dip.mak.at und www.mak.at/sammlung/f_dip.at, am 30. 8. 2006, 10:30.

bei jungen österreichischen DesignerInnen für Modelle, denen sowohl das Material als auch ein Honorar bezahlt wird.

Staatliche Förderungen

Im Jahr 2003 betrug die Gesamtförderung des Bundeskanzleramts für den Bereich Mode 186.300 Euro, im Jahr 2004 194.700 Euro. *Unit F* erhielt davon 140.000 Euro für diverse Jahresprojekte und 7.800 für die *Austrian Fashion Week*.⁴⁶¹ 2005 wurden die Förderungen auf 259.410 Euro erhöht, *Unit F* erhielt davon 154.000 Euro.⁴⁶² Der Rest ging an Einzelprojekte in Form von Stipendien und an Förderungen von Vermittlungsstrukturen. Die Fördergelder werden zweimal im Jahr durch *Unit F* vergeben und sind zweckgebunden. Sie dienen der Finanzierung von Ausstellungen, Modeschauen und Publikationen, sollen die Modeszene in Österreich unterstützen und im Einzelfall zum internationalen Erfolg verhelfen.⁴⁶³

IV.6.2. Exkurs: Helmut Lang

Einer der weltweit bekanntesten und erfolgreichsten Modedesigner der letzten Jahrzehnte ist der Wiener Helmut Lang. Er wurde 1956 in Wien geboren, wuchs aber nach der Scheidung seiner Eltern bei den Großeltern in einem kleinen Hochgebirgsort in der Nähe des Dachsteins auf. Das einfache Landleben und die Natur prägten ihn genauso wie die kulturelle Auseinandersetzung mit den verschiedenen Nationalitäten, die ihn durch die Abstammung seiner Eltern – ungarisch-slowenisch bzw. tschechisch-russisch – beschäftigte.

⁴⁶⁰ Vgl. Seiler, a. a. o., S. 8.

⁴⁶¹ Vgl. Bundeskanzleramt Kunstsektion, Kunstbericht 2004, Wien 2004, S. 14 und S. 59.

⁴⁶² Vgl. Bundeskanzleramt Kunstsektion, Kunstbericht 2005, Wien 2005, S. 64.

⁴⁶³ Vgl. Bundeskanzleramt Kunstsektion, a. a. o., S. 34ff.

Für sein Studium kehrte er nach Wien zurück und verkehrte dort in KünstlerInnenkreisen, u. a. mit den „KaffeehausliteratInnen“. Helmut Lang hatte nie eine Modeschule besucht oder eine ähnliche, künstlerische Ausbildung genossen.⁴⁶⁴ Er besuchte eine Wirtschaftsschule, deren Ausbildung eher in Richtung einer Karriere in der Finanzwelt hingedeutet hätte. Der Modezeitschrift *Vogue* erklärte er in einem Interview, dass er aufgrund seiner katholischen Erziehung zuerst einen anderen Berufsweg einschlagen wollte, aber sein eigentlicher Berufswunsch Künstler war. Nachdem er angeblich erfolglos versucht hatte, in den Geschäften Wiens das perfekte T-Shirt und die perfekte Jacke zu finden, sah er sich gezwungen, seine eigene Kleidung zu entwerfen.⁴⁶⁵ Mit dieser Geschichte nährte Lang die Legendenbildung um seine Person.

Er begann zu zeichnen und Modelle zu entwerfen und entwickelte einen eigenen Stil, der zwischen der Striktheit der Wiener Moderne und verschiedenen Kultureinflüssen angesiedelt war.⁴⁶⁶ Helmut Lang nahm die Erfahrungen, die er in der Kindheit in einfachen Verhältnissen gemacht hatte, als Basis für seinen Stil: Er verwendete Stoffe und Designs der österreichischen Tracht, zog die dunklen Einreihler der Balkan-Emigranten sowie die Trägerhemden und Anoraks, die er als Schüler beim Sport trug, zur Inspiration heran und verwandelte diese Stücke in Mode, die zur Avantgarde wurde.

1979 eröffnete er mit nur 23 Jahren und ohne jemals bei einem Designer oder einer Designerin assistiert oder „Publicity“ gemacht zu haben, seinen eigenen Shop in Wien, *Bou Bou Lang*, wo er seine eigenen Entwürfe verkaufte. 1984 designte er für die Trachtenfirma *Gössl* die „Fallwick-Linie“, im selben Jahr eine von der österreichischen Tracht inspirierte Damenkollektion.⁴⁶⁷ Er war zu dieser Zeit maßgeblich an den Wiener U-

⁴⁶⁴ Vgl. Schneider-Mannsau, a. a. o., S. 102.

⁴⁶⁵ Vgl. <http://www.vogue.de/vogue/5/1/content/00693/index.php>, am 30. 8. 2006, 10:30.

⁴⁶⁶ Vgl. Schneider-Mannsau, a. a. o., S. 102.

⁴⁶⁷ Vgl. Mayer Margit J.: Helmut Lang, in: Buxbaum, a. a. o., S. 157.

Modeschauen (siehe Kapitel IV.5.1.) beteiligt, die für immer mehr Beachtung fanden. Auch sein Geschäft in Wien erhielt zunehmende Anerkennung, woraufhin die österreichische Regierung Helmut Lang 1986 einlud, an einer Ausstellung in Paris teilzunehmen. Seine Entwürfe fanden Anklang, und so präsentierte Helmut Lang Ende des Jahres 1986 seine erste Laufstegmodenschau in Paris, wo sie auch in den nächsten Saisonen bleiben sollte.⁴⁶⁸ Er gründete ein Pressebüro in Paris und managte von dort aus den internationalen Vertrieb seiner Mode. Helmut Lang ging danach vorerst nach Wien zurück, wo er 1987 die Helmut Lang Herrenkollektion durch einen Vertrag mit *Licona* lancierte. Auch für *Zamasport* in Italien designte Helmut Lang 1987 und 1988.⁴⁶⁹ Von 1993 bis 1996 war er Gastprofessor der Meisterklasse für Mode an der Wiener *Hochschule für Angewandte Kunst*. 1997 bekam er den Preis *Best International Designer of the Year* des *Council of Fashion Designers of America*, ein Jahr später übersiedelte er nach New York.⁴⁷⁰

Im April 1998, drei Tage, bevor seine erste Kollektion bei der New Yorker Fashion Week gezeigt werden sollte, entschied sich Helmut Lang, der ganzen Welt seine Kollektion live im Internet anstatt auf dem Laufsteg zu zeigen. Er begann Ende der 1990er-Jahre, aus seinen Leistungen wirklich Kapital zu schlagen, indem er eine eigene, relativ preisgünstige Jeans-Kollektion entwarf. In der folgenden Saison sorgte Helmut Lang wieder für eine Überraschung, indem er ankündigte, die Modewochen in London, Paris und Mailand überspringen zu wollen und seine Kollektion zwei Monate vor allen anderen bei den New Yorker Modeschauen, nämlich bereits Mitte September, zu präsentieren. Viele DesignerInnen folgten ihm, unter anderem Donna Karan und Calvin Klein. Im Jahr 2000 wurde Helmut Lang in die Gesellschaft des *Council of Fashion Designers of*

⁴⁶⁸ Vgl. <http://www.vogue.de/vogue/5/1/content/00693/index.php>, am 30. August 2006, 10:30.

⁴⁶⁹ Vgl. Schneider-Mannsau, a. a. o., S. 102.

⁴⁷⁰ Vgl. Mayer, a. a. o., in: Buxbaum, a. a. o., S. 98.

America aufgenommen – ein Privileg, das bis dahin nur amerikanischen, in den USA tätigen DesignerInnen gewährt worden war.⁴⁷¹

Helmut Lang gilt als einer der bestimmenden Designer der 1990er-Jahre. Seine Innovationen waren für die weltweite Mode tonangebend, weil er große soziale Umwälzungen meist schon sehr früh wahrnahm und in seinen Modellen verarbeitete: das nomadische Menschenbild der Globalisierung, die Verwundungen und Triumphe der Emanzipation, die Sehnsucht nach der Einfachheit und gleichzeitig nach immer größerem Luxus. Als 1999 der Trend auf „Alles-wird-gut“-Purismus zeigte, überraschte Lang mit Schwarz, abgeschabtem Silber und Expeditionsjacken. Wenig später brach der Krieg im Kosovo aus.⁴⁷²

1999 übernahm der Prada-Konzern 51 Prozent des Unternehmens *Helmut Lang*, Anfang 2004 dann die gesamten 100 Prozent. Zunächst war der Designer froh darüber, sich nicht mehr mit Bürokratie und Organisation beschäftigen zu müssen, und auch die Umsatzzahlen waren nach den Terroranschlägen in den USA am 11. September 2001 wenig befriedigend gewesen: Machte die Firma Helmut Lang in den späten 1990er-Jahren noch 100 Mio. Dollar Umsatz, lag der Umsatz im Jahr 2003 nur mehr bei 37 Mio. Dollar. Helmut Lang war aber kein Einzelfall, der Börsencrash nach „9/11“ verursachte in der Modebranche generell eine massive Krise. Im Jänner 2005 kündigte Helmut Lang aber – aufgrund eines Streits um Geld sowie um die kreative Ausrichtung der Marke – die Zusammenarbeit mit der *Prada*-Gruppe auf, die Marke blieb aber im Besitz von *Prada*. Helmut Lang ließ bisher offen, ob er als Designer wieder auf die Bildfläche

⁴⁷¹ Vgl. <http://www.vogue.de/vogue/5/1/content/00693/index.php>, am 30. 8. 2006, 10:30.

⁴⁷² Vgl. Mayer, a. a. o., in: Buxbaum, a. a. o., S. 98.

zurückkommen wird – Modelle unter seiner Marke hängen aber immer noch in ausgewählten Bekleidungsgeschäften.⁴⁷³

IV.6.3. Grafik, Design, Fotografie

Der Trend zu Veranstaltungsplakaten, die mit immer neuen Sujets für Aufmerksamkeit sorgten, setzte sich in den 1990er-Jahren fort. Besonders beeindruckend waren die Plakate der *Viennale*, des Schauspielhauses und des Wiener Filmfestivals. Außerdem wurde, dem Zeitgeist entsprechend, immer mehr geschockt und provoziert, um Aufmerksamkeit zu erregen.⁴⁷⁴ In Österreich und im Besonderen in Wien wird dem Plakat nicht nur besonders viel Platz eingeräumt, was die Dichte pro Einwohner beweist, sondern es wird ihm seitens des Publikums auch große Akzeptanz und kritische Auseinandersetzung entgegengebracht. Dadurch herrscht unter den AuftraggeberInnen auch größerer Mut zum Außergewöhnlichen, wodurch wiederum die Qualität der Entwürfe steigt.

In der österreichischen Designszene gibt es die klassische Trennung zwischen den verschiedenen Designsparten nicht mehr, es gibt Mehrfachangebote und Überschneidungen zwischen Produkt-, Industrie-, Kommunikations-, Raum-, Mode-, Service-, Medien- und digitalem Design. Wichtig sind für ein Produkt heute auch die Positionierung, die Kommunikation, das Shopdesign und vieles mehr.⁴⁷⁵

⁴⁷³ Vgl. <http://www.welt.de/print-welt/article399941/Mode-Helmut-Lang-ohne-Helmut-Lang.html>, am 27. 1. 2005, 10:30.

⁴⁷⁴ Vgl. Bauer, a. a. o., in: Beyerle, S. 65.

⁴⁷⁵ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (Hrsg.): *Kreativwirtschaft in Österreich*, Wien, 2007, S. 10ff; und vgl. Zec, Peter: *Jenseits der Klischees. Österreichisches Design zwischen Rückbesinnung und Offenheit*, in: Juland (Hrsg.), a. a. o., o. S.

Ein österreichischer Designer wurde in den 1990er-Jahren weltbekannt: Der Chefdesigner der *Österreichischen Nationalbank*, Robert Kalina, gewann 1996 den Wettbewerb um die Gestaltung der neuen Euro-Banknoten, die in Europa ab 2002 in Umlauf kamen.⁴⁷⁶

1998 wurde das Buch *classA. Austrian Product Culture Today* publiziert, das von Michael Freund und Bernhard Angerer gestaltet wurde. Eine Jury aus internationalen und nationalen Fachleuten wählte vierzig Beispiele für eine exemplarische, österreichische Produktgalerie aus: Sie umfasste Figuren der Porzellanmanufaktur *Augarten*, *Piatnik*-Spielkarten, *Thonet*-Sessel, ein Bar-Service von Adolf Loos, Mode von Helmut Lang etc.⁴⁷⁷

1999 startete die Online-Datenbank *basisarchiv:kunst*, die von der Bundeskuratorin für Kunst, Lioba Reddeker, initiiert wurde. Später umbenannt auf *basis wien* stellt sich die Plattform nun als Dokumentationszentrum, Archiv und umfangreichste Datenbank zu zeitgenössischer Kunst in und aus Österreich, im nationalen sowie internationalen Kontext, seit 1945 dar. Auf der Internet-Seite finden sich KünstlerInnen-Biografien, Kunstinstitutionen und deren Tätigkeiten, Ausstellungen, Veranstaltungshinweise, Pressespiegel und Publikationen. Vielfach sind Text- und Bildmaterialien online les- und einsehbar. Als Online-Datenbank ist diese Einrichtung allgemein zugänglich. Anfang des Jahres 2004 waren Datensätze zu mehr als 25.000 Personen, 7.000 Institutionen und jeweils 20.000 Ausstellungen wie Projekten und Objekten online.⁴⁷⁸

Die staatlichen Förderungen im Bereich des Designs beziehen sich im Gegensatz zu den Förderungen im Bereich der Mode weniger auf

⁴⁷⁶ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 288.

⁴⁷⁷ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 297.

⁴⁷⁸ Vgl. www.basis-wien.at/db, am 28. 7. 2006, 15:00.

Strukturförderungen als vielmehr auf Anerkennungspreise, wie im Folgenden näher erläutert wird:

Staatspreis für Schmuck aus Edelmetall

Der Preis war eine Auszeichnung für Einzelschmuckstücke aus Edelmetall. Er wurde zwischen 1990 und 2000 alle drei Jahre vergeben und war ursprünglich mit 50.000 ÖS prämiert bzw. gab es drei Anerkennungspreise zu je 25.000 ÖS. Die Teilnahmegebühr betrug 1.200 ÖS, die Zielgruppe waren BewerberInnen, die über eine eigene Herstellungs- bzw. Namenspunze verfügten.⁴⁷⁹

Staatspreis für die schönsten Bücher Österreichs

Dieser Preis ist eine Förderung für vorbildlich gestaltete österreichische Bücher in den Kategorien Allgemeine Literatur, Kunstbände und Fotobücher, Kinder- und Jugendbücher, wissenschaftliche Bücher und Schulbücher. Er wird jährlich seit 1953 verliehen und ist derzeit mit drei Mal 3.000 Euro dotiert. Er richtet sich an österreichische Verlage, Druckereien, Industrie-, Handels- und Gewerbetreibende.⁴⁸⁰

Staatspreis für gestaltendes Handwerk

Dieser Preis ist eine Auszeichnung für „Produkte, die künstlerischen Wert mit handwerklicher Qualität und Funktionalität verbinden“. Er wird seit 1989 jährlich vergeben, statt einer monetären Anerkennung bekommt der Gewinner das Staatspreis-Logo, das er auf dem prämierten Produkt anbringen darf. Die Ausschreibung richtet sich an Gewerbetreibende und

⁴⁷⁹ Vgl. Ratzenböck, Veronika: Handbuch zur Kunstförderung, Wien, 1994, S. 205.

⁴⁸⁰ Vgl. Ratzenböck, a. a. o., S. 205.

freie KünstlerInnen, die seit mindestens drei Jahren in Österreich ihren fixen Wohnsitz haben und ihre Tätigkeit im Inland ausüben.⁴⁸¹

Adolf-Loos-Staatspreis für Design

Der Preis richtet sich an die ErzeugerInnen serieller, in Österreich hergestellter Produkte, welche visuelle wie funktionelle Kriterien erfüllen und innovativ sind. Er wird seit 1964 und derzeit alle zwei Jahre in Kooperation mit einer Bank, *Design Austria*, dem Unterrichts- und dem Wirtschaftsministerium vergeben. Das Preisgeld beträgt 7.500 Euro. Darüber hinaus gibt es bis zu drei Anerkennungspreise für experimentelles Design zu je 2.000 Euro.⁴⁸²

Staatspreis für „Vorbildliche Verpackung“

Diese Auszeichnung ist für Firmen gedacht, die ganzheitliche und umweltfreundliche Verpackungen präsentieren, und wird seit 1957 jährlich vergeben, zuletzt vom Wirtschaftsministerium. Vorbildliches wirtschaftliches Handeln wird gewürdigt und offiziell anerkannt. Die PreisträgerInnen sind Unternehmen, deren Leistungen betriebs- und volkswirtschaftlich sowie gesellschafts- und umweltpolitisch höchsten Ansprüchen gerecht werden.⁴⁸³

Produktwettbewerb Ecodesign

Seit 1993 wird der Preis jährlich vergeben. Er soll neue Ideen und Innovationen bei der umweltfreundlichen Neu- und Weiterentwicklung von Produkten anregen. Der Wettbewerb findet im Rahmen des internationalen Eureka-Projekts *ECO-DESIGN* statt. Der Preis ist die

⁴⁸¹ Vgl. Ratzenböck, a. a. o., S. 206.

⁴⁸² Vgl. Ratzenböck, a. a. o., S. 206.

⁴⁸³ Vgl. Ratzenböck, a. a. o., S. 206f.

Veröffentlichung in einer Broschüre, die ausgezeichnete Produkte darstellt.⁴⁸⁴

Ein Element der Design-Branche ist gegenwärtig – wie auch in der Mode – die zukunftsgerichtete Kultur des Bewahrens. So sind Branchen wie eine Beschläge-Manufaktur, Knöpfe-Fachhandlungen, einige GeigenbauerInnen, eine Posamentenhandlung, mehrere MaßschuhmacherInnen, ModistInnen und HandschuhmacherInnen zu erklären, die sich noch im 21. Jahrhundert rund um den Stephansdom befinden. Diese kleinen Nischengeschäfte konnten sich etablieren und lange Zeit ökonomisch über die Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen am Leben halten. Die Qualität, die durch BilligerzeugerInnen in den letzten Jahrzehnten ins Hintertreffen geraten ist, scheint heute wieder zunehmend wichtiger zu werden – die Identifikation mit dem Produkt wird bedeutsamer. Mittlerweile gibt es so gut wie jeden Alltagsgegenstand in Designausführung – schon in Küchenutensilien wird der Status des Benützers ausgedrückt. Gleichzeitig sind es genau diese TraditionserzeugerInnen bzw. zumindest die größten und bekanntesten Firmen, die sich immer zur Zusammenarbeit mit DesignerInnen bekannten und diese aktiv kultivierten. Als Beispiele seien hier nur *Thonet*, *Augarten Porzellan* sowie *Lobmeyr* angeführt. Diesen Traditionsunternehmen stehen die JungdesignerInnen gegenüber.⁴⁸⁵ Insgesamt sind es zwei Drittel der österreichischen Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft, die Kreativleistungen in ihre wirtschaftlichen Aktivitäten integrieren, etliche Industriebetriebe wie *Bene*, *KTM*, *Rosenbauer*, *Zumtobel* oder *Wittmann* binden Design selbstverständlich in ihre Strategie und ihre Produkte mit ein.⁴⁸⁶

⁴⁸⁴ Vgl. Ratzenböck, a. a. o., S. 207.

⁴⁸⁵ Vgl. Hollein, Lilli: Konservierte Zukunft. Die charmante Langsamkeit österreichischen Designs, in: Beyerle, a. a. o., S. 44ff; und vgl. Marchsteiner, Uli: Pure Austrian Design. Der hybride Hirsch im globalen Wunderwald, in: Juland (Hrsg.), a. a. o., o. S.

⁴⁸⁶ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (Hrsg.), a. a. o., S. 7.

Im Bereich der Fotografie gab es ebenfalls bewegende Veränderungen, die inhaltlicher wie auch technischer Natur waren und die Fotografie maßgeblich beeinflussten.

Als Anfang der 1980er-Jahre die digitale Fotografie aufkam, wurde von einem Ende der klassischen Fotografie gesprochen, ähnlich wie im 19. Jahrhundert bei der Erfindung der Fotografie das Ende der Malerei befürchtet wurde. Zu Unrecht, gibt es doch heute ein harmonisches Nebeneinander von Fotografie und Malerei, wie auch ein Ineinandergreifen beider Fotografiertechniken. Die Fotografie war das Kunstmarktphänomen der 1990er-Jahre, und die Digitalisierung der Bilder erlaubt nun einen ganz anderen Zugang und eine andere Betrachtung.

Durch die Auseinandersetzung mit den sogenannten „Neuen Medien“ und vor allem dem digitalen Bild kamen neue Diskurse in der Fotografie auf, markante Positionen zu diesem intermedialen Kunstdiskurs vertraten Valie Export, Zelko Wiener, Margarete Jahrmann, Martina Chmelarz, Herwig Turk und Sabine Bitter.⁴⁸⁷

In der Fotografie sorgte die in den 1990er-Jahren aus Russland importierte *Lomo Kompakt Automat*-Kamera für Furore. Diese Kamera ermöglicht billige und spontane Aufnahmen. Da ein wichtiger Aspekt der Lomografie in der gemeinsamen Präsentation der Bilder liegt und jeder mit seinen Fotos dabei sein kann, war dies der Start einer Demokratisierung in der Fotografie. Im Jahr 1992 gründeten Matthias Fiegl und Wolfgang Stranzinger in Wien die *Fotoinitiative Lomografische Gesellschaft* und kreierten damit einen neuen Fotostil. Ende der 1990er-Jahre gab es bereits in dreißig Ländern fünfzig *Lomografische Botschaften*.⁴⁸⁸

⁴⁸⁷ Vgl. Aigner, a. a. o., in: Denscher, a. a. o., S. 290.

⁴⁸⁸ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 273.

Die Zahl der Fotografinnen in Wien ist laut Branchenverzeichnis zwischen den Jahren 1988 und 2005 von ca. 185 auf ca. 530 gestiegen. Die Gründe dafür werden im Kapitel zur quantitativen Betrachtung der CI näher erläutert.

Durch Restitutionsklagen aus den USA, die sich in den 1990er-Jahren in Österreich hinsichtlich der von den Nationalsozialisten beschlagnahmten Bilder häuften, setzte man sich intensiv mit der österreichischen Vergangenheit auseinander, vor allem im Bereich Kunst und Kultur. 1998 wurde das *Bundesgesetz über die Rückgabe von Kunstgegenständen aus den Österreichischen Bundesmuseen und Sammlungen* beschlossen.

Auch in der konventionellen Fotografie beschäftigte man sich im Jahr 1998 erstmals in einer Ausstellung mit österreichischen Fotografinnen, die emigrierten bzw. ins Exil gingen. Unter dem Titel *Übersee* widmete sich eine Ausstellung in der Wiener Kunsthalle den Werken der zwischen 1920 und 1940 aus Österreich emigrierten Fotografen.⁴⁸⁹

⁴⁸⁹ Vgl. Denscher, a. a. o., S. 295.

V. SCHLUSSBETRACHTUNGEN

Die Wiener Creative Industries haben – betrachtet man die Beschäftigtenzahl, die den Kern dieses Industriezweigs ausmacht – wieder das Niveau ihrer Hochblüte erreicht: So könnte man das Ergebnis der vorliegenden Untersuchung – stark verkürzt – zusammenfassen.

Der quantitative Vergleich über ein Jahrhundert hinweg zur Beurteilung der Entwicklung einer sehr heterogenen Gruppe, die als Industriesektor zusammengefasst wird, weist erhebliche Schwierigkeiten auf und führt nur unter bestimmten Vorbedingungen und mit Abstrichen zu einem Ergebnis. Ohne eingehende Literaturrecherche, Kenntnis über einzelne Branchen und einen Überblick über grobe wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen bzw. deren Einbeziehung in die Analyse würde man zu keinerlei aussagekräftigen, sondern nur verfälschten Ergebnissen kommen.

Trotz aller Schwierigkeiten einer Gegenüberstellung der Wiener Kreativwirtschaft um 1900 und heute, scheint so ein „Jahrhundertvergleich“ wertvoll, wenn über den aktuellen Zustand der CI in Wien eine Aussage getroffen werden soll. Im Unterschied zu vielen anderen Städten, die ihren wirtschaftspolitischen Fokus auf CI als neue Wachstumsbranchen legen, hat Wien bereits eine Tradition als Kunst- und Kulturstadt; im Fin de Siècle war Wien neben Paris die künstlerische und kulturelle Hauptstadt Europas. Betrachtet man die gegenwärtigen Wiener CI, drängt sich die Frage nach der Entwicklung seit damals auf. Auch die historische Aufarbeitung dieser Zeit aus der Sicht der Creative Industries gewährt aufschlussreiche Einblicke. Durch die Herausforderungen, die sich bei einem quantitativen Vergleich über diesen Zeitraum stellen, ergeben sich wertvolle Hinweise für die Untersuchung anderer Branchen, anderer Zeiträume, aber auch für neue, weiterführende Fragestellungen im

Bereich CI. Letztlich werden durch den Vergleich über ein Jahrhundert Muster deutlich, die Erfolge bedingt oder erschwert bzw. verunmöglicht haben.

Im Jahrhundertvergleich wuchsen die Wiener CI nur moderat. Im Jahr 2001 war die Anzahl der Beschäftigten im Bereich der Content Origination, also die Kreativen selbst, annähernd gleich wie ein Jahrhundert zuvor, der niedrigste Punkt ist nach dem Zweiten Weltkrieg anzunehmen. Die Wiener CI, die im Fin de Siècle eine vergleichsweise starke Position inne hatte, mussten einen herben Rückschlag während der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts hinnehmen, vor allem zwischen 1918 und 1945, und konnten in den folgenden Jahrzehnten in vielen Bereichen gerade einmal aufholen. Bezieht man allerdings die neuen Medien, die heute eine starke Rolle in den CI spielen, mit in die Anzahl von heute ein, ist ein deutlicheres Wachstum erkennbar.

Dieses Ergebnis lässt – betrachtet man vor allem die beschriebenen Leistungen Einzelner, die auch ökonomisch reüssieren konnten – dennoch den Schluss zu, dass Wien sein Potenzial in diesem Bereich (noch) nicht optimal ausnützt: Wien ist eine reiche Stadt, hat einen weltweit ausgezeichneten Ruf als Kunst- und Kulturstadt, auf dem die Stadt aufbauen kann, und könnte nicht zuletzt auf viele kulturelle Einflüsse zugreifen, liegt Wien doch inmitten Europas. Es scheint, als mussten die Rahmenbedingungen für einen nachhaltigen Erfolg in den CI erst geschaffen werden – vorausgesetzt, dass Wien überhaupt ein relevanter Standort für CI sein möchte. Dafür sprechen viele Gründe, nicht zuletzt jener, dass diese Branche wächst und Arbeitsplätze geschaffen werden und davon auszugehen ist, dass dies auch weiterhin der Fall sein wird.

Insgesamt trägt eine lebendige Kreativszene vor allem zur Attraktivität eines Standorts bei, auf vielfältige Weise, wie auch das Beispiel Wien verdeutlicht: unterschiedliche Veranstaltungen, außergewöhnliche Shops, neue, wechselnde Lokale, ein offenes, „buntes“ gesellschaftliches Klima,

in dem laufend Veränderungen stattfinden, neue, begehrte „Grätzeln“ entstehen und „etwas“ passiert, tragen als „weiche“ Standortfaktoren zur Lebensqualität und Attraktivität Wiens bei, und damit letztlich zur individuellen Entscheidung nach dem Lebensmittelpunkt wie auch zur Standortentscheidung von Unternehmen. Aus wirtschaftlicher Perspektive macht eine lebendige Kreativszene ebenfalls durchaus Sinn – wenn sich die Kreativen in einer Stadt gegenseitig befruchten hat das natürlich Auswirkungen auf Film und Fernsehen, die Literatur, Musik, Werbung etc. – was wiederum international gut verwertbar ist.

Bereits in den 1970er-Jahren kam es zu einer Reurbanisierung Wiens, vor allem durch eine kulturelle Öffnung (wie im Kapitel IV.5. näher ausgeführt): Fußgängerzonen entstanden, neue Lokale wurden eröffnet, neue Medien konnten konsumiert werden, wie das Magazin *Profil* oder die Stadtzeitung *Falter*, deren anfangs wichtigster Teil der stetig anwachsende Veranstaltungskalender wurde, die auf die Etablierung einer Wiener Szene zurückzuführen war. Auch in Politik und Verwaltung kam es zu einer Öffnung und Bereitschaft für Neues.

Ähnliches ist verstärkt seit der Jahrtausendwende zu beobachten: einzelne Stadtteile werden aufgewertet, Kunst im öffentlichen Raum wird vielschichtiger, die Verwaltung hat sich in Richtung BürgerInnen geöffnet und arbeitet enger mit lokalen Initiativen zusammen. Das Milieu, das von den und für die Kreativen aufbereitet wurde und wird, schlägt sich unter anderem in einer boomenden Gastronomieszene nieder; Wien präsentiert sich in vielen Bereichen als Weltstadt. Davon profitiert die Stadt, die sich jünger, frischer und moderner inszenieren kann, und davon profitiert auch der Tourismus, der mit diesem neuen „Lebensgefühl“ vor allem junge Zielgruppen gut ansprechen kann und seit mehreren Jahren Rekordzahlen verzeichnet. Ebenso wird die Stadt für Veranstaltungen, Kongresse oder Messen von Weltformat zunehmend interessant.

Wien war im Fin de Siècle eine Kunst- und Kulturmetropole von Weltruf und hat diese Bedeutung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts verloren und verspielt – dass die Beschäftigtenzahl in diesem Bereich nach knapp hundert Jahren nunmehr auf demselben Niveau ist, deutet darauf hin, dass an diese Bedeutung noch nicht wieder zur Gänze angeschlossen werden konnte. Wien hat seine Position zu spät genutzt, trotz aller positiver Entwicklungen.

Die Gründe, weshalb Wien im Vergleich zu anderen europäischen Städten, etwa Paris oder London, im Bereich der CI nachhinkt, sind vielfältig: Nach einem kreativen und künstlerischen Höhepunkt zu Beginn des 20. Jahrhunderts, der auch von vielen Firmen ökonomisch positiv und nachhaltig verwertet wurde, kam es zu einem regelrechten Kahlschlag der CI in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, der sich in einem Tiefststand der Beschäftigten der CI ausdrückt. Verantwortlich waren dafür sowohl politische als auch wirtschaftliche Rahmenbedingungen: nach Ende des Ersten Weltkriegs fielen zahlreiche KäuferInnen der Fin de Siècle-Werke aus dem Bürgertum und dem Adel als AbnehmerInnen weg. Viele Kreative aus unterschiedlichsten Bereichen flohen vor der geistigen Enge des Kleinstaats. Die Wirtschaftskrise in den 1920er- und 1930er-Jahren verschlimmerte die Situation für die CI noch weiter, obwohl einige Bereiche gerade am Beginn ihrer Erfolgsgeschichte standen, wie etwa Werbung, Freizeit- und Medienindustrie. Die 1930er-Jahre brachten zudem einen gesellschaftlichen und politischen Wandel, zuerst zur austrofaschistischen Regierung, die eine ihrer Ideologie angepasste traditionelle und konservative Kunst bevorzugte, danach zur NS-Herrschaft, die sehr genaue, rassistisch motivierte Kriterien für Kunst anlegte; viele KünstlerInnen mussten emigrieren oder wurden verhaftet und ermordet. Die darüber hinaus ökonomisch schwierige Zeit in den 1930er-Jahren, während des Zweiten Weltkriegs und in den Jahren des Wiederaufbaus führten weiter zu einer Schwächung der CI.

Jedoch hatte ganz Europa die ökonomischen und gesellschaftlichen Rückschläge der beiden Weltkriege und einiger schwerer (vor allem ökonomischer) Krisen während des 20. Jahrhunderts zu bewältigen. In Österreich sorgten allerdings die austrofaschistische und die antisemitische (und minderheitenfeindliche) NS-Politik der 1930er- und 1940er-Jahre sowie ein restauratives Klima in den 1950er- und 1960er-Jahren dafür, dass sich die Kreativen auch nach 1945 nur bedingt entfalten konnten und in großer Zahl auswanderten (so sie nicht während der NS-Ära vertrieben wurden), um andernorts ihre Erfolge zu erzielen. Während sich die wirtschaftliche Lage nach dem Zweiten Weltkrieg relativ rasch erholte und es bereits Mitte der 1950er-Jahre wieder zu einem wirtschaftlichen Boom kam, waren die Bedingungen für Kunst und Kultur schlecht. Kunst wurde nur punktuell gefördert, der Trend ging eher Richtung Provinzialisierung und Verklärung der Zeit vor bzw. kurz nach dem Ersten Weltkrieg. Wien hatte dadurch als Kunst- und Kulturstandort denkbar schlechte Chancen, moderne KünstlerInnen wanderten ab, Wien bekam ein immer schlechteres, konservativeres und „verstaubteres“ Image. Durch die politische Entscheidung, Österreich als erstes Opfer des Nationalsozialismus zu sehen und eine Beteiligung von ÖsterreicherInnen an den Verbrechen des Regimes zu negieren, kam es lange zu keiner Entschuldigung oder gar Versuchen, emigrierte KünstlerInnen (ebenso wie andere bekannte Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben wie etwa WissenschaftlerInnen) wieder aus dem Ausland zurückzuholen, was bedeutete, auf ein sehr großes Potenzial zu verzichten.

Kreative, aber auch innovative Leistungen wurden lange Zeit nicht entsprechend anerkannt und schon gar nicht gefördert. Erst ab den 1970er-Jahren herrschte ein offeneres und progressiveres politisches und gesellschaftliches Klima in Österreich. Dementsprechend wurde auch moderne Kunst und Kultur gefördert, vor allem die Fördersummen wurden größer. Eine neue Welle setzte ab den 1990er-Jahren ein, auch die ökonomische Verwertbarkeit von Kunst und Kultur in Richtung CI wurde

von der öffentlichen Hand erkannt und wahrgenommen. Die Kreativen und ihre Leistungen bekamen einen neuen Stellenwert; mit Strukturförderungen wurde hier der Boden für eine „Szene“ aufbereitet, die sich in den letzten Jahren weiterentwickelt.

Es ist also zu konstatieren, dass Wien erst in den rund vierzig Jahren seit den 1970er-Jahren das aufgeholt hat, was davor ebenso lange vor allem durch die gesellschaftliche und politische Situation versäumt wurde.

Unbestritten ist, dass die CI ein wachsender Sektor mit großem Potenzial sind – das wurde in der quantitativen Untersuchung anhand mehrerer Beispiele deutlich. Einige CI-Felder im Bereich von Manufacturing and Reproduction haben sich etwa besser entwickelt als der gesamte Sachgüter produzierende Sektor. Die Anzahl der Beschäftigten im Exchange-Bereich ist weit höher gestiegen als die Beschäftigtenzahl im Handelssektor insgesamt. Zweifellos sind also von den Creative Industries positive Effekte auf die verwandten Felder im Industrie- und Dienstleistungssektor übergegangen. Diese Entwicklung spricht dafür, dass bei den CI eine Cluster- und Netzwerkbildung angestrebt werden sollte, um die Effekte, die daraus resultieren, optimal nutzen zu können. Dennoch darf nicht davon ausgegangen werden, dass Wien ein Standort für Massenerzeugung werden wird, sei es in der Bekleidungsbranche oder im Bereich der Elektronik, um nur zwei Beispiele zu nennen. Wien kann nur über Qualität punkten, was bei den Creative Industries nur in Einzelfällen zur Entstehung von Firmen mit hunderten Arbeitsplätzen führen wird können. Ausgehend von den Wiener KMU kann aber das kreative Milieu für andere angrenzende Branchen, wie dem Tourismus, wertvolle Impulse geben.

Auch wenn die Performance der angrenzenden CI-Bereiche gut war, gilt trotzdem: Umso geringer die Content Origination ist, desto weniger Chancen gibt es, dass eine Kreativszene entsteht. Doch dafür müssen wiederum die Möglichkeit, das Umfeld und entsprechende

gesellschaftliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, wirtschaftlich reüssieren zu können. In der Zwischenkriegszeit entwickelten sich zahlreiche Kreative aus der fruchtbaren „Szene“ im Fin de Siècle; jedoch gab es weder die wirtschaftlichen Absatzmöglichkeiten, noch ein offenes, gesellschaftliches bzw. politisches Klima, in dem sich KünstlerInnen optimal entfalten hätten können. Einige gingen ins Ausland und waren dort sehr erfolgreich.

Eine andere wesentliche Erkenntnis kann über den quantitativen Vergleich gewonnen werden: Zwar kann man auf theoretischer Ebene mit guten Argumenten die verschiedenen Branchen in Creative Industries zusammenfassen, um aber tatsächlich valide Erkenntnisse zu erzielen, die in gezielte Handlungsempfehlungen münden könnten, bedarf es nach wie vor der Betrachtung einzelner Branchen im Detail. Die Verhältnisse bei so gut wie allen Kennzahlen – Beschäftigungsentwicklung, Betriebsgrößen, Löhne, Gender-Aspekte, soziale Verhältnisse, Arbeitszeiten, Ausbildung, Karriereoptionen – sind von Branche zu Branche sehr unterschiedlich.

Gleichzeitig gibt es typische Entwicklungsszenarien, die nicht nur für die CI gültig sind. Interessant sind jene Tendenzen, die sich quer durch die gesamten CI zeigen. Hinsichtlich der Einkommenssituation innerhalb der Wiener CI kann festgestellt werden, dass die Ausgaben der ArbeitgeberInnen für die Beschäftigten niedriger waren als im Durchschnitt der gesamten Wiener Wirtschaft. Bei den Content Originators gilt nach wie vor, dass viele Personen in diesen Branchen Beschäftigung finden wollen und auch für ein geringes Entgelt Tätigkeiten ausüben. Die Kritik an vielen CI-Berufen richtet sich auf die prekären Verhältnisse, in denen Kreative arbeiten und oft auch leben müssen. Gerade hier gilt es, bei den Förderungen anzusetzen – denn das kreative Potenzial kann noch so groß sein, um ökonomisch erfolgreich zu sein, braucht es Unterstützung auf vielen Ebenen.

Der Exchange-Bereich, egal in welcher CI, weist ein für den Handel typisches, niedriges Gehalt mit kaum Steigerungen aus. Beschäftigte im Einzelhandel sind zum Großteil Frauen; die Situation der Frauen war innerhalb der CI-Branchen unterschiedlich. Insgesamt lag die Frauenerwerbsquote in den Wiener CI im Jahr 2001 bei 44 Prozent, was geringer ist als die Frauenerwerbsquote insgesamt. Einige Branchen wie die ArchitektInnen und ZivilingenieurInnen, die traditionell männlich dominiert waren, haben sich nicht in großem Maße für Frauen geöffnet. In Branchen, wo die Beschäftigtenzahl im Untersuchungszeitraum schrumpfte, wurden darüber hinaus Frauen überproportional häufig entlassen. Dennoch gibt es einige „neuere“ Branchen, wie etwa die Werbung, wo Frauen von Anfang an zu einem hohen Anteil vertreten waren und diesen weiter ausbauen konnten. Dass die Kreativbranche aber, wie oft behauptet wird, Frauen besondere Chancen bietet und sie überproportional vertreten sind, kann keinesfalls bestätigt werden.

Der Erfolg in den Creative Industries ist von der Definition von Erfolg abhängig: Unter Erfolg kann man in diesen Branchen jedenfalls das kreative Erschaffen von etwas Neuem, Einzigartigem, das im jeweiligen Fach anerkannt wird, verstehen; eine zweite Erfolgskategorie und ebenso wichtig ist der wirtschaftliche Erfolg, der damit erzielt wird. Diese beiden Faktoren wirken nicht immer proportional zueinander: So sind viele berühmte Kreative zu Lebzeiten nicht unbedingt reich geworden, wie umgekehrt etwas nicht außergewöhnlich kreativ sein muss, um kommerziell erfolgreich zu sein. Dieses Missverhältnis hängt mit dem Selbstverständnis vieler KünstlerInnen zusammen – viele wollen sich nicht „verkaufen“, weil damit wohl ein Abhängigkeitsverhältnis zum Markt verstanden wird. Ähnlich ist das Verhältnis von KünstlerInnen zur Politik und damit einhergehend zu öffentlichen Förderungen. Auch die Vernetzung, die bei den Kreativen zur erfolgreichen Vermarktung führen könnte, ist oft wenig ausgeprägt.

Erfolg bedeutet in der näher untersuchten Mode- und Designbranche einerseits die erfolgreiche Etablierung von Marken, andererseits auch ein Umfeld, das von dieser Branche – in der vorliegenden Studie in Wien – leben kann.

Zu den Spezifika des gesamten Bereichs gehört, dass es einige „Stars“ gibt, die sehr erfolgreich sind. Auf einzelne, bekannte DesignerInnen und Labels wurde in den verschiedenen Zeitabschnitten gesondert eingegangen: Ihr internationaler Stellenwert kann ein Indikator dafür sein, wie der Stellenwert Wiens in der Design- und Modebranche als Gesamtes wahrgenommen wird. Allerdings braucht es dafür ein eindeutiges Bekenntnis des/der Künstlers/in zu seinen/ihren Wurzeln. Für den Kernbereich der Creative Industries und die Entwicklung einer Branche an einem Standort sind erfolgreiche Beispiele zweifelsohne wichtig. Nicht nur der Faktor „Aushängeschild“ – den ein Standort zugegebenermaßen auch nützen muss – ist dafür ausschlaggebend, sondern auch die Tatsache, dass anderen KünstlerInnen derselben Generation wie auch dem Nachwuchs Impulse gegeben werden (können).

Diese Einzelleistungen dürfen aber nicht überbewertet werden: Ausgehend von einigen sehr kreativen Leistungen profitiert eine vor- bzw. nachgelagerte Industrie nicht automatisch in derselben Weise von diesen Erfolgen wie die KünstlerInnen selbst. Gab bzw. gibt es in Wien also sehr gute ModedesignerInnen, wie etwa Fred Adlmüller oder Helmut Lang, profitiert nicht unbedingt die Wiener Bekleidungsindustrie, geschweige denn die gesamte Textilindustrie davon, da die Modelle natürlich nicht in Masse produziert bzw. verkauft werden und die vor- und nachgelagerten Produktionsstätten aus Wien bzw. aus Österreich unter Umständen

ausgelagert sein können – wie es gerade im Produktionsbereich immer öfter der Fall ist.⁴⁹⁰

Damit „Wiener Mode“ entsteht, braucht es die an verschiedenen Stellen erwähnte „Szene“ mit den angrenzenden Branchen. Zu einer „Wiener Mode“ ist es seit dem Fin de Siècle nicht mehr gekommen, es bleibt auch fraglich, ob Wien jemals eine Modemetropole sein wird wie Paris, Mailand, London oder New York. Dennoch gibt es heute international sehr erfolgreiche Wiener DesignerInnen, die zur Wiener CI beitragen und Teil der Kreativszene sind, wie es auch im Wien der 1980er-Jahre der Fall war.

Spezifisch an diesem Bereich ist also nicht zwingend die Massenproduktion, sondern die Qualität Einzelner, die zu einem zugkräftigen, positiven Ruf verhelfen und im Zusammenspiel den Standort in den internationalen Blickpunkt rücken können. Ähnliches gilt für PreisträgerInnen, die Anstoß für Initiativen sein können.

Gemeinsam haben die beschriebenen Beispiele, dass sie gegen den herrschenden Mainstream agierten, besonders innovativ und sehr zukunftsorientiert waren, egal, ob dies das künstlerische Element ihrer Tätigkeit oder die Vermarktung betraf. Die *Wiener Werkstätte* hatte im Fin de Siècle bereits eine Marke geschaffen und verwendete einheitliches Design; dasselbe gilt für Fred Adlmüller, auch Helmut Lang setzte sich (und damit seine Produkte) dem Zeitgeist entsprechend gekonnt in Szene.

Auch verkehrten die genannten KünstlerInnen in der „Upper Class“, lehnten jedenfalls die Nähe zum politischen und wirtschaftlichen Establishment nicht ab, suchten also durchaus die Nähe zu den

⁴⁹⁰ Hier spielt aber auch die Tradition in den verschiedenen Ländern eine gewichtige Rolle: Bei italienischem Design beispielsweise ist immer noch wichtig, dass die Produkte „Made in Italy“ sind, gerade wenn es um hochpreisige Designerware geht. Ebenso gibt es in Italien eine sehr lebendige Sparte, die Stoffe erzeugt. Nichtsdestotrotz ist die Textilindustrie in Italien genauso von der internationalen Entwicklung und – wie überall in Westeuropa – vom Niedergang in den letzten Jahrzehnten betroffen.

AbnehmerInnen ihrer Kunstwerke. Auch die öffentliche Unterstützung war ihnen nicht zuwider, selbst der unkonventionelle Helmut Lang ließ sich seinen ersten Paris-Auftritt von öffentlicher Hand finanzieren. Auch Margarethe Schütte-Lihotzky, in den 1950er-Jahren bereits bekannte Designerin, arbeitete gerne mit der Politik zusammen, um Massenware herzustellen – freilich aufgrund ihrer eigenen politischen Aktivität.

Wichtig als generelles Muster für den Erfolg der Wiener CI ist die Schaffung eines Bewusstseins für diese Sparte. Negativbeispiel ist die verspätete Anerkennung der Fotografie als eigenständige Kunstrichtung in Österreich und die damit einhergehenden Versäumnisse, vor allem, was die Präsenz am Kunstmarkt betrifft.

Gefordert in diesem Sinne ist die Schaffung eines Bewusstseins für Design als (ein) verbindendes Element innerhalb der CI. Durch Design entsteht bei sämtlichen Produkten erst „Bedeutung“, womit in der heutigen Wissens- und Konsumgesellschaft ein Markt generiert werden kann. Über Design kann diese „Bedeutung“, also Inhalt vermittelt werden im Sinne von Unverwechselbarkeit, Qualität, Nachhaltigkeit, Status etc.

Dies ist auch notwendig, weil die KonsumentInnen der CI-Produkte meist Teil von etwas sein wollen: Bereits im Fin de Siècle wollten die MäzenInnen gemeinsam mit den KünstlerInnen die Kunst und die „Szene“ erleben; verstärkt trat dieses Bedürfnis wieder in den 1970er-Jahren beim Aktionismus auf, aber auch in den 1980er-Jahren, als der Markenkult auftrat und sich parallel dazu die Wiener *U-Mode* öffnete, um direkt bei den KonsumentInnen zu sein. Als in den 1990er-Jahren eine große Globalisierungs-, aber auch Individualisierungswelle einsetzte, wurde es noch wichtiger, in der Kleidung auszudrücken, wer man ist und wo man dazu gehört.

Wie ist nun der Befund der Designsparte in Österreich? Aufgrund der höheren Mobilität der jungen Leute, der besseren Verbreitungs-

möglichkeiten ihrer Produkte sowohl auf dem Markt als auch im Marketing (vor allem durch das Internet) und der Mitgliedschaft in der EU haben sich für junge DesignerInnen die Bedingungen in der Ausbildung wie auch in den ökonomischen Möglichkeiten geändert, und eine neue Designszene ist entstanden. Einige entscheiden sich bewusst für Wien als Standort, andere sind von Beginn an für internationale Firmen im Ausland tätig, wiederum andere genießen die Ausbildung in Wien, „entfliehen“ aber später in eine der großen Weltmetropolen.⁴⁹¹

Die Impulse für verwertbares Design kamen in Österreich lange Zeit nicht von staatlicher Seite. Dieses Feld wurde völlig der Wirtschaft, und hier vor allem Großunternehmen, überlassen, die selbst junge DesignerInnen rekrutierte. An sich wäre dies eine erfreuliche Entwicklung; bedenkt man aber, dass nur wenige österreichische Firmen groß genug sind, um sich eine eigene Designabteilung leisten zu können, kommt das einer Förderung der CI-Sparte Design nicht gleich. Dadurch konnte sich Design in Österreich vom Selbstverständnis her nur unterdurchschnittlich und mäßig entwickeln.

Wie in vielen anderen Creative Industries erlitt Österreich auch im Bereich des Designs vor und während des NS-Regimes einen enormen Aderlass an kreativem, intellektuellem und ökonomischem Potenzial, was in den folgenden fünfzig Jahren nicht mehr gutzumachen war.

Dennoch liegt Österreich heute bei Innovationsleistungen, Umsatzanteilen, neuen Produkten, Marktneuheiten und Patentanmeldungen über dem EU-Durchschnitt, trotz der Tatsache, dass die Wirtschaftsstruktur Österreichs hauptsächlich von KMU getragen wird. Im Allgemeinen wird

⁴⁹¹ Vgl. Witt-Döring, Christian: Kreative Ambivalenz. Eine österreichische Designmentalität?, in: Beyerle, a. a. o., S. 10ff; und vgl. Beyerle, Tulga: Österreichischer Designfluss. Österreichische Designidentität an einem Knotenpunkt, in: Juland (Hrsg.): Pure Austrian Design, Barcelona/Wien, 2006, o. S.

davon ausgegangen, dass vor allem große, international tätige Firmen Designleistungen und Innovationen in eigenen, dafür vorgesehenen Abteilungen leisten können. In Österreich sind es aber genau diese kleinen bis mittelgroßen Firmen, die durch Marktnischen ihr ökonomisches Überleben sichern und daher diese Innovationen leisten; in jüngster Zeit scheint auch einiges in Bewegung geraten zu sein. Laut einer Studie von *Design Austria* wurden 41 Prozent der Unternehmen im Bereich Produkt- und Industriedesign erst nach 1996 gegründet. Die größte Nachfrage nach Design besteht in Österreich im Dienstleistungssektor (im Handel und im Fremdenverkehr) und in der Industrie.

Als eigentliches Designland kann Österreich aber nicht bezeichnet werden, auch wegen der sehr späten nationalen Identitätsfindung aufgrund der bewegten Geschichte bzw. deren verspäteter Aufarbeitung. Dennoch: Die aktuelle Designszene, die zweifellos existiert, hat ein Selbstbewusstsein, das allerdings nicht auf einer national getragenen Haltung, sondern auf der individuellen Kreativität des Einzelnen beruht.

Österreichisches Design findet zwischen handwerklichem Luxusgut und industrieller Massenanfertigung statt, also im Spannungsfeld zwischen *Riedel-Glas* einerseits und *Doppelmeier-Liften* auf der anderen Seite. Nicht alle Innovationen aus Österreich sind dabei ähnlich Identität stiftend: *Philipps Austria* etwa stellte das weltweit erste digitale Diktiergerät mit Sprachbefehlsfunktion her; die leiseste Filmkamera *Moviecam*, die in Hollywood vielfach eingesetzt wird, kommt ebenfalls aus Österreich; zwei Drittel der US-Polizeikräfte sind mit *Glock*-Pistolen aus Österreich ausgestattet; aber als Identität stiftend werden weiterhin in erster Linie Skier und *Mozartkugeln* angesehen.

Um ein österreichisches Design(-Bewusstsein) zu schaffen und zu Vermarktungszwecken des Standorts optimal nutzen zu können, muss dieses Spannungsfeld bearbeitet werden.

Typisch für Österreich scheint das Design von Gebrauchsartikeln zu sein: Bereits in der *Wiener Werkstätte* waren es weniger die Luxusartikel, die ihren Ruf begründeten und auch den größten Umsatz bescherten, sondern die designten Artikel des täglichen Bedarfs wie Gläser, Tapeten oder Postkarten. Der Erfolg lag im Schaffen einer über das Produkt hinausgehenden Bedeutung.

Die *Wiener Werkstätte* hatte Designs, die europaweit neu waren, und auch Vermarktungsstrategien, die über den damals üblichen Handel hinaus gingen (Etablierung einer Marke, einheitliches Corporate Design, neue Ausstellungspraktiken, kleine Verkaufselemente wie etwa Postkarten etc.). Auch Fred Adlmüller machte aus seinen Designs schnell eine Marke und vermarktete darüber hinaus seine eigene Person.

Besonders wichtig bei den genannten, besonders erfolgreichen Beispielen war aber, dass der Zeitgeist getroffen wurde. Zentral war das etwa bei den *SW-Möbeln*, die nicht nur durch die neuen Designs, sondern vor allem aufgrund des Wandels gesellschaftlicher Bedürfnisse entstanden sind und sich wieder aufgelöst haben, als diese gedeckt waren. Auch Helmut Lang designte für eine damals erst in Entstehung begriffene „Szene“ und traf den Zeitgeist in den 1990er-Jahren so punktgenau, dass er in der Mode weltweit tonangebend war.

Der Misserfolg der besonders bekannten und erfolgreichen Beispiele geschah zumeist aufgrund wirtschaftlich schlechter Rahmenbedingungen. Bei der *Wiener Werkstätte* war es der Niedergang der Bürgertums nach dem Ersten Weltkrieg und die Wirtschaftskrise der 1920er-Jahre, bei Helmut Lang vor allem der Börsencrash nach den Terroranschlägen in den USA 2001, welcher der gesamten Luxusbranche schwere Verluste einbrachte.

Um aber erst einmal erfolgreich zu werden, sind die gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen weit ausschlaggebender als die ökonomischen.

Betrachtet man die wirtschaftliche Entwicklung der Creative Industries in Wien seit dem Fin de Siècle, drängt sich die Frage nach der Weiterentwicklung förmlich auf, vor allem unter dem Aspekt der schweren weltweiten Wirtschaftskrise seit dem Herbst 2008.

Zwar sind die einzelnen Branchen der CI zumeist durch prekäre Arbeitsverhältnisse, Projektarbeit u. Ä. gekennzeichnet, dies hat aber in Krisenzeiten durchaus Vorteile: Durch höhere Flexibilität und größere Anpassungsfähigkeit, was die Produkte (größtenteils) betrifft, könnte die Kreativwirtschaft auch besser durch die Krise kommen als andere Branchen. Vergleicht man etwa den Niedergang der Industrie in den 1970er- und 1980er-Jahren, so waren die CI zur selben Zeit von Wachstum gekennzeichnet. Andererseits besteht aber die Gefahr, dass gerade die prekären Arbeitsverhältnisse zunehmen.

In einem Dienstleistungszentrum wie Wien hat eine Branche, die hauptsächlich in diesem Sektor tätig ist, generell bessere Chancen, weil auch einen höheren Absatzmarkt. Zudem werden die CI von der öffentlichen Hand stark gefördert und unterstützt; was diese Förderungen vor allem seit 2008 bewirken und ob sie die Branche (unter)stützen können, wird man aber erst nach einigen weiteren Jahren sehen.

Zentral für die Entwicklung der CI wird vor allem das Konsumverhalten sein. Bei noch länger andauernder Wirtschaftskrise und höheren Arbeitslosenzahlen ist für einige CI-Branchen, etwa Mode, fraglich, wie viele Menschen sich qualitativ hochwertige Designer-Mode aus Wien leisten können bzw. wollen. Auf andere Bereiche, etwa das Fernsehen, wird das Konsumverhalten nur geringeren Einfluss haben. Der Unterhaltungsindustrie kommt auch in Krisenzeiten wichtige Bedeutung zu. Ob man sich aber unter dem Druck geringerer Budgets hochqualitative Produktionen leisten wird können, steht auf einem anderen Blatt.

Viel wertvoller – auch im Rückblick auf das 20. Jahrhundert – für eine florierende Kreativszene und damit zusammenhängend eine erfolgreiche

Standortpolitik für Wien erscheinen ein offenes gesellschaftliches Klima und eine fortschrittliche, zukunftsorientierte Politik. Betrachtet man die Entwicklung der letzten Jahre, so zeigt sich in Wien ein durchaus positives Bild.

QUELLENVERZEICHNIS

Dokumente

BUNDESMINISTERIUM FÜR UNTERRICHT, KUNST UND KULTUR:
Kunstbericht 1990. Wien, 1991.

BUNDESKANZLERAMT KUNSTSEKTION: Kunstbericht 2004. Wien,
2004.

BUNDESKANZLERAMT KUNSTSEKTION: Kunstbericht 2005. Wien,
2005.

Statistiken

ARBEITSSTÄTTENZÄHLUNG der Jahrgänge 1973, 1981 und 1991

WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN: Mitgliederstatistik.

COMPASS 1912, Vol. III./1 und III./2, Wien, 1911.

COMPASS 1951, Vol. III/1 und III/2, Wien, 1951.

HEROLD-Adressbuch, Wien, 1910.

HEROLD-Adressbuch, Wien, 1952.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Statistik der gewerblichen Wirtschaft
1976 nach 3-Stellern der Betriebssystematik, Wien, 1978.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Statistik der gewerblichen Wirtschaft
1983 nach 3-Stellern der Betriebssystematik, Wien, 1985.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Statistik der gewerblichen Wirtschaft
1988 nach 3-Stellern der Betriebssystematik, Wien, 1989.

ÖSTERREICHISCHE STATISTISCHE ZENTRAALKOMMISSION: Die
Ergebnisse der Volkszählung vom 31. Dezember 1890 in den im
Reichsrathe vertretenen Königreichen und Ländern, Wien, 1892.

ÖSTERREICHISCHE STATISTISCHE ZENTRAALKOMMISSION: Die
Ergebnisse der Volkszählung vom 31. Dezember 1900 in den im
Reichsrathe vertretenen Königreichen und Ländern, Wien, 1902.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Volkszählung 1910, Tabelle II.
Berufsart und Stellung im Berufe. A. Stadt Wien. Vol. 3, Wien, 1914.

ÖSTERREICHISCHES BUNDESAMT FÜR STATISTIK: Ergebnisse der
österreichischen Volkszählung 1934, Wien, 1935.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Volkszählung 1951. Berufstätige nach
Betriebsgruppen und Stellung im Beruf und Geschlecht 1951, in:
Statistisches Jahrbuch der Stadt Wien 1953, Wien, 1953.

ÖSTERREICHISCHES STATISTISCHES ZENTRALAMT (Hrsg.):
Volkszählungsergebnisse: Ergebnisse der Volkszählung vom 21. März
1961, Wien, 1964.

ÖSTERREICHISCHES STATISTISCHES ZENTRALAMT (Hrsg.):
Vorläufige Ergebnisse der Volkszählung 1971, Wien, 1971.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Volkszählung 1981 (bearbeitet im
Österreichischen Statistischen Zentralamt). Hauptergebnisse I. Wien,
1984.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Volkszählung 1981 (bearbeitet im
Österreichischen Statistischen Zentralamt). Hauptergebnisse II. Wien,
1985.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Volkszählung 1991 (bearbeitet im
Österreichischen Statistischen Zentralamt). Hauptergebnisse I. Wien,
1993.

ÖSTERREICHISCHE STATISTIK: Volkszählung 1991 (bearbeitet im
Österreichischen Statistischen Zentralamt). Hauptergebnisse II. Wien,
1995.

STATISTIK AUSTRIA: Arbeitsstättenzählung 2001, Hauptergebnisse
Wien. Vol. 1 and 2, Wien, 2004.

STATISTIK AUSTRIA (Hrsg.): Kulturstatistik 1992. Wien, 1994.

STATISTIK AUSTRIA: Volkszählung 2001. Erwerbspersonen 2001 nach
Geschlecht, Stellung im Beruf und wirtschaftlicher Zugehörigkeit (Wien),
Sonderauswertung. Wien, 2005.

Literatur

AIGNER, Carl: Phänomen Fotografie. Tendenzen zeitgenössischer Fotokunst, in: DENSCHER, Barbara: Kunst & Kultur in Österreich. Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999, S. 289 – 290.

BACHINGER, Karl: II. 1918 – 1945, in: BACHINGER, Karl/HEMETSBERGER-KOLLER, Hildegard/ MATIS, Herbert: Grundriss der österreichischen Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Von 1848 bis zur Gegenwart. Wien, 1987, S. 42 – 83.

BAUER, Erwin K.: Die Stimme der Straße. Kulturgut Plakat, in: BEYERLE, Tulga (Hrsg.): Designlandschaft Österreich. 1900 – 2005. Basel, 2006, S. 60 – 79.

BÄUMER, Angelica: Bildende Kunst in Österreich seit 1890. Wien, 1996.

BEYERLE, Tulga (Hrsg.): Designlandschaft Österreich. 1900 – 2005. Basel, 2006.

BEYERLE, Tulga: Österreichischer Designfluss. Österreichische Designidentität an einem Knotenpunkt, in: JULAND (Hrsg.): Pure Austrian Design, Barcelona/Wien, 2006, o. S.

BRANDSTÄTTER, Christian: Design der *Wiener Werkstätte*. 1903 – 1932; Architektur, Möbel, Gebrauchsgrafik, Postkarten, Plakate, Buchkunst, Glas, Keramik, Metall, Mode, Stoffe, Accessoires, Schmuck. Wien, 2003.

BRANDSTÄTTER, Christian: Dr. Emil Mayer (1871 – 1938), in: BRANDSTÄTTER, Christian/ HUBMANN, Franz (Hrsg.): Damals in Wien: Menschen um die Jahrhundertwende. Photographiert von Dr. Emil Mayer, Wien, 1995, S. 29 – 38

BREICHA, Otto/ URBACH, Reinhard (Hrsg.): Österreich zum Beispiel. Literatur, bildende Kunst, Film und Musik seit 1968. Wien, 1982.

BUND ÖSTERREICHISCHER GEBRAUCHSGRAFIKER (Hrsg.): Grafisches Handbuch des Bundes Österreichischer Gebrauchsgrafiker. Wien, 1950.

BÜTTNER, Wolfgang: Die österreichische Textilindustrie. Wien, 1952.

BUXBAUM, Gerda: Die Frau als Blüte, in: BUXBAUM, Gerda (Hrsg.): Mode! Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999, S. 14.

BUXBAUM, Gerda: Die Kriegskrinoline, in: BUXBAUM, Gerda (Hrsg.): Mode! Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999, S. 25.

-
- BUXBAUM, Gerda (Hrsg.): Mode! Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999.
- BYARS, Mel: The Design Encyclopedia. New York, 2004.
- CLOUGH, Shepard Bancroft: Kultur und Wirtschaft. Der Anteil des ökonomischen Faktors am Steigen und Sinken der Kultur. Wien, 1954.
- CSENDES, Peter/ OPLL, Ferdinand (Hrsg.): Wien. Geschichte einer Stadt. Von 1790 bis zur Gegenwart. Band 3. Wien, 2006.
- DENSCHER, Barbara: Kunst & Kultur in Österreich. Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999.
- DENSCHER, Bernhard: Ornament und Reduktion. Wiener Plakate als Beitrag zur Entwicklung der visuellen Massenkommunikation, in: OBERMAIER, Walter und WIENER STADT- UND LANDESBIBLIOTHEK (Hrsg.): Plakate aus Wien. Wien, 2003, S. 7 – 26.
- DEPARTURE WIRTSCHAFT, KUNST UND KULTUR GmbH (Hrsg.): Look Book 2007. Creative Vienna. Die Moderne Stadt, Nürnberg, 2007.
- DEPARTURE FOR CULTURE, MEDIA AND SPORTS: Mapping Document. London, 1998, publiziert auf http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx, 11. 1. 2009, 10:30.
- DESIGN AUSTRIA: DA 75 – Festschrift, Geburtstagssymposium. Wien, 2005.
- DORNER, Renate: Textiles Österreich. Zweite Republik. Kontraste und Parallelen. Perchtoldsdorf, 1988.
- DREXLER, Martin W. (Hrsg.): Idealzone Wien. Wien, 1998.
- EDER, Franz X.: Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, in: EDER, Franz X./ EIGNER, Peter/ RESCH, Andreas/ WEIGL, Andreas: Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien, 2003, S. 201 – 285.
- EDER, Franz X./ EIGNER, Peter/ RESCH, Andreas/ WEIGL, Andreas: Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien, 2003.
- EIGNER, Peter: Wie(n) neu! Die urbane Renaissance Wiens 1975 – 2010, Sonderdruck aus: BERGER, Peter/ EIGNER, Peter/ RESCH, Andreas (Hrsg.): Die vielen Gesichter des wirtschaftlichen Wandels. Beiträge zur Innovationsgeschichte. Festschrift für Dieter Stiefel. Wien, 2011.

EIGNER, Peter und RESCH, Andreas: Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert, in: EDER, Franz X./ EIGNER, Peter/ RESCH, Andreas/ WEIGL, Andreas: Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien, 2003, S. 8 – 140.

FACHVERBAND DER BEKLEIDUNGSINDUSTRIE ÖSTERREICHS: Die österreichische Bekleidungsindustrie. Weißbuch 1982. Wien, 1982.

FELBER, Ulrike/ MELICHAR, Peter/ PRILLER, Markus/ UNFRIED, Berthold/ WEBER, Fritz: Ökonomie der Arisierung. Teil 2: Wirtschaftssektoren, Branchen, Falldarstellungen, in: JABLONER, Clemens/ BAILER-GALANDA, Brigitte/ BLIMLINGER, Eva/ GRAF, Georg/ KNIGHT, Robert/ MIKOLETZKY, Lorenz/ PERZ, Bertrand/ SANDGRUBER, Roman/ STUHLPFARRER, Karl/ TEICHOVA, Alice (Hrsg.): Veröffentlichungen der Österreichischen Historikerkommission. Vermögensentzug während der NS-Zeit sowie Rückstellungen und Entschädigungen seit 1945 in Österreich. Band 10/2: Zwangsverkauf, Liquidierung und Restitution von Unternehmen in Österreich 1938 – 1960. Wien, 2004.

FISCHER, Jens-Malte: Jahrhundertdämmerung. Ansichten eines anderen Fin de Siècle. Wien 2000.

FLECK, Robert: Die Moderne in Österreich nach dem Zerfall der Monarchie. in: SMOLIK, Noemi und FLECK, Robert (Hrsg.): Kunst in Österreich. Köln, 1995, S. 18 – 22.

FLORIDA, Richard: The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York, 2004.

FROTTIER, Elisabeth/ BAST, Gerald (Hrsg.): W. F. Adlmüller. Mode – Inszenierungen + Impulse. Wien, 2009.

GELDNER, Norbert: Der Wirtschaftsbereich Kultur und Unterhaltung und seine Rolle im Wiener Arbeitsmarkt, Wien, 2000.

GÖTZ, Rudolf: Kunstzensur. Strukturanalyse österreichischer Kunstzensurmodelle im Zeitraum von 1982 – 2001, Wien, 2001.

GRAFIK-DESIGN-AUSTRIA: Bericht 1988/89. Wien, 1990.

HADINOTO, Eugénie: Modemetropolen in Europa. Wien als Fallbeispiel. Wien, 1997.

HESMONDALGH, David: The Cultural Industries. London, 2002.

HOLLEIN, Lilli: Konservierte Zukunft. Die charmante Langsamkeit österreichischen Designs, in: BEYERLE, Tulga (Hrsg.): Designlandschaft Österreich. 1900 – 2005. Basel, 2006, S. 44 – 49.

HORKHEIMER, Max, und ADORNO, Theodor W.: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 13. Auflage, Frankfurt am Main, 2001.

HROMATKA, Heike: Creative Industries in Vienna as Working World and Labour Market. From Fin de Siècle to Our Days, paper presented at 14th International Conference on Cultural Economics, 6th – 9th July 2006, Vienna.

HROMATKA, Heike/ RESCH, Andreas: Kreativwirtschaft in Wien – eine Jahrhundertperspektive. Working Paper Series: Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials. No. 2. Wien 2005.

INNOVATIONS- & TECHNOLOGIETRANSFER SALZBURG GmbH (Hrsg.): Kreativität Salzburg. Ein Strategiepapier für eine standortpolitische Schwerpunktsetzung. Salzburg, 2004.

INSTINCT DOMAIN (Hrsg.): Der Kultursektor im Burgenland 2000. Wien, 2002.

JAGSCHITZ, Gerhard (Hrsg.): Die "wilden" fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich. St. Pölten, 1985.

JULAND (Hrsg.): Pure Austrian Design, Barcelona/Wien, 2006, o. S.

KALMÁR, M./ KERNBEISZ, G./ LEHNER, U./ LÖFFLER, R. / WAGNER-PINTER, M.: Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen? Innsbruck, 2005.

KARNER, Regina: Wiener Damenmode im Fin de Siècle. Wien, 1994.

KAUT, Hubert: Modeblätter aus Wien. Mode und Tracht von 1770 bis 1914. Wien, 1970.

KNAPITSCH, Sigrid: Mode und Modebetrieb. Wien, 1935.

KNAPP, Marion: Kulturpolitik, in: DACHS, Herbert: Handbuch österreichisches politisches System. Die Zweite Republik, Wien, 1997.

KOLLER, Gabriele: Vertreibung des Geistigen aus Österreich. Zur Kulturpolitik des Nationalsozialismus, Wien, 1985.

KOLLER, Gabriele: Zwischen Tool und Touch. Superlative, in: BEYERLE, Tulga (Hrsg.): Designlandschaft Österreich. 1900 – 2005. Basel, 2006, S. 34 – 43.

KFMA/ IKM (Hrsg.): Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Wien, 2003.

KMU-Forschung Austria: Zweiter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Wien, 2006.

KULTURDOKUMENTATION/ WIFO/ MEDIACULT (Hrsg.): Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien – Endbericht, Wien, 2004.

LANDRY, Charles: The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators, London, 2000.

LEHNERT, Gertraud: Geschichte der Mode des 20. Jahrhunderts. Köln, 2000.

LEINFELLNER, Christine: Silberwald, Sissi und Sexbomben. Der österreichische Film, Frauen und die Realität, in: JAGSCHITZ, Gerhard (Hrsg.): Die "wilden" fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich. St. Pölten, 1985, S. 54-63.

LEMBERGER, Hedwig: Die Wiener Wäscheindustrie. Wien und Leipzig, 1907.

LESSING, Erich: Vom Festhalten der Zeit. Reportage-Fotografie 1948-1973. Wien, 2002.

LIEHWER, Otto: Wiener Mode, in: ZIAK, Karl: Wiedergeburt einer Weltstadt. Wien 1945 – 1965. Wien, 1965, S. 271 – 278.

LINZER INSTITUT FÜR QUALITATIVE ANALYSEN: Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz. Linz, 2005.

MARCHSTEINER, Uli: Pure Austrian Design. Der hybride Hirsch im globalen Wunderwald, in: JULAND (Hrsg.): Pure Austrian Design, Barcelona/Wien, 2006, o. S.

MATIS, Herbert und BACHINGER, Karl: Österreichs industrielle Entwicklung. Wien, 1973.

MATTL, Siegfried: Geschichte Wiens. Das 20. Jahrhundert. Wien, 2000.

MATTL, Siegfried: Stil als Marktstrategie. Die *Wiener Werkstätte* als postindustrielles Unternehmen vor der Zeit, in: NOEVER, Peter (Hrsg.):

Wiener Werkstätte: Der Preis der Schönheit: 100 Jahre Wiener Werkstätte. Ostfildern-Ruit, 2003, S. 13 – 22.

MAYER, Margit J.: Helmut Lang, in: BUXBAUM, Gerda (Hrsg.): *Mode! Das 20. Jahrhundert.* Wien, 1999, S. 157.

MAYERHOFER, Peter/ PELTZ, Philipp/ RESCH, Andreas: "Creative Industries" in Wien: *Dynamik, Arbeitsplätze, Akteure.* Wien, 2008.

MEISSL, Gerhard: *Arbeitsort Wien. Die Entwicklung der Wiener Wirtschaft nach 1945 aus dem Blickwinkel der Betriebs- und Arbeitsstättenzählungen,* in: SCHMEE, Josef/ WEIGL, Andreas (Hrsg.): *Wiener Wirtschaft 1945 – 1998. Geschichte – Entwicklungslinien – Perspektiven.* Wien, 1999, S. 13 – 38.

MEISSL, Gerhard: *Altväterisches oder modernes Wien? Zur Diskussion um die Warenhäuser und die Warenhaussteuer in Wien zwischen 1890 und 1914,* in: LEHNE, Andreas: *Wiener Warenhäuser 1865 – 1914.* Wien, 1990, S. 61 – 84.

MEJSTRIK, Alexander: *Berufsschädigungen in der nationalsozialistischen Neuordnung der Arbeit. Vom österreichischen Berufsleben 1934 zum völkischen Schaffen 1938 – 1940.* Wien, 2004.

MELICHAR, Peter: *Der Wiener Kunstmarkt in der Zwischenkriegszeit,* in: MEJSTRIK, Alexander/ MELICHAR, Peter (Hrsg.): *Kunstmarkt. Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften.* 17. Jg., Heft 2 & 3. Innsbruck 2006.

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND MITTELSTAND, TECHNOLOGIE UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.): *Kulturwirtschaft im Netz der Branchen.* 4. Kulturwirtschaftsbericht NRW. Düsseldorf, 2001.

MINISTRIAL CREATIVE INDUSTRIES STRATEGIC GROUP: *Creative Industries Mapping Document,* London, 2001.

NEISZ, Herta: *Wiener Werkstätte: zwischen Mythos und wirtschaftlicher Realität.* Wien, 2004.

NEUDHART, Heinrich G.: *Wiener Internationale Messe. Vorgeschichte, Anfänge und Entwicklung bis zur kriegsbedingten Einstellung 1942.* Lohmar, 2011.

NEUWIRTH, Waltraud: *Porzellanmanufaktur Augarten.* Wien, 1992.

NOEVER, Peter (Hrsg.): *Margarete Schütte-Lihotzky. Soziale Architektur. Zeitzeugin eines Jahrhunderts.* Wien, 1993.

OBERMAIER, Walter und WIENER STADT- UND LANDESBIBLIOTHEK (Hrsg.): Plakate aus Wien. Wien, 2003.

O'CONNOR, Justin: The Cultural Production Sector in Manchester. Research & Strategy. Manchester, 1998.

O'CONNOR, Justin: The Definition of 'Cultural Industries'. Manchester, 1997.

ÖSTERREICHISCHE INDUSTRIEGESCHICHTE LINZ (Hrsg.): Österreichische Industriegeschichte. Band 1-3. Wien, 2003 – 2005.

OTT, Marlene: Josef Frank (1885-1967) – Möbel und Raumgestaltung. Wien, 2009.

PALMER, Alexandra: Das Reformkleid, in: BUXBAUM, Gerda (Hrsg.): Mode! Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999, S. 16.

PRILLER, Markus: Arisierungen in der österreichischen Textilindustrie. Diplomarbeit, Wien, 2008.

RATHKOLB, Oliver: Führertreu und gottbegnadet. Künstlereliten im Dritten Reich. Wien, 1991.

RATZENBÖCK, Veronika: Handbuch zur Kunstförderung, Wien, 1994.

REDAKTIONSGRUPPE WEISZBUCH KULTURPOLITIK: Weißbuch zur Reform der Kulturpolitik in Österreich. Wien, 1999.

REISINGER, Ursula: Augarten Festschrift. Wien, 1990.

RESCH, Andreas: Anmerkungen zur langfristigen Entwicklung der „Creative Industries“ in Wien; in: MAYERHOFER, Peter/ PELTZ, Philipp/ RESCH, Andreas: „Creative Industries“ in Wien: Dynamik, Arbeitsplätze, Akteure, Wien, 2008, S. 9 – 34.

SANDGRUBER, Roman: Vom Hunger zum Massenkonsum, in: JAGSCHITZ, Gerhard (Hrsg.): Die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich. St. Pölten, 1985, S. 112 – 122.

SANDGRUBER, Roman: Ökonomie und Politik. Österreichische Wirtschaftsgeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Wien, 1995.

SAURER, Edith: Schweißblätter. Gedankenfetzen zu (sic!) Frauengeschichte in den Fünfziger Jahren, in: JAGSCHITZ, Gerhard

(Hrsg.): Die "wilden" fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich. St. Pölten, 1985, S. 42 – 52.

SCHILL, Herbert: Fred Adlmüller. Der Schönheit zu Diensten. Wien, 1990.

SCHMID, Beate Dorothea: Lederjacke, Jeans und T-Shirt, in: BUXBAUM, Gerda (Hrsg.): Mode! Das 20. Jahrhundert. Wien, 1999.

SCHNEIDER-MANNSAU, Burgi: Mode. Wien, 1989.

SCHÖPF, Anton: Gewerbeförderung im Hinblick auf das Kleidermachergewerbe. Wien, 1959.

SCHORSKE, Carl E.: Fin-De-Siècle Vienna. Politics and Culture. New York, 1980.

SCHWEIGER, Werner J.: Meisterwerke der Wiener Werkstätte: Kunst und Handwerk. Wien, 1990.

SCHWEIGER, Werner J.: Die Wiener Werkstätte. Kunst und Handwerk 1903 – 1932, in: BRANDSTÄTTER, Christian: Design der Wiener Werkstätte. 1903 – 1932; Architektur, Möbel, Gebrauchsgrafik, Postkarten, Plakate, Buchkunst, Glas, Keramik, Metall, Mode, Stoffe, Accessoires, Schmuck. Wien, 2003, S. 17 – 19.

SEILER, Katrin: Unit F Büro für Mode. Wien, 2006.

SELZER, Patricia A.: Strukturwandel in der österreichischen Bekleidungsindustrie, Wien 1972.

SIEDER, Reinhard/ STEINERT, Heinz/ TÁLOS, Emmerich: Wirtschaft, Gesellschaft und Politik in der Zweiten Republik. Eine Einführung, in: SIEDER, Reinhard/ STEINERT, Heinz/ TÁLOS, Emmerich (Hrsg.): Österreich 1945 – 1995. Gesellschaft, Politik, Kultur. Wien, 1995, S. 9 – 34.

SINGER-MECZES, Eva: Einkaufen in Wien 1918 – 1933 (I). Greissler, Konsumgesellschaften, Warenhäuser. Wien 1987.

SLOTH, Jorgen/ NIELSEN, Carsten/ NIELSEN, Andreas Ronne/ WANCHE, Tore/ RÖNNLUND, Lars-Erik/ ALATO, Ingegard/ NORSTEGARD, Bjorn/ MAKINEN, Eeva/ SIGURDSON, Smari: Jenka – Nordic Creative Industries Network. Dance or Die, o. O., 2006.

SMOLIK, Noemi und FLECK, Robert (Hrsg.): Kunst in Österreich. Köln, 1995.

TOMICZEK, Herbert: 200 Jahre Mode in Wien, Wien, 1976.

TOWSE, Ruth und HOLZHAUER, Rudi (Hrsg.): The Economics of Intellectual Property. Cheltenham, 2002.

VASKO, Desirée: Reflexion über das Mode-Spektakel der Achtziger Jahre, in: DREXLER, Martin W. (Hrsg.): Idealzone Wien. Wien, 1998, S. 107 – 119.

VEIGL, Hans: Die 50er und 60er Jahre. Geplantes Glück zwischen Motorroller und Minirock. Wien, 1996.

WEIGL, Andreas/ MESCH, Michael: Angestellte, Beamte und der Wandel der Beschäftigungsstruktur in Österreich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, in: Wirtschaft und Gesellschaft, Heft 1/2011, Wien 2011, S. 95-183.

WILLIAMS, Raymond: Culture. London, 1981.

WIMMER, Michael: Kulturpolitik in Österreich. Darstellung und Analyse 1970 – 1990. Wien, 1995.

WIMMER, Michael: Staatliche Kulturpolitik in Österreich seit 2000. Zur Radikalisierung eines politischen Konzepts, in: TÁLOS, Emmerich (Hrsg.): Schwarz-Blau. Eine Bilanz des „Neu-Regierens“. Wien, 2006.

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH (Hrsg.): Kreativwirtschaft in Österreich, Wien, 2007.

WITT-DÖRING, Christian: Kreative Ambivalenz. Eine österreichische Designmentalität?, in: BEYERLE, Tulga (Hrsg.): Designlandschaft Österreich. 1900 – 2005. Basel, 2006, S. 10 – 19.

WOLF, Andrea: Wandel & Beharrung. Aspekte zum Leben im Zeitalter des Historismus in Österreich. Wien, 1996.

YATES, W. E.: Theatre in Vienna. A Critical History 1776 – 1995. Cambridge, 1996.

ZEC, Peter: Jenseits der Klischees. Österreichisches Design zwischen Rückbesinnung und Offenheit, in: JULAND (Hrsg.): Pure Austrian Design, Barcelona/Wien, 2006, o. S.

ZIAK, Karl (Hrsg.): Wiedergeburt einer Weltstadt. Wien 1945 – 1965. Wien, 1965.

ZILK, Helmut: Rundfunk und Fernsehen, in: ZIAK, Karl (Hrsg.): Wiedergeburt einer Weltstadt. Wien 1945 – 1965. Wien, 1965, S. 262 – 270.

Internetquellen, Zeitungsartikel

ARTFASHION

www.artfashion.at, 30. 8. 2006, 14:30

AUSTRIAN FASHION WEEK

<http://www.6festival.at>, 20. 12. 2006, 12:20

www.top.wien.at/forschen-entdecken/department/night/index.html, 20. 8. 2006, 13:00

BASIS-WIEN ARCHIV

www.basis-wien.at/db, 28. 7. 2006, 15:00.

BLICKFANG

www.hma.de/blickfang/wien/index.html, 31. 8. 2006, 17:00

CREATIVE FUR AWARD

portal.wko.at/wk/dok_detail_file.wk?AngID=1&DocID=186184, 30. 8. 2006, 11:00

DEPARTURE

www.departure.at, 30. 8. 2006, 14:45

DEPARTURE – BILANZ

<http://www.wien.gv.at/rk/msg/2012/02/29002.html>, 12. 5. 2012, 17:30

EUROPÄISCHES NETZWERK ZU CREATIVE INDUSTRIES

<http://www.european-creative-industries.eu/>, 13. 9. 2007, 12:00.

KNEISSL

www.kneissl.com/index.php?lang=de, 2. 9. 2006, 13:30

KUNSTBERICHT DES BUNDESMINISTERIUMS FÜR UNTERRICHT,
KUNST UND KULTUR

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kulturfinanzierung/021557.html, 27. 10. 2009, 11:00

MAK

www.dip.mak.at und www.mak.at/sammlung/f_dip.at

MINISTRIAL CREATIVE INDUSTRIES STRATEGIC GROUP: Creative
Industries Mapping Document

<http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/338EFCBC-F706-4191-A1A4-CCB7EFF7EDAE/0/foreword.pdf>, 5. 7. 2007 um 10:00.

MODEPALAST

www.modepalast.com, 31. 8. 2006, 8:30

NEUE WIENER WERKSTÄTTE

www.neuwienerwerkstaette.at, 31. 8. 2006, 14:00

DIE PRESSE online

Andreas Bergbaur in: „Die Mode ist los“, Die Presse, 18. 9. 2003.

RENAULT HAUTE COUTURE PREIS

www.rhcp.at/information.php, 30. 8. 2006, 10:45

RINGSTRASSEN-GALERIEN-AWARD

http://www.ringstrassen-galerien.at/events/cms.id,21,nodeid,34,xv_query,,print,1,language,de.html, 30. 8. 14:00

SALZBURGER NACHRICHTEN

Impulse für Mode, Salzburger Nachrichten, 26. 9. 2005.

SCHÖPS

<http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/406478/index.do?from=simarchiv>, 5. 2. 2010, 12:00.

<http://derstandard.at/1218534076385>, 5. 2. 2010, 12:00.

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20081009_OTSO192, 5. 2. 2010, 12:00.

DER STANDARD

Sonderbeilage „Augarten Porzellan“, 25. 5. 2012

UNIT F BÜRO FÜR MODE

www.unit-f.at

VOGUE

<http://www.vogue.de/vogue/5/1/content/00693/index.php>, 30. 8. 2006, 10:30.

DIE WELT online

„Mode: Helmut Lang ohne Helmut Lang“ von Inga Griesse am 27. 1. 2005, 10:30 <http://www.welt.de/data/2005/01/27/430742.html>

WUK

http://www.wuk.at/index.php/idee/daswuk/0/daswuk_geschichte_25jahre.html

ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS

Abbildung 1: NOEVER, Peter (Hrsg.): *Wiener Werkstätte: Der Preis der Schönheit: 100 Jahre Wiener Werkstätte*. Ostfildern-Ruit, 2003, Beilage.

Abbildung 2: NOEVER, Peter (Hrsg.): *Wiener Werkstätte: Der Preis der Schönheit: 100 Jahre Wiener Werkstätte*. Ostfildern-Ruit, 2003, S. 79.

Tabelle A: Die „Wiener Definition“ der Creative Industries nach Branchen; nach ÖNACE-Klassen und Abschnitten der Wertschöpfungskette

Tabelle B: Anzahl der Beschäftigten in der Wiener CI 1910, 1951 und 2001

Tabelle C: Beschäftigte Grafik/Mode/Design 1910, 1951 und 2001 (abzüglich nicht vergleichbare Tätigkeiten)

Tabelle D: Anzahl der Beschäftigten in vergleichbaren Branchen der Wiener CI in den Jahren 1910, 1951 und 2001

Tabelle E: Anteil der Frauenbeschäftigung in Wien und in den Wiener Creative Industries 1910, 1951 und 2001

Tabelle F: Einkommenssituation in Wien und in den Wiener Creative Industries 1976, 1983 und 1988

Tabelle G: Anzahl der Arbeitsstätten und der Beschäftigten in den CI 1973, 1981, 1991 und 2001

ANHANG

Abbildungen I – VIII: Fotokopien der Volkszählungsliste 1910
(Österreichische Statistik: Volkszählung 1910, Tabelle II. Berufsart und
Stellung im Berufe. A. Stadt Wien. Vol. 3, Wien, 1914.)

Tabelle 1: Die „Wiener Definition“ der Creative Industries nach Branchen
(nach ÖNACE-Klassen und Abschnitten der Wertschöpfungskette)

Tabelle 2: Die „Wiener Definition“ der Creative Industries nach Branchen
(nach Statistik der gewerblichen Wirtschaft und Abschnitten der
Wertschöpfungskette)

Tabelle 3: Auswertung Volkszählungen – Vergleichstabelle des
Jahrhundertvergleichs

Tabelle 4: Auswertung Volkszählungen – Creative Industries in Wien 2001
und 1951

Tabelle 5: Auswertung Volkszählungen – Creative Industries in Wien 2001
und 1910

Tabelle 6: Auswertung Arbeitsstättenzählung

Diagramme 1 und 2: Auswertung Wirtschaftskammer-Listen – Entwicklung
Beschäftigung im Einzelhandel, gesamt und nach ausgewählten Branchen

Diagramme 3 und 4: Auswertung Wirtschaftskammer-Listen – Entwicklung
Beschäftigung und Betriebe im Bekleidungsgewerbe, Männer und Frauen
und gesamt

Diagramm 5: Auswertung Wirtschaftskammer-Listen – Entwicklung
Beschäftigung und Betriebe bei den SchuhmacherInnen, Männer und
Frauen

Diagramm 6: Auswertung Wirtschaftskammer-Listen – Entwicklung
Beschäftigung bei den SchuhmacherInnen, gesamt

Diagramm 7: Auswertung Wirtschaftskammer-Listen – Entwicklung
Beschäftigung, ausgewählte Branchen

Diagramm 8: Auswertung Wirtschaftskammer-Listen – Entwicklung
Beschäftigung, ausgewählte Branchen gesamt

Abbildung I: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. — A. Stadt Wien.

Laufende Zahl der Berufsgruppen Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige							zusammen	Angehörige ohne eigenen Hauptberuf	Hansdiener-schaft, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen			
			Selbstständige	Pächter und Kolonnen	Ange-stellte	Arbei-ter	Lehr-linge	Tag-löhner	Mit-helfend-Famili-enmit-glieder							
			z.	w.	z.	w.	z.	w.	z.	w.	z.	w.	z.	w.	z.	w.
I	1 Landwirtschaft ¹⁾		935	47	164	788	2	136	259	2 331	1 964	1 173	5 468			
	z.		249	3	14	182	1	47	177	673	1 328	359	2 860			
	w.		356	6	3	148	1	108	106	728	937	32	1 697			
	2 Weinbau		71			14		11	59	155	658	32	845			
	z.		961	316	38	3 322	223	182	741	5 783	5 576	236	11 536			
	w.		116	34	1	358	15	55	524	1 103	3 791	231	5 125			
	3 Gärtnerei, Baumschulen		33		16	155	1	3	2	210	154	12	376			
	z.		9			9		3	1	22	107	12	141			
	w.		9			9		3	1	22	107	12	141			
	4 Tierzucht ²⁾ und Mastung		2 285	369	221	4 418	227	429	1 108	9 052	8 631	1 453	19 136			
	z.		445	37	15	563	76	116	761	1 953	5 884	1 134	8 971			
	w.		14		118	47	1			180	162	48	390			
	1 Forstwirtschaft und Jagd.....		2		3			3	1	62	51	2	115			
	z.		25		8	25		9	1	24	33	2	59			
	w.		13			9				7	2		9			
	2 Forstwirtschaftl. Nebennutzungen ³⁾		1		5	1				3	2		5			
	z.		1		2					1	1		2			
	w.		1		2					2	1		3			
	3 Torfgewinnung		40		131	73		4	1	249	215	50	514			
	z.		16		5	9		7	7	32	148	46	226			
	w.		3		2	12		2		19	12		31			
	1 Binnenfischerei ⁴⁾		1							1	8		9			
	z.		1		3					3	1		4			
	w.		1		1					1	7		2			
	2 Seefischerei ⁵⁾		3		5	12		2		22	13		35			
	z.		1		1					2	9		11			
	w.		1		1					2	9		11			
III	1-2 Fischerei		3		5	12		2		22	13		35			
	z.		1		1					2	9		11			
	w.		1		1					2	9		11			
	1 Erzbau (einschl. der Aufbereitungsanlagen)		18		145	40		1		204	271	77	552			
	z.		4		19	2				25	198	76	299			
	w.		11		98	24		1	1	135	178	94	407			
	2 Kohlenbergbau, Koksöfen und Briquet-fabrikation (Preßkohle)		11		17	7				13	125	83	221			
	z.		2		2					4	9	3	16			
	w.		2		2					4	9	3	16			
	3 Salzgewinnung		9		65	9		1		84	72	50	206			
	z.		9		7					7	49	46	102			
	w.		9		7					7	49	46	102			
	4 Naptha und Erdwachs		4		32	62	1	3		102	152	11	265			
	z.		4		5	2				7	108	11	126			
	w.		6		34	6				46	58	16	120			
	5 Sonstige Bergbauprodukte		1		7	7				9	40	16	65			
	z.		2		22	7				31	30	8	69			
	w.		1		2	4				7	25	7	39			
	6 Roheisenerzeugung		21	1	425	131	3	3		584	714	185	1 483			
	z.		13		77	24		1		78	497	173	748			
	w.		3		6	5				115	132	21	268			
	7 Schmiedeeisen und Stahl		86	1	900	303	4	10		1 305	1 616	465	3 386			
	z.		9		111	39			1	160	1 146	436	1 742			
	w.		13	3	47	68	1	26		158	191	35	384			
	8 Sonstiger Hüttenbetrieb		174	1	93	1 531	72	24		1 897	2 308	68	4 273			
	z.		6		13	54		3		16	127	34	177			
	w.		6		13	54		24	2	1897	2 308	68	4 273			
	1 Gewinnung und rohe Bearbeitung von Steinen ⁶⁾		23		9	95	29	5		76	1 385	68	1 729			
	z.		1		1	26				156	99	11	266			
	w.		1		1	26				33	79	11	123			
	2 Erzeugung von Waren aus Stein ⁷⁾		29	2	47	166	1	63		302	424	36	762			
	z.		3		7	16		4	1	31	289	36	356			
	w.		3		7	16		4	1	31	289	36	356			
	3 Gewinnung und Bearbeitung von Edel- und Halbedelsteinen und Korallenbearbeitung		81	4	168	367	11	15		648	737	55	1 440			
	z.		14		50	32	2	1	2	101	499	55	655			
	w.		17		96	2 541	1	171		2 826	2 972	44	5 842			
	4 Gewinnung von Kies, Sand, Gips, Kalk; Lehm-, Ton- und Kaolingräberei		5		8	1 030		69		1 162	1 721	44	2 927			
	z.		5		8	1 030		69		1 162	1 721	44	2 927			
	w.		5		8	1 030		69		1 162	1 721	44	2 927			
	5 Gewinnung von Zement, Massebereitung, Quarzmühlen, Glasur, Emailfabrikation ⁸⁾		17		96	2 541	1	171		2 826	2 972	44	5 842			
	z.		17		96	2 541	1	171		2 826	2 972	44	5 842			
	w.		5		8	1 030		69		1 162	1 721	44	2 927			
	6 Ziegelei		5		8	1 030		69		1 162	1 721	44	2 927			
	z.		5		8	1 030		69		1 162	1 721	44	2 927			
	w.		5		8	1 030		69		1 162	1 721	44	2 927			

¹⁾ Einschließlich Zucht landwirtschaftlicher Nutztiere und der Vollblutpederzeit. — ²⁾ Ohne landwirtschaftlichen Betrieb (Bienen, Geflügel, Vogel, Hunde usw.). — ³⁾ Köhler-, Harz- und Pechgewinnung, Einsammlung von Kraxen und Würseln. — ⁴⁾ Und zugehörige Zucht (Tiere, Korbwaren). — ⁵⁾ Zugehörige Zucht und verwandte Nutzungen (Austern, Perlen, Korallen usw.). — ⁶⁾ Steinberauberei, Erzeugung von Schotter, Plasterwürfeln usw. — ⁷⁾ Steinmetzwaren und Steinbildhauereien aller Art. — ⁸⁾ Auch Erzeugung von Waren aus Zement, Beton, Gips, Kunststein und Steinmasse, Gipfelstein und Tonmodellieren.

Abbildung II: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. — A. Stadt Wien. (1. Fortsetzung.)

Laufende Zahl der Berufsgruppen	Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige							Angehörige ohne eigenen Hauptberuf	Hausdiener, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen
				Selbstständige	Pächter	Angestellte	Arbeiter	Lehrlinge	Tagelöhner	Mithelfende Familienmitglieder			
V	7	Ordinäre Töpferwaren und Ofenkacheln ¹⁾ , Hafnerei	z. 113 w. 6		91 12	971 146	47	19	10	1 251 174	1 576 1 045	59 58	2 886 1 277
	8	Porzellan, Fayence, Majolika ²⁾	z. 39 w. 2	1	47 11	184 28	13	1	1	286 42	278 189	24 23	588 254
			z. 142 w. 19		368 58	1 550 247	150	14	1	2 227 330	1 979 1 329	125 132	4 331 1 781
	9	Glasfabrikation; Glaswaren	z. 624 w. 56	11 1	966 172	7 473 1 632	325	333	19	9 751 1 965	10 564 6 863	457 451	20 772 9 279
			1-9	Steine und Erden	z. 42 w. 4	1	145 22	2 500 55	142	24	2	2 856 85	3 974 2 713
	1	Eisengieberei			z. 450 w. 29	11	160 22	4 174 73	441	8	5	5 239 136	6 946 4 830
			2	Schmiede (Eisen und Stahl)	z. 1 187 w. 49	1	208 50	18 445 187	3 484	28	13	23 366 317	21 800 15 146
	3	Schlosserei, auch feuerfeste Kassen, eiserne Möbel			z. 179 w. 11		283 35	1 590 333	67	21	2	2 142 384	2 270 1 553
			4	Eisendraht, Drahtstifte, Drahtwaren (Drahtweberei) ³⁾	z. 662 w. 33		259 58	4 204 450	571	12	27	5 735 571	6 041 4 204
	5	Klempner und Blechwarenerzeuger; emailiertes Kochgeschirr			z. 43 w. 2		38 8	474 17	97	7	1	659 29	718 501
6			Kupfer- und Messingwerke, Kupferschmiede	z. 100 w. 9	2	50 8	1 654 79	196	8	6	2 016 103	2 368 1 588	45 44
	7	Rot- und Gelbgießer, Erzgießer, Glockengießer		z. 15 w. 2		17 29	161	5	3		201 33	183 131	12 12
8			Erzeugung von Blei-, Zinn- und Zinkwaren	z. 572 w. 31		808 176	7 182 1 584	731	26	26	9 340 1 837	8 035 5 523	464 448
	9	Gürtler und Bronzearbeiter, andere (bisher nicht genannte) Metallwaren		z. 44 w. 16		23 3	233 114	29		2	331 148	183 134	15 15
10			Gold- und Silberdrahtzieher ⁴⁾	z. 871 w. 64		231 64	3 686 694	860	2	30	5 680 897	4 333 3 118	439 438
	11	Sonstige Verarbeitung von Gold und Silber		z. 198 w. 18		20 6	1 555 156	237	5	6	2 021 188	2 052 1 368	20 20
12			Schleifer und Feilenhauer	z. 357 w. 19		61 16	1 682 252	217	6	11	2 334 304	2 217 1 560	74 74
	13	Sonstige Hilfgewerbe der Metallindustrie		z. 4 720 w. 287	15	2 288 470	47 540 4 028	7 077	150	130	61 920 5 032	61 120 42 369	1 922 1 895
VI			1-13	Metallverarbeitung	z. 474 w. 30	3	3 399 509	14 793 542	1 141	136	6	19 952 1 105	24 434 16 744
	1	Maschinen, Dampfkessel, Werkzeuge, Apparate ⁵⁾			z. 301 w. 21	1	148 29	1 875 27	243	22	1	2 591 80	3 066 2 052
			2	Wagen, Waggons, Stellmacher, Radmacher	z. 33 w. 49		181 16	535 16	95	2	7	853 73	718 485
	3	Automobile, Fahr- und Motorräder			z. 7 w. 1		8 1	36 4	6	1		58 6	38 23
			4	Schiffbau	z. 40 w. 3		46 5	567 74	29	11		633 84	633 434
	5	Waffenindustrie			z. 275 w. 5	2	2 059 364	7 095 2 451	616	52		10 699 2 837	8 861 6 085
			6	Elektrotechniker, elektrotechnische Maschinen, Apparate, Anlagen	z. 558 w. 18		72 23	985 45	162	1	14	1 792 99	1 679 1 180
	7	Uhrmacher, Zeitmeßinstrumente			z. 298 w. 21		112 28	1 142 81	139	4	1	1 706 141	1 821 1 347
			8	Musikalische Instrumente (Klaviere usw.)	z. 798 w. 38	1	341 106	4 289 375	1 601	5	20	7 055 562	4 600 3 220
	9	Andere Instrumente			z. 2 784 w. 137	7	6 366 1 114	31 917 3 615	4 032	231	62	45 399 4 987	45 850 31 570
VII			1-9	Verfertigung von Maschinen, Dampfkesseln, Fahrzeugen, Werkzeugen u. Instrumenten	z. 2 784 w. 137	7	6 366 1 114	31 917 3 615	4 032	231	62	45 399 4 987	45 850 31 570

¹⁾ Auch Steinzeug, feuerfeste Stein- und Tonwaren. — ²⁾ Auch Steingut, Terralith, Siderolith, Terrakotta u. dgl. — ³⁾ Auch Nägel, Schrauben und Ketten aus Eisen. — ⁴⁾ Auch Gold- und Silberornamente, Leonische Waren. — ⁵⁾ Mit Ausnahme von elektrischen Maschinen und Apparaten.

Abbildung III: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

40

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. - A. Stadt Wien. (3. Fortsetzung.)

Laufende Zahl der Berufsgruppen	Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige							Angehörige ohne eigenen Hauptberuf	Hausdienerschaft, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen			
				Selbstständige	Pächter	Ange-stellte	Arbei-ter	Lehr-linge	Tag-löhner	Mit-helfende Familien-mit-glieder				zu-sam-men		
VIII	1-8	Chemische Industrie	z.	251	5	949	881	33	2	7	7	2 133	1 838	413	4 384	
				w.	29	3	133	370	2	2	7	7	596	1 308	404	2 308
				z.	215	12	659	367	10	1	10	10	1 266	1 171	355	2 792
				w.	29	12	71	145	4	1	7	7	250	866	353	1 469
				z.	95	8	285	524	8	1	1	1	929	884	129	1 942
				w.	8	1	67	170	2	1	1	1	252	665	129	1 046
				z.	18	1	109	498	1	1	1	1	629	445	59	1 133
				w.	1	1	18	293	1	1	1	1	313	317	53	638
IX	1-4	Zentralanlagen für Beleuchtung, Kraftlieferung, Kraftübertragung, Wasserversorgung	z.	792	20	2 974	4 422	71	70	32	8 881	7 538	1 354	17 273		
				w.	101	3	573	1 904	16	11	21	2 629	5 410	1 334	9 373	
				z.	2	1	201	1 948	5	117	2	2 363	3 989	81	6 433	
				w.	4	1	17	45	2	2	1	64	2 704	79	2 847	
				z.	4	1	721	1 521	8	11	1	2 265	3 027	147	5 439	
				w.	1	1	119	132	1	1	1	252	2 067	146	2 465	
				z.	1	1	5	23	1	1	1	29	12	11	4	45
				w.	3	1	1	11	1	1	1	12	11	4	27	
X	1-8	Baugewerbe	z.	1 737	61	6 545	601	21	15	8 980	10 955	206	20 141			
				w.	48	13	82	7	3	4	157	7 515	205	7 877		
				z.	469	218	2 999	399	135	7	4 227	4 791	187	9 205		
				w.	30	55	50	5	4	5	149	3 197	187	3 533		
				z.	1 443	2 913	9 390	96	2 486	5	16 333	13 341	1 488	31 162		
				w.	27	232	1 844	2	620	4	2 729	9 157	1 452	13 338		
				z.	18	49	16	1	2	1	85	71	15	171		
				w.	184	5	3 368	36 147	1 828	3 399	67	49 508	51 126	2 178	102 812	
XI	1-4	Polygraphische Gewerbe	z.	137	1	102	1 025	120	2	5	1 392	1 262	70	2 724		
				w.	19	20	101	3	2	4	239	890	70	1 199		
				z.	428	1 039	11 230	1 287	13	25	14 022	12 984	521	27 527		
				w.	49	177	2 304	118	5	20	2 673	9 160	518	12 351		
				z.	475	6	217	1 215	128	1	24	2 066	1 700	178	3 944	
				w.	53	2	66	209	9	23	367	1 196	176	1 739		
				z.	443	73	353	1 580	193	16	2 586	1 627	111	4 324		
				w.	189	7	1 711	15 050	1 728	17	822	1 156	111	2 089		
				2	326	3 328	177	7	70	20 066	17 573	880	38 519			
									62	4 101	12 402	875	17 378			

*) Leinwandkasson Spottangewinnung, Knochenfette, Abdeckerei. - *) Wie Musterzeichner, Porträtmaler, Kalligraphen u. dgl.

Abbildung IV: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. — A. Stadt Wien. (3. Fortsetzung.)

Ländliche Zahl der Berufsgruppen Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige							Angehörige ohne eigenen Hauptberuf	Hausdiener, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen	
			Selbstständige	Pächter	Angestellte	Arbeiter	Lehrlinge	Tagelöhner	Mithelfende Familienmitglieder				zusammen
1	Seidenspinner und -zwirner (-zurichter) . . .	z.	19	1	56	157	6	2		241	96	18	355
		w.	13		14	132	2	1		162	64	18	244
2	Seidenweberei (Ganz- und Halbseide) und Seidenbandfabrikation . . .	z.	103		386	834	38	1	4	1 366	873	236	2 475
		w.	12		80	613	13		1	619	616	234	1 469
3	Schafwollspinner und -zwirner (-zurichter) . . .	z.	9		40	74	3	1		127	92	25	244
		w.	4		7	41				52	66	25	143
4	Schafwollweberei, Ganz- und Halbwolle . . .	z.	48	1	225	312	13	2	3	604	464	116	1 184
		w.	8		38	175			3	224	342	113	679
5	Baumwollspinner und -zwirner (-zurichter), Watteerzeugung . . .	z.	60	1	305	272	11	2	1	652	581	184	1 417
		w.	9		63	140		2	1	215	407	178	800
6	Baumwollweberei ¹⁾ , Dochterzeugung . . .	z.	78		339	187	8		1	613	705	291	1 609
		w.	5		48	62			1	116	480	282	884
7	Flachs, Hanf, Jute und andere vegetabilische Spinnstoffe ²⁾ . . .	z.	20		105	673	5	19	1	823	421	47	1 291
		w.	7		20	473	1	5	1	507	286	45	838
8	Leinen- und Jutewebereien . . .	z.	29		148	320	7	3		507	393	86	986
		w.	6		27	163	1	1		198	289	84	571
9	Spinnerei und Weberei ohne Angabe des Stoffes . . .	z.	160		693	1 311	36	6	1	2 207	1 740	408	4 355
		w.	16		135	607	8	2		768	1 230	402	2 400
10	Teppichfabrikation . . .	z.	21		158	223	8		1	411	345	61	817
		w.	2		22	101	2		1	128	230	61	419
11	Seiler und Bindfadenerzeugung, Netze . . .	z.	64		30	209	18	1	2	324	332	23	679
		w.	18		7	58	5			88	215	23	326
12	Haarweberei und -flecherei . . .	z.	22		6	49	1			78	44	11	133
		w.	10		3	26	1			40	33	7	84
13	Strickerei und Wirkerei . . .	z.	531		157	1 425	93		41	2 247	883	118	3 248
		w.	415		40	1 159	63		33	1 708	571	118	2 397
14	Stickerei, Häkelei und Spitzen . . .	z.	1 188	1	277	2 742	311	1	55	4 655	1 140	186	5 881
		w.	1 022	1	76	2 443	275	1	45	3 863	771	185	4 819
15	Posamenterei, Bandwaren (außer Seide), Gummiweberei . . .	z.	275		174	2 132	142	1	29	2 753	1 331	138	4 222
		w.	114		59	1 346	61		19	1 699	906	138	2 643
16	Bleichen, Färben, Drucken, Appretieren ³⁾ . . .	z.	207	3	362	3 201	165	31	13	3 982	3 378	268	7 623
		w.	46		75	1 029	10	8	9	1 177	2 308	265	3 750
17	Tapetierer, Bettwaren, Steppdecken und Matratzen . . .	z.	1 027		52	2 444	496	2	43	4 064	3 781	253	8 098
		w.	57		19	254	4	1	38	373	2 656	250	3 279
XII 1-17	Textilindustrie . . .	z.	3 841	7	3 513	16 565	1 361	72	195	25 554	16 594	2 469	44 617
		w.	1 762	1	733	8 722	446	27	152	11 837	11 476	2 432	25 745
1	Papierstoff, Zellulose, Papier, Pappe und Papierwaren ⁴⁾ . . .	z.	215		870	3 111	56	21	19	4 292	2 586	373	7 251
		w.	53		178	2 214	18	7	14	2 484	1 745	368	4 597
2	Buchbinder, Kartonnagewaren- u. Futteral-erzeuger . . .	z.	761		240	6 998	652	5	56	8 712	4 995	242	13 949
		w.	90		75	3 389	108	3	46	3 711	3 437	242	7 390
3	Gerberei und Ledererzeugung . . .	z.	90		194	1 814	35	26	5	2 164	2 553	153	4 870
		w.	5		36	224	2	5	4	276	1 765	151	2 192
4	Riemer, Sattler und Taschner, Erzeugung anderer Lederwaren ⁵⁾ . . .	z.	925		205	4 179	851	7	44	6 211	5 271	279	11 761
		w.	68		56	426	21		30	607	3 706	275	4 532
5	Ledersurrogate . . .	z.	34		86	144	12	1		277	285	38	600
		w.	2		28	31	3			64	199	38	307
6	Bürstenbinder . . .	z.	227		27	477	61		17	809	715	45	1 569
		w.	30		9	117	2		14	172	500	44	716
7	Rauwaren, Borsten, Haare, Federn ⁶⁾ . . .	z.	29		19	127	11	1	1	188	176	17	381
		w.	5		5	35	1		1	47	121	17	185
XIII 1-7	Papier- und Lederindustrie . . .	z.	2 281		1 641	16 850	1 678	61	142	22 653	16 581	1 147	40 381
		w.	263		387	6 436	155	15	109	7 355	11 473	1 135	19 963
1	Sägewerke . . .	z.	31	2	56	91	3	2		185	207	42	434
		w.	9		7	16	1			33	155	41	229
2	Sonstige Holzaurichtung und grobe Holzwaren ⁷⁾ . . .	z.	175	3	203	1 072	34	24	10	1 521	1 510	151	3 182
		w.	22		37	295	4	2	7	367	1 072	151	1 590
3	Tischlerei und Parkettenfabrikation . . .	z.	3 888	3	585	21 443	3 615	28	48	29 560	33 787	544	63 891
		w.	144		119	363	23	7	23	673	23 332	539	24 544
4	Botteher . . .	z.	234		10	1 379	103	8	6	1 800	2 266	27	4 093
		w.	21		1	31	1		3	57	1 597	27	1 681

¹⁾ Auch gemischt mit anderen Stoffen, angewonnen Seide und Schafwolle. — ²⁾ Zurichten, Spinnen und Zwirnen. — ³⁾ Und ähnliche Veredlungsarten. — ⁴⁾ Papiermehle, Tapeten u. dgl.
⁵⁾ Mit Ausnahme der Schuhwarenherzeugung. — ⁶⁾ Außer Kürschnerei und Federnschmückerei. — ⁷⁾ Auch Holzwolle, Korkwaren.

Berufszählung 1910; Niederösterreich.

Abbildung V: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

42

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. - A. Stadt Wien. (4. Fortsetzung.)

Laufende Zahl der Berufsgruppen	Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige							Angehörige ohne eigenen Hauptberuf	Hausdienerschaft, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen			
				Selbständige	Pächter	Angestellte	Arbeiter	Lehrlinge	Tagelöhner	Mithelfende Familienmitglieder				zusammen		
XIV	1-9	5 Rahmenmacher und Vergolder	z.	166		36	507	52			7	768	846	39	1 653	
		u.	23		10	33	4			5	75	616	39	730		
		z.	191		90	604	72			15	974	814	55	1 843		
		u.	35		19	315	38			11	418	566	55	1 039		
		z.	74		432	1 589	22			4	2 130	1 658	95	2 052		
		u.	10		111	712	6			2	845	1 112	12	214		
		z.	13		21	100	6			1	141	61	12	214		
		u.	3		10	60	1			1	75	39	12	126		
		z.	1 930		259	6 991	519			8	100	9 809	11 455	348	21 612	
		u.	136		7	32	1 098	33			84	1 427	7 757	347	9 531	
		z.	6 702		10	1 642	33 776	4 486			81	191	46 888	52 604	1 313	100 805
		u.	393		7	396	2 923	111			136	3 970	36 246	1 306	41 522	
XV	1-12	1 Mülerei	z.	42		143	452	6			1	657	811	89	1 557	
		u.	10		12	39				1	62	559	86	707		
		z.	762		8	170	8 729	1 080			16	214	10 979	10 251	888	22 118
		u.	66		51	689	11				193	1 010	6 867	873	8 750	
		z.	538		249	3 308	426				8	101	4 630	2 407	314	7 351
		u.	127		71	1 705	15				5	94	2 017	1 637	311	3 965
		z.	34		164	219	1				3	423	319	191	933	
		u.	3		15	150					2	175	228	158	561	
		z.	176		541	2 275	15				19	3 047	1 894	226	5 167	
		u.	24		126	1 606	10				7	1 788	1 258	219	3 265	
		z.	2 250		11	264	6 656	867			14	574	10 636	8 827	1 591	21 054
		u.	197		64	732	14				2	534	1 593	6 066	1 585	9 244
z.	316		2	211	1 273	6			20	111	1 939	1 401	188	3 528		
u.	60		60	372					2	84	578	943	188	1 709		
z.	34		1	507	2 197	4			90	3	2 836	3 766	236	6 838		
u.	3		45	293					13	3	267	2 611	228	3 106		
z.	175		2	272	411	4			13	17	894	1 264	196	2 354		
u.	37		37	58					1	11	144	866	196	1 206		
z.	17		26	60	1				1	1	106	96	13	215		
u.	3		6	14					1	24	70	13	107			
z.	67		86	470					19	4	646	843	56	1 545		
u.	13		4	64					3	85	562	55	702			
z.	6		49	1 378					5		1 438	442	16	1 896		
u.	2		7	1 190					5		1 294	260	16	1 480		
z.	4 417		25	2 682	27 428	2 410			221	1 048	38 231	32 321	4 004	74 556		
u.	547			498	6 872	50			38	942	8 947	21 927	3 928	34 802		
XVI	1-9	1 Weibnäherei und Verfertigung von Wäsche (Wäschekonfektion)	z.	6 825		537	12 219	1 235			5	202	21 023	4 942	553	26 518
		u.	6 345		211	11 357	1 088			3	181	19 185	3 016	549	22 750	
		z.	15 496		1	658	35 124	9 711			13	451	61 454	34 186	1 575	97 215
		u.	6 696		1	232	19 994	5 099			5	405	32 392	23 706	1 570	57 668
		z.	1 761		264	6 833	1 598				2	103	10 561	1 481	356	12 398
		u.	1 461		121	6 434	1 534				2	91	9 643	938	356	10 937
		z.	1 051		420	5 599	817				8	89	7 986	5 875	513	14 374
		u.	114		108	2 333	150				2	82	2 789	4 080	509	7 378
		z.	7 091		1	367	14 878	3 056			8	165	25 566	26 454	474	52 494
		u.	237		100	1 230	114				1	137	1 813	18 210	470	20 493
		z.	1 049		290	2 775	209				1	92	4 416	2 032	369	6 817
		u.	629		71	2 075	129				7	82	2 987	1 390	368	4 745
z.	6 256		2	220	7 845	167			54	332	14 876	6 386	461	21 733		
u.	5 445		7	118	6 517	119			42	279	12 521	3 819	458	16 798		
z.	2 935		3	17	3 696	932			1	89	7 672	5 695	316	13 683		
u.	759		9	327	77				1	81	1 253	4 001	315	5 569		
z.	47		2	27	548	3			1	3	631	656	33	1 320		
u.	12		7	8	216	1			1	3	241	449	32	722		
z.	12 511		11	2 800	89 516	17 728			93	1 526	154 185	87 707	4 650	246 542		
u.	21 692		3	1 028	50 293	8 311			56	1 347	82 824	59 609	4 627	147 060		

1) Stöcke, Kapsel, Kämmel, Fischer. - 2) Auch Obst- und Gemüsekonserven u. dgl.

Abbildung VI: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. — A. Stadt Wien. (5. Fortsetzung.)

Laufende Zahl der Berufsgruppen Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige								Angehörige ohne eigenen Hauptberuf	Hausdiener, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen	
			Selbstständige	Pächter	Angestellte	Arbeiter	Lehrlinge	Tagelöhner	Mithelfende Familienmitglieder	zusammen				
XVII 1	Andere zur Industrie u. zum Gewerbe gehörige Personen ohne nähere Berufsangabe ¹⁾	z. w.	660 450	2 2	739 213	18 695 10 460	1 615 776			3 1	21 634 11 902	7 050 4 501	347 322	29 031 16 725
1	Viehhandel	z. w.	828 254	2 1	152 11	451 74	8 1	6 6	95 61	1 542 401	1 748 1 202	355 352	3 645 1 955	
2	Handel mit Roh- u. Nebennutzungen der Land- u. Forstwirtschaft u. des Bergbaues ²⁾	z. w.	3 092 827	17 3	1 446 267	2 872 462	116 66	273 2	489 339	8 305 2 016	9 116 6 298	1 324 1 313	18 745 9 627	
3	Handel mit Gold, Silber, Schmucksachen, Juwelen, Uhren	z. w.	467 64	1 1	328 93	317 84	32 2		19 17	1 164 260	1 181 870	388 386	2 733 1 516	
4	H. m. Waren aus unedlen Metallen, Maschinen, Waffen, Instrumenten, Werkzeugen u. dgl.	z. w.	880 136		1 481 402	1 488 202	188 9	5 5	60 44	4 042 793	3 993 2 826	738 735	8 773 4 354	
5	H. m. verarbeiteten Steinen und Erden, mit Glas-, Porzellan- und Tonwaren	z. w.	309 82	1 1	211 35	500 86	31 2	15 2	27 23	1 084 228	1 136 228	146 145	2 386 1 177	
6	H. m. Materialien u. Produkten der chemischen Industrie	z. w.	597 214	1 1	670 177	1 352 310	197 25	4 1	61 52	2 882 780	2 177 2 177	659 658	5 718 3 092	
7	H. m. Materialien und Produkten der Textil- und Bekleidungsindustrie	z. w.	3 329 1 108	2 1	4 722 1 780	9 475 2 690	1 486 296	3 258	305 532	19 325 9 843	14 058 3 208	3 219 3 208	36 602 18 583	
8	H. m. Papier, Papierwaren, Schreib- und Zeichenrequisiten	z. w.	1 044 595		577 152	1 030 355	110 36	2 2	126 104	2 889 1 242	2 042 1 418	378 376	5 399 3 036	
9	H. m. Leder-, Sattler-, Riemen-, Bürstenbinder- und Kautschukwaren	z. w.	479 60		498 125	757 139	125 18	4 1	27 22	1 890 365	1 725 1 783	468 463	4 083 2 011	
10	H. m. Holz-, Spiel-, Drechsler- u. Schnitzwaren, m. Kurz-, Galanterie- u. Luxuswaren ³⁾	z. w.	737 187	2 1	698 172	1 396 475	188 46	2 2	62 48	3 080 928	2 465 1 734	601 598	6 146 3 260	
11	H. m. Nahrungsmitteln u. Getränken, mit Ausschluß der Gastwirte	z. w.	9 135 5 689	86 65	1 816 362	6 589 2 874	388 35	31 2	1 520 2 290	19 560 10 317	13 548 9 249	2 435 2 413	35 543 21 979	
12	Buch- und Kunsthandel	z. w.	630 102		1 895 668	3 082 1 103	120 15	1 1	29 19	5 757 1 907	5 132 3 605	699 691	11 588 6 203	
13	Gemischwarenhandel im engeren Sinne	z. w.	7 485 2 697	28 4	1 177 38	1 395 366	466 35	3 1	1 984 1 794	11 538 4 935	10 358 7 070	2 133 2 128	24 029 14 133	
14	Trödelhandel, Handel mit Abfällen	z. w.	770 269	15 10	36 9	224 72	4 4	17 7	109 82	1 175 941	1 402 941	211 209	2 788 1 599	
15	Warenhandel im Umherziehen	z. w.	2 379 941		3 95 1				29 25	2 506 1 003	2 427 1 585	83 83	5 016 2 671	
16	H. m. anderen oder mit nicht besonders benannten Waren	z. w.	2 205 216	4 2	9 347 3 920	9 938 2 208	1 351 179	11 1	99 81	22 955 6 607	12 308 8 694	2 278 2 260	37 541 17 561	
XVIII 1-16	Warenhandel	z. w.	34 366 13 441	159 85	24 007 7 612	40 956 11 536	4 795 765	367 15	5 044 4 309	109 694 37 763	84 816 58 886	16 115 16 018	210 625 112 667	
1	Bankgeschäfte, Sparkassen, Kreditgenossenschaften	z. w.	578 97	4 4	9 773 1 873	2 354 159	43 3	3 6	7 2	12 762 2 142	11 190 8 236	3 286 3 219	27 238 13 597	
2	Versicherungsgeschäfte	z. w.	39 12		4 862 987	676 63	9 1	5 1	3 2	5 594 1 066	5 542 4 061	922 916	12 058 6 043	
3	Lagerhäuser	z. w.	8 3		51 70	242 16	1 1	40 5	342 34	305 206	12 22	659 252		
4	Pfandleihanstalten, Verleihung, Aufbewahrung, Versteigerung von Waren	z. w.	49 8	6 1	347 124	220 24	2 1	2 2	7 6	633 166	693 485	91 91	1 417 742	
XIX 1-4	Geld-, Kredit- und Versicherungsgeschäfte	z. w.	674 120	10 5	15 033 2 994	3 492 262	55 5	50 8	17 3 408	19 331 12 988	17 730 4 311	4 311 4 238	41 372 20 634	
1	Völli- und Lokalbahnen	z. w.			5 260 522	16 241 199			362 9	21 863 730	38 402 26 534	1 585 1 580	61 850 28 844	
2	Straßen- und Kleinbahnen	z. w.			547 150	7 895 27			73 1	8 455 10 952	16 176 139	160 159	24 791 11 289	
XX 1-2	Eisenbahnwesen	z. w.			5 807 672	24 076 226			435 10	30 318 908	54 578 37 486	1 745 1 739	86 641 40 133	
1	Spedition und Kommission	z. w.	617 68		2 455 549	1 602 114	60 7	23 7	28 19	4 785 757	4 659 3 227	944 930	10 388 4 914	
2	Post-, Telegraphen- und Telefonbetrieb	z. w.	6 6		6 807 2 803	7 431 121			12 1	14 260 2 931	19 708 13 826	716 715	34 684 17 472	

¹⁾ Fabrikanten, Fabrikarbeiter, Gesellen, Gehilfen, Lehrlinge usw. ohne nähere Berufsangabe. — ²⁾ Getreide, Obst, Wein, Gemüse, Blumen, Holz, Kohlen u. dgl. — ³⁾ Soweit nicht anderweitig angeführt.

Abbildung VII: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

44

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. - A. Stadt Wien. (6. Fortsetzung.)

Laufende Zahl der Berufsgruppen	Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige							Angehörige ohne eigenen Hauptberuf	Hausdienerschaft, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen		
				Selbstständige	Pächter	Angestellte	Arbeiter	Lehrlinge	Tagelöhner	Mithelfende Familienmitglieder				zusammen	
				z. 2 730	54	268	19 778	18	81	83	23 002	29 212	467	52 681	
			w.	460	6	71	157	1	4	25	724	19 527	450	20 701	
	3	Personen- und Frachtverkehr, Posthalterei, sonstiger Landtransport		z. 14	1	328	1 241	1	71		1 656	1 880	107	3 643	
			w.	2		28	42		5		77	133	105	1 516	
	4	Binnenschifffahrt und Flößerei		z. 8		67	45	2	5		127	151	20	298	
			w.	3		5	3	7			17	108	20	140	
	5	See- und Küstenschifffahrt und Reederei		z. 8		10	21				39	26	2	67	
			w.	7		1					2	18	2	22	
	6	Luftschifffahrt		z. 8		1									
			w.	7		1									
	XXI	1-6 Sonstiger Transport zu Lande und zu Wasser		z. 3 383	55	9 925	30 121	81	192	112	43 869	55 636	2 250	101 761	
			w.	540	6	3 457	437	9	9	45	4 503	38 039	2 222	44 764	
	1	Handels- und Geschäftsvermittlung ¹⁾ ; Dienst- und Stellenvermittlung		z. 5 859	2	1 699	403	20		25	8 008	10 322	2 592	20 922	
			w.	334		465	40	3		15	857	7 378	2 580	10 815	
	2	Hilfsgewerbe des Handels ²⁾		z. 310		13	1 330		42		1 695	1 889	24	3 608	
			w.	72		1	127		1		201	1 256	24	1 481	
	3	Dienstmänner, Träger u. dgl.		z. 839		5	256		2		1 102	1 382	32	2 516	
			w.	16		1	5				22	1 008	30	1 060	
	4	Leichenbestattung und Totengräber		z. 35	2	81	410		8	7	543	764	38	1 345	
			w.	11		3	10		1	5	30	540	38	608	
	XXII	1-4 Sonstige Handels- und Verkehrsgewerbe		z. 7 043	4	1 798	2 399	20	52	32	11 348	14 357	2 686	28 391	
			w.	433		470	182	3	2	20	1 110	10 182	2 672	13 964	
	1	Gasthöfe und Gastwirte		z. 4 917	459	545	21 224	2 070	21	1 656	30 886	15 500	2 607	48 993	
			w.	1 686	51	138	9 142	57	1	1 487	12 556	10 628	2 585	25 769	
	2	Kaffeesieder ³⁾		z. 1 121	48	88	5 132	298	5	273	6 965	4 573	978	12 511	
			w.	312	13	17	2 258	2	2	245	2 847	3 218	968	7 033	
	3	Ausschank von gebrannten geistigen Getränken		z. 705	53	28	232	5		133	1 156	1 311	373	2 840	
			w.	293	11	6	95	1		112	428	897	370	1 695	
	XXIII	1-3 Gast- und Schankgewerbe		z. 6 748	554	661	26 588	2 373	26	2 062	39 007	21 384	3 953	64 344	
			w.	2 195	75	161	11 495	60	3	1 842	15 831	14 743	3 923	34 497	
	1	Selbständige Verrichtung häuslicher Dienste		z. 38 557						131	38 688	15 645	606	54 939	
			w.	32 160						126	32 286	10 411	592	43 289	
	2	Lohnarbeit wechselnder Art, Tagelöhner		z. .			114		1 896		2 010	1 171	3	3 184	
			w.				49		417		466	746	3	1 215	
	3	Zeitweilig stellenlose Dienstleute		z. 2 503							2 503	120	48	2 671	
			w.	2 356							2 356	82	48	2 486	
	XXIV	1-3 Selbständig ausgeübte häusliche Dienste und Lohnarbeit wechselnder Art		z. 41 060			114		1 896	131	43 201	16 936	657	60 794	
			w.	34 516			49		417	126	35 108	11 239	643	46 890	
	1	Heer		z. .		3 609	19 869				23 478	6 568	1 960	32 006	
			w.									4 809	1 894	6 703	
	2	Landwehr		z. .		490	2 385				2 875	249	37	3 161	
			w.									181	37	218	
	3	Kriegsmarine		z. .		123	83				206	130	74	410	
			w.									101	70	171	
	XXV	1-3 Aktives Militär		z. .		4 222	22 337				26 559	6 947	2 071	35 577	
			w.									5 091	2 001	7 092	
	1	Hof- und Staatsdienst		z. 1		17 738	6 035		55	5	23 834	33 102	7 436	64 372	
			w.			1 375	297		5	5	1 682	23 835	7 178	32 695	
	2	Landes-, Bezirks-, Gemeinde- und sonstiger öffentlicher Dienst ⁴⁾		z. .		4 470	6 429						1 184	26 572	
			w.			262	146			221	13	11 133	10 299	1 182	11 319
	3	Sanitätswesen ⁵⁾		z. 4 606		1 925	3 280		8	12	428	14 255	1 184	26 572	
			w.	2 421		1 020	2 365		3	12	428	10 299	1 182	11 319	
	4	Veterinärwesen ⁶⁾		z. 36		70	29		1	2	9 828	5 104	2 946	17 878	
			w.	7		1	3				5 811	3 517	2 881	12 209	
	5	Geistliche, anderes Kirchen- und Kultuspersonal ⁷⁾		z. .		2 209	840				135	160	42	337	
			w.			1 081	229				11	115	39	165	
	6	Gendarmrie, Wachtendienst		z. .		222	5 710		1		3 050	1 331	449	4 830	
			w.			7	14				1 311	937	408	2 656	
											5 932	9 538	166	15 636	
											21	6 622	165	6 808	

¹⁾ Agenten, Reisende, Makler u. dgl. — ²⁾ Messen, Packen, Wägen u. dgl. — ³⁾ Oberhaupt Veranlassung von Kaffee, Tee, Schokolade, anderen warmen Getränken und von Erfrischungen. — ⁴⁾ Mit Ausnahme der Volksschullehrkräfte. — ⁵⁾ Mit Ausnahme der unter die Arten 1 und 2 dieser Gruppe fallenden Personen. — ⁶⁾ Insofern nicht anderswo eingereicht.

Abbildung VIII: Fotokopie der Volkszählungsliste 1910

Tabelle II. Berufsart und Stellung im Berufe. — A. Stadt Wien. (Schluß.)

Laufende Zahl der Berufsgruppen	Arten	Benennung der Berufsgruppen und Berufsarten	Geschlecht	Berufstätige							Angehörige eigenen Hauptberuf	Hausdienerschaft, Dienstboten	Summe der Berufszugehörigen	
				Selbstständige	Pächter	Angestellte	Arbeiter	Lehrlinge	Tagelöhner	Mithelfende Familienmitglieder				zusammen
XXVI	7	Advokatur und Notariat	z.	1 316		2 666	96				4 078	3 725	1 986	9 789
			w.	3		992	17				1 012	2 686	1 952	5 651
XXVI	1-7	Hol-, Staats- und anderer öffentlicher Dienst und verwandte Berufe	z.	5 959		29 300	22 419	3	289	20	57 990	67 315	14 290	139 414
			w.	2 431		4 798	3 071	1	16	19	10 276	47 921	13 806	72 003
XXVII	1	Volks- und Bürgerschulen	z.	11		6 364	164				6 541	4 368	1 188	12 097
			w.	3		3 195	15				3 215	3 135	1 188	7 528
XXVII	2	Alle sonstigen Unterrichts-, Erziehungs- und Bildungsanstalten	z.	5 695		2 966	327	7		8	9 063	2 592	837	12 432
			w.	4 712		1 967	144	5		6	6 824	1 856	832	9 512
XXVII	3	Bibliotheken, wissenschaftliche Institute, Kunstsammlungen u. dgl.	z.	22		147	118			3	290	258	41	589
			w.	15		63	19			2	99	174	41	314
XXVII	1-3	Unterrichts- und Bildungswesen	z.	5 728		9 477	609	7		13	15 894	7 218	2 066	25 118
			w.	4 730		5 215	178	5		10	10 138	5 165	2 061	17 364
XXVIII	1	Maler und Bildhauer	z.	1 277		90	321	12	3	6	1 709	1 648	314	3 671
			w.	785		14	11	1		1	212	1 158	306	1 676
XXVIII	2	Privatbeamte für persönliche und häusliche Dienste ¹⁾	z.	219		2 993	472	3	4		3 691	3 207	540	7 438
			w.	23		678	76	1			778	2 380	535	3 693
XXVIII	3	Schriftsteller, Journalisten, Redakteure, Privatgelehrte	z.	761	1	641	67			1	1 471	1 446	616	3 533
			w.	107		59	7			1	174	1 050	607	1 831
XXVIII	4	Stenographen, Rechner, Schreiber	z.	54		159	36				240	94	7	341
			w.	26		83	12				121	65	7	193
XXVIII	5	Schauspieler, Tänzer, Sänger, Musiker, Theaterbedienstete ²⁾	z.	2 682	17	3 543	1 567	9	6	35	7 859	5 676	856	14 391
			w.	748	2	1 125	400	3	1	26	2 605	4 006	345	7 456
XXVIII	1-5	Sonstige freie Berufe	z.	4 903	18	7 417	2 463	24	13	42	14 970	12 071	2 323	29 374
			w.	1 089	2	2 259	506	5	1	28	3 890	8 659	2 300	14 849
XXIX	1	Hausbesitzer und Rentner ³⁾	z.	17 206							17 206	10 423	9 463	37 092
			w.	10 759							10 759	7 930	8 991	27 680
XXIX	2	Ausgedingte	z.	216							216	64	15	295
			w.	146							146	47	15	208
XXIX	3	Von Unfalls-, Alters- und ähnlichen Renten Lebende	z.	1 492							1 492	1 027	171	2 690
			w.	770							770	713	168	1 651
XXIX	4	In öffentlicher Armenversorgung (außerhalb der Anstalten)	z.	24 026							24 026	3 183	27 209	
			w.	17 303							17 303	2 294	19 597	
XXIX	5	Pensionisten	z.	27 852							27 852	21 170	8 114	57 136
			w.	14 618							14 618	16 340	7 930	38 888
XXIX	6	Almosenempfänger	z.	1 400							1 400	377	1	1 777
			w.	1 119							1 119	230	1	1 349
XXIX	1-6	Von Renten und Unterstützungen Lebende	z.	72 192							72 192	36 244	17 763	126 199
			w.	44 715							44 715	27 574	17 104	89 393
XXX	1	Insassen von Anstalten für Erziehung und Unterricht	z.	5 015							5 015			5 015
			w.	2 390							2 390			2 390
XXX	2	Insassen von Krankenhäusern, Irren-, Geblä- und Findelanstalten	z.	12 064							12 064			12 064
			w.	6 398							6 398			6 398
XXX	3	Insassen von Armen-, Siechen- und Versorgungshäusern	z.	6 262							6 262			6 262
			w.	3 420							3 420			3 420
XXX	4	Insassen von Gefängnissen, Zwangsarbeits- und Besserungsanstalten	z.	1 605							1 605			1 605
			w.	218							218			218
XXX	5	Nicht bei ihren Angehörigen lebende, in Berufsvorbereitung oder Pflege befindliche Personen ⁴⁾	z.	18 695							18 695			18 695
			w.	7 140							7 140			7 140
XXX	1-5	In Anstalten (soweit nicht einem Berufe zugeordnet) u. in Berufsvorbereitung Befindliche	z.	43 641							43 641			43 641
			w.	19 566							19 566			19 566
XXXI	1	Ohne Berufsangabe	z.	6 191							6 191	2 037	457	8 685
			w.	4 811							4 811	7 338	452	6 521
XXXI	2	Berufslose, Private	z.	40 412							40 412	14 280	5 434	60 126
			w.	31 867							31 867	9 196	5 327	46 390
XXXI	1-2	Personen ohne Berufsangabe, Berufslose	z.	46 603							46 603	16 317	5 891	68 811
			w.	39 676							39 676	10 454	5 773	55 903

¹⁾ Hausadministratoren, Vereinssekretäre u. dgl. — ²⁾ Oberhaupt Veranstaltung öffentlicher Schaustellungen. — ³⁾ Vom Ertrage des eigenen Kapitals Lebende. — ⁴⁾ Mit Ausnahme der in öffentlichen Armenpflege stehenden.

Tabelle 1: Die „Wiener Definition“ der Creative Industries nach Branchen; dargestellt in ÖNACE-Klassifizierung und Abschnitten der Wertschöpfungskette.

Die CI-Berufe, die jeweils durch ihre ÖNACE-Nummer dargestellt werden, werden den zehn CI-Branchen zugeordnet. Muss eine Berufsgruppe zu zwei oder mehreren Branchen gezählt werden, erfolgt eine prozentuelle Aufteilung (siehe auch Kapitel III.2.).

	Manufacturing and Reproduction	Content Origination	Exchange
1 Architektur		74.20	
2 Audiovisueller Bereich	24.65 (33,3 %) 32.20 32.30 (50 %) 22.32 92.12	92.11 92.20 92.72 (50 %)	92.13 52.45 (40 %)
3 Bildende Kunst		92.31 (25 %)	52.50 (33,3 %) 52.63 (50 %) 74.84 (12,5 %)
4 Darstellende und Unterhaltungskunst		92.31 (25 %) 92.33 92.34 92.72 (50 %)	55.40 92.32 (50 %)
5 Grafik/Mode/Design/ Fotografie	18.10 18.22 18.24 19.30 26.21 33.40	36.22 36.61 74.81 74.84 (12,5%)	52.42 52.43 52.44 52.50 (33,3 %) 52.48 (20 %)
6 Literatur/Verlagswesen/ Printmedien	22.21 22.22 22.23 22.24 22.25	22.11 (50 %) 22.12 22.13 22.15 92.31 (25 %) 92.40	52.47 71.40 (50 %) 74.84 (12,5 %)
7 Musik	24.65 (33,3 %) 32.30 (50 %) 36.30 22.31	22.14 92.31 (25 %) 22.11 (50 %)	55.40 (50 %) 92.32 (50 %) 52.45 (60 %) 74.84 (12,5 %)
8 Museen/Bibliotheken			52.50 (33,3 %) 74.84 (50 %) 92.51 92.52 92.53
9 Software/Multimedia/ Internet	24.65 (33,3 %) 22.33	36.50 72.20 72.40 72.60	52.48 (20 %) 64.20
10 Werbung		74.40	

Quelle: Kulturdokumentation, Mediact, Wifo, Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien, Wien 2004.

Tabelle 2: Die „Wiener Definition“ der Creative Industries nach Branchen; nach Klassifizierung der Branchen in der Statistik der gewerblichen Wirtschaft und Abschnitten der Wertschöpfungskette.

Die CI-Berufe, die jeweils durch ihre Nummer entsprechend der Klassifizierung in der Statistik der gewerblichen Wirtschaft dargestellt werden, werden den zehn CI-Branchen zugeordnet. Muss eine Berufsgruppe zu zwei Branchen gezählt werden, erfolgt eine prozentuelle Aufteilung (siehe auch Kapitel III.2. und III.6.).

Der Buchstabe „G“ in Klammern bedeutet, dass die Zahlen dazu nicht veröffentlicht wurden.

	Manufacturing and Reproduction	Content Origination	Exchange
1 Architektur			
2 Audiovisueller Bereich	572	953 951 (G)	
3 Bildende Kunst			
4 Darstellende und Unterhaltungskunst		184 951 (G)	934 (50 %)
5 Grafik/Mode/Design/Fotografie	341 342 343 344 350	594 936	743 744 745 763
6 Literatur/Verlagswesen/Printmedien	412 413 421 422	430	762
7 Musik	391	951 (G)	934 (50 %)
8 Museen/Bibliotheken			955
9 Software/Multimedia/Internet		392	764 880
10 Werbung		567	

Quelle: Bereichszählung, eigene Darstellung.

Tabelle 3: Vergleichstabelle des Jahrhundertvergleichs

<i>CI-Feld</i>	<i>1910</i>	<i>1910 M</i>	<i>1910 W</i>	<i>1951</i>	<i>1951 M</i>	<i>1951 W</i>	<i>2001</i>	<i>2001 M</i>	<i>2001 W</i>
1 Architektur	16.333	13.604	2.729	1.230	1.046	184	10.325	6.628	3.697
Content Origination	16.333	13.604	2.729	1.230	1.046	184	10.325	6.628	3.697
2 AV	3.105	2.416	689	6.498	3.947	2.551	17.744	11.106	6.638
Manufacturing and Reproduction	3.025	2.358	667	3.207	1.929	1.278	9.884	6.666	3.218
Content Origination	30	22	8	1.572	915	657	5.289	2.931	2.358
Exchange	50	36	14	1.719	1.103	616	2.571	1.509	1.062
3 Bildende Kunst/Kunstmarkt	3.710	2.837	873	2.585	1.761	824	3.215	1.693	1.522
Manufacturing and Reproduction	170	137	33	160	114	46	0	0	0
Content Origination	1.709	1.496	213	1.815	1.258	557	1.676	946	730
Exchange	1.831	1.204	627	610	389	221	1.539	747	792
4 Darstellende und Unterhaltungskunst	4.866	3.183	1.683	5.810	3.597	2.213	6.521	3.905	2.616
Content Origination	3.930	2.627	1.303	5.212	3.324	1.888	3.851	2.393	1.458
Exchange	936	556	380	598	273	325	2.670	1.512	1.158
5 Grafik/Mode/Design	135.355	82.174	53.181	84.271	34.258	50.013	25.180	9.526	15.654
Manufacturing and Reproduction	103.993	58.465	45.528	62.229	23.115	39.114	2.174	868	1.306
Content Origination	9.711	8.232	1.479	3.610	2.458	1.152	2.670	1.292	1.378
Exchange	21.651	15.477	6.174	18.432	8.685	9.747	20.336	7.366	12.970
6 Literatur/Verlags- wesen/Multimedia	29.166	21.482	7.684	28.051	16.763	11.288	18.560	10.261	8.299
Manufacturing and Reproduction	23.808	17.600	6.208	13.615	8.928	4.687	5.311	3.661	1.650
Content Origination	1.471	1.297	174	3.768	2.072	1.696	8.211	4.514	3.697
Exchange	3.887	2.585	1.302	10.668	5.763	4.905	5.038	2.086	2.952

(Fortsetzung)

CI-Feld	1910	1910 M	1910 W	1951	1951 M	1951 W	2001	2001 M	2001 W
7 Musik	7.283	5.218	2.065	10.141	6.245	3.896	9.302	5.333	3.969
Manufacturing and Reproduction	1.721	1.579	142	3.909	2.583	1.326	1.724	986	738
Content Origination	4.506	3.012	1.494	4.215	2.538	1.677	2.237	1.251	986
Exchange	1.056	627	429	2.017	1.124	893	5.341	3.096	2.245
8 Museen/Bibliotheken	682	433	249	218	140	78	6.265	3.090	3.175
Exchange	682	433	249	218	140	78	6.265	3.090	3.175
9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet	17.020	13.639	3.381	16.397	11.829	4.568	23.515	14.773	8.742
Manufacturing and Reproduction	0	0	0	0	0	0	17	8	9
Content Origination	2.452	2.095	357	1.170	584	586	10.504	7.060	3.444
Exchange	14.568	11.544	3.024	15.227	11.245	3.982	12.994	7.705	5.289
10 Werbung*	0	0	0	1.246	831	415	7.970	3.899	4.071
Content Origination	0	0	0	1.246	831	415	7.970	3.899	4.071
SUMME CI gesamt	217.520	144.986	72.534	156.447	80.417	76.030	128.597	70.214	58.383
SUMME Manufacturing and Reproduction	132.717	80.139	52.578	83.120	36.669	46.451	19.110	12.189	6.921
SUMME Content Origination	40.142	32.385	7.757	23.838	15.026	8.812	52.733	30.914	21.819
SUMME Exchange	44.661	32.462	12.199	49.489	28.722	20.767	56.754	27.111	29.643
Exklusive 9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet									
SUMME	200.500	131.347	69.153	140.050	68.588	71.462	105.082	55.441	49.666
SUMME Manufacturing and Reproduction	132.717	80.139	52.578	83.120	36.669	46.451	19.093	12.181	6.910
SUMME Content Origination	37.690	30.290	7.400	22.668	14.442	8.226	42.229	23.854	18.402
SUMME Exchange	30.093	20.918	9.175	34.262	17.477	16.785	43.760	19.406	24.354

(Fortsetzung)

<i>CI-Feld</i>	<i>1910</i>	<i>1910 M</i>	<i>1910 W</i>	<i>1951</i>	<i>1951 M</i>	<i>1951 W</i>	<i>2001</i>	<i>2001 M</i>	<i>2001 W</i>
Exklusive 9 sowie die Textil- und Bekleidungsgewerbe aus 5									
SUMME	79.601	61.222	18.379	63.456	39.419	24.037	91.283	51.514	39.794
SUMME Manuf.	31.143	23.807	7.336	22.789	14.965	7.824	17.228	11.448	5.778
SUMME Content Origination	37.690	30.290	7.400	22.668	14.442	8.226	42.229	23.854	18.402
SUMME Exchange	10.768	7.125	3.643	17.999	10.012	7.987	31.444	15.984	15.460

* Es gibt keine Informationen über die Anzahl der Beschäftigten in der Werbebranche in der Volkszählungsliste 1910. Gemäß dem Herold-Adressbuch gab es in Wien im Jahr 1910 51 Werbefirmen und sieben HerstellerInnen von Werbeschildern. Diese damals noch junge Branche beschäftigte einige hundert

Quelle: Volkszählungen 1910, 1951, 2001, eigene Darstellung.

Tabelle 4: CI in Wien 2001 und 1951

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
1 Architektur		10.325			1.230		1.046	184	85	15
Content Origination	Architektur- und Ingenieurbüros	10.325	74,2		1.230	Ziviltechniker: 300 (geschätzte 3 Mitarbeiter); Architekten in Berufsvereinigung Bildende Künste: 14; sonstige Architekten: 15. (VZ 1934 gesamt: 1.003; VZ 1961 gesamt: 1.877) - 15% lt. VZ 1961 sind Frauen	1.046	184	85	15
2 Audiovisueller Bereich		17.744			6.498		3.947	2.551	60,7	39,3
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern	7	22,32							

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von bespielten Ton-, Bild und Datenträgern	3	24.65 (33,3 %)							
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von nachrichten- technischen Geräten und Einricht- ungen	8.372	32,2	06.17 Elektro- geräte-, - maschinen-, - apparate- erzeugung (50%), davon 10%	1.585	Elektr. Apparate und Geräte: 8 Fabriken, 6 Erzeuger, 2 GH, 1 EH. Elektr. Beleuchtung 1, Elektr. Bohrmaschinen 4, Elektr. Haushaltsgeräte 19, Hochspannungs- unternehmen 2. Elektr. Gesellschaften 7, elektrische Installationen ca. 1100. Plattenspielererz. 5; Radioapparate: Fabr. 13, Erzeug. 1, Handel 439	982	603	62	38
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Rundfunk und Fernseh- geräten	1.395	32.30 (50%)		50	Kinoapparate: 9 Firmen	31	19	62	38

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs-klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Manufacturing and Reproduction	Filmverleih und Video-programm-anbieter	107	92,12	22.06 Filmwesen (50%)	1.572	55 Firmen Verleih und Vertrieb: Sascha, Motion Picture Export, International Film, Universal	916	656	58,3	41,7
Content Origination	Film- und Video-herstellung	1.539	92,11	22.06 Filmwesen (50%)	1.572	Langfilme 47, Kurzfilme 58; lt. Compass zw. 5 und 12 Beschäftigten, Loewen 100	915	657	58,2	41,8
Content Origination	Hörfunk- und Fernseh-anstalten	3.623	92,2			Tonfilmstudio Symphonia				
Content Origination	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung a n g	127	92.72 (50%)							
Exchange	EH mit elektr. Haushalts- und phonotechnischen Geräten	1.202	52.45 (40%)	16.12 Handel mit Elektrogeräten, -maschinen, -apparaten (40%)	819		527	292	64,3	35,7

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Exchange	Vermietung von Gebrauchs- gütern a n g	658	71.40 (50%)							
Exchange	Lichtspiel- theater	711	92,13		900	ca. 225 Kinos	576	324	64	36
3 Bildende Kunst/ Kunstmarkt		3.215			2.585		1.761	824	68,1	31,9
Manufacturing and Reproduction				13.03 Erzeugung von Farbstoffen, Firnissen und Lacken (10%)	160	Mal-, Schreib-, Zeichenbedarf: 5	114	46	71,3	28,8
Content Origination	Künstler- ische und schriftsteller- ische Tätigkeiten	1.676	92.31 (25 %)	22.04 Bildende Kunst	1.815	Bildhauer: ca. 60, 9 Kunst- und Portraitmaler	1.258	557	69,3	30,7
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebraucht- waren	337	52.50 (33,3%)	16.27 Handel mit Trödlerwaren (33%)	173		108	65	62,4	37,6

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Exchange	Sonstiger EH nicht in Verkaufs- räumen	332	52.63 (50%)	16.20 Handel mit Antiquitäten und Kunstgegen- ständen	437	Herold: 1 Kunstantiquariat, ca. 225 Kunst- und Antiquitätenhandel	281	156	64,3	35,7
Exchange	Erbringung von unternehm- ensbezog- enen Dienstleist- ungen a n g	870	74.84 (12,5 %)							
4 Darstellende und Unterhaltungskunst		6.521			5.810		3.597	2.213	61,9	38,1
Content Origination	Künstler- ische und schriftstelleri- sche Tätigkeiten	1.676	92.31 (25%) (inkl. Musiker)	22.05 Theater, Musik, Tanz (50%)	3.703	Schauspieler, Tänzer, Sänger, Musiker, Theaterbedienstete	2.256	1.447	60,9	39,1
Content Origination	Schausteller gewerbe und Vergnüg- ungsparks	428	92,33							
Content Origination	Erbringung von kulturellen und unter- haltenden Leistungen a n g	1.620	92,34	Übrige Bildungs-, Kunst- und Unterhalt- ungseinricht- ungen	118	8 Kabarettis	56	62	47,5	52,5

(Fortsetzung)

									in Prozent	
CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	M	W
Content Origination	Erbringung von sonstigen Dienstleist- ungen für Unterhaltung a n g	127	92.72 (50%)	Sport, Unterhaltung	1.391		1.012	379	72,8	27,2
Exchange	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen	1.547	92.32 (50%)							
Exchange	Sonstiges Gaststättenw- esen	1.123	55.40 (50%)	15.02 Gast- und Schank- betriebe (2,4%)	598	Gast- und Schankgewerbe (Anteil analog zu Anteil 2001 an Gesamtbereich Beherbergungs- und Gaststättenwesen)	273	325	45,7	54,3
5 Grafik/ Mode/ Design		25.180			84.271		34.258	50.013	40,7	59,3
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von keramischen Haushalts- waren	144	26,21							

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von optischen und fotograf- ischen Geräten	547	33,4	06.16 Apparate- und Instrumenten- bau (30%)	1.898	Apparatebau industr.: 30, gewerbl.: 30; Photographische Apparate und Artikel: 12 Fabrikationen	1.411	487	74,3	25,7
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Leder- bekleidung	18	18,1							
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von sonstiger Ober- bekleidung	1.156	18,22	10.01 Wäsche- und Kleider- erzeugung	40.776	Modesalons: 3	11.643	29.133	28,6	71,4
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von sonstiger Bekleidung und Bekleidungs- zubehör	156	18,24	10.03 Erzeugung von Kopf- bedeck- ungen (Zubehör), Kürschner- waren + 10.04 Erzeugung von Leder- hand- schuhen, Schirmen und sonstigen Bekleidungs- waren	8.515	6328+2187; M: 2111+587; W: 4217+1600; Fabrikation von Lederbekleidung: 6; Erzeugung: 54; GH: 1; EH: 4.	2.698	5.817	31,7	68,3
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Schuhen	153	19,3	10.02 Schuh- erzeugung	11.040	3 Firmen Erzeugung von Schuhmodellen	7.363	3.677	66,7	33,3

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
Content Origination	Herstellung von Schmuck, Gold und Silberschmiedewaren	423	36,22	06.09 Edelmetallwaren-erzeugung	1.985	Fabrikation von Schmuck: 10; Erzeugung: 17; GH: 40; EH: 30; Gold- und Silberdrahtzieher: 1; - Waren: Fabrikation und Erzeugung: GH 46; EH rund 300; Edelmetallwaren nicht als extra Branche, d. h. es ist anzunehmen, dass diese Zahl tatsächlich nur auf Schmuck und dgl. bezogen ist. Rund 200 Edelmetall- und Edelstein-Firmen im Industrie-Compass,	1.476	509	74,4	25,6
Content Origination	Herstellung von Phantasieschmuck	318	36,61							
Content Origination	Fotoateliers und Fotolabors	1.059	74,81	12.02 Photographie	1.390		752	638	54,1	45,9
Content Origination	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen an g	870	74.84 (12,5%)							
Content Origination				07.04 Modell-tischlereien	235		230	5	97,9	2,1

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Exchange	EH mit Bekleidung	9.572	52,42	16.17 Handel mit Textilien und Bekleidung	14.604		6.486	8.118	44,4	55,6
Exchange	EH mit Schuhen und Lederwaren	2.744	52,43	16.16 Handel mit Häuten, Rauwaren, Leder, Lederwaren	1.659	GH mit Schuhen: 30; EH: 385; Lederwaren GH 30, EH 90 Firmen	979	680	59	41
Exchange	EH mit Möbeln und Hausrat a n g	5.261	52,44	16.13 Handel mit Tischler- waren und ähnlichen Erzeug- nissen	1.237		684	553	55,3	44,7
Exchange	Fach-EH a n g (in Verkaufs- räumen)	2.423	52,48 (20%)	16.08 Handel mit Edel- metallen, - imitationen, Schmuck- steinen, Uhren	759		428	331	56,4	43,6
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebraucht- waren	336	52,50 (33,3%)	16.27 Handel mit Trödlerwaren (33%)	173	Trödelhandel	108	65	62,4	37,6

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
6 Literatur/ Verlags wesen/ Printmedien		18.560			28.051		16.763	11.288	59,8	40,2
Manufacturing and Reproduction	Zeitungs- druckerei	369	22,21							
Manufacturing and Reproduction	Druckerei (ohne Zeitungs- druck)	4.030	22,22	Druckereien, litho- graphische Anstalten usw.	11.527		8.178	3.349	70,9	29,1
Manufacturing and Reproduction	Satzher- stellung und Repro- duktion	370	22,24	übrige grafische Betriebe	733	Kalligrafen: 5; Xylograph: 11; Lichtdruckanstalten: 1; Lithografische Anstalten: rund 25; Photokopieranstalten 21; - apparate: 1	380	353	51,8	48,2
Manufacturing and Reproduction	Sonstige Druck- gewerbe	66	22,25							
Manufacturing and Reproduction	Buchbinder und andere Druckweiter- verarbeit- ungen	476	22,23	Buchbinde- und Rastrier- anstalten	1.355	Buchbinder (lt. Herold rund 145 Gewerblich und rund 20 industriell), Rastrieranstalten (lt. Herold ca. 8 gewerbliche, 5 industrielle) - Verhältnis 345:58	370	985	27,3	72,7

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
Content Origination	Buchverlag und Musikverlag	539	22.11 (50%)		3.068	rund 360 Buchverlage: lt. Compass Herzmansky (Doblinger) mit 30 Beschäftigten, der Compass-Verlag mit 35, Herold mit 140, Springer 32, Volksbuchverlag 30, Frau&Mutter-Verlag 24, der Rest zwischen 4 und 12 (weiblicher Anteil geschätzt nach Prozenten der gesamten Gruppe 6)	1.687	1.381	55	45
Content Origination	Zeitungs- verlag	2.173	22,12		700	rund 70 Zeitungsverlage	385	315	55	45
Content Origination	Zeitschriften- verlag	1.796	22,13							
Content Origination	Sonstiges Verlags- wesen	285	22,15							
Content Origination	Künstler- ische und schriftsteller- ische Tätigkeiten	1.675	92.31 (25%)							
Content Origination	Korrespon- denz und Nachrichtenb üros	1.743	92,4			26 Nachrichten- und Korrespondenzbüros				

(Fortsetzung)

									in Prozent	
CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs-klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	M	W
Exchange	EH m Büchern, Zeitschriften und Zeitungen	3.510	52,47	16.18 Handel mit Papier, Papierwaren + 16.19 Handel mit Druck-erzeug-nissen, Buch- und Musikalien-verleih	10.668	2.862+7.806 Beschäftigte; M: 1.433+4.330; W: 1.429+3.476	5.763	4.905	54	46
Exchange	Vermietung von Gebrauchsgütern a n g	658	71.40 (50%)							
Exchange	Erbringung von unternehm-ensbezog-enen Dienst-leistungen	870	74.84 (12,5%)							
7 Musikwirtschaft		9.302			10.141		6.245	3.896	61,6	38,4
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältig-ung von bespielten Tonträgern	1	22,31							
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Daten-trägern	3	24.65 (33,3%)	06.17 Elektro-geräte-, - maschinen-, - apparate-erzeugung (5%)	1.585	Schallplattenerzeuger: 9, Aufnahmegeräte 1, Aufnahmefirmen 30	982	603	62	38

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Rundfunk- und Fernseh- geräten	1.395	32.30 (50%)	06.17 Elektro- geräte-, - maschinen-, - apparate- erzeugung (50%), davon 10%	1.585	Elektrische Apparate und Geräte: 8 Fabriken, 6 Erzeuger, 2 GH, 1 EH. Elektrische Beleuchtung 1, elektrische Bohrmaschinen 4, elektrische Haushaltsgeräte 19, Hochspannungs- unternehmen 2 Elektro- Gesellschaften 7, elektrische Installationen ca. 1100. Plattenspieler: 5; Radioapparate: Fabrikation 13, Erzeugung 1, Handel 439	982	603	62	38
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Musik- instrumenten	325	36,3	07.15 Musik- instrument- enerzeugung	739		619	120	83,8	16,2
Content Origination	Künstler- ische und schriftsteller- ische Tätigkeiten	1.675	92.31 (25%) (inkl. Musiker)	22.05 Theater, Musik, Tanz	3.704		2.257	1.447	60,9	39,1
Content Origination	Buchverlag und Musikverlag	539	22.11 (50%)		511	Musikalienverlag: rund 60; siehe Buchverlage	281	230	55	45
Content Origination	Verlag von bsp Tonträgern	23	22,14							

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Exchange	EH mit elektrischen Haushalts-, phono-technischen Geräten	1.802	52.45 (60%)	16.12 Handel mit Elektrogeräten, -maschinen, -apparaten (60%) + 16.15 Handel mit Musikinstrumenten	1.502		891	611	59,3	40,7
Exchange	Sonstiges Gaststättenwesen	1.123	55.40 (50%)	15.02 Gast- und Schankbetriebe (2,4%)	515	Gast- und Schankgewerbe (Anteil analog zu Anteil 2001 an Gesamtbereich Beherbergungs- und Gaststättenwesen)	233	282	45,2	54,8
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	870	74.84 (12,5%)			Künstleragenturen: insgesamt 9				
Exchange	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen	1.546	92.32 (50%)							

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs-klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
8 Museen/ Bibliotheken		6.265			218		140	78	64,2	35,8
Exchange	Bibliotheken und Archive	668	92,51			Leihbüchereien: 80				
Exchange	Museen und Denkmalschutz	1.632	92,52							
Exchange	Botanische und zoologische Gärten	148	92,53		45	Gartenarchitekten: Mitglieder der Berufsvereinigung Bildender Künstler Österreichs: 7; Sonstige: 2 (geschätzte 4 Mitarbeiter, weiblicher Anteil geschätzt vom Anteil aus 1961)	32	13	71,1	28,9
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebrauchsgüter	337	52.50 (33,3%)	16.27 Handel mit Trödlerwaren (33%)	173		108	65	62,4	37,6
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen	3.480	74.84 (50%)							

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet		23.515			16.397		11.829	4.568	72,1	27,9
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	3	24.65 (33,3%)							
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältig- ung von bespielten Datenträgern	14	22,33							
Content Origination	Herstellung von Spielwaren	382	36,5	Erzeugung von Spiel- und Galanterie- waren aus Holz- und anderen Stoffen	1.170	Spielwarenfabriken: 9; Erzeuger: rund 380	584	586	49,9	50,1
Content Origination	Software- häuser	9.094	72,2							
Content Origination	Daten- banken	333	72,4							
Content Origination	Sonstige mit der Daten- verarbeitung verbundene Tätigkeiten	695	72,6							

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Exchange	Fach-EH a n g	2.443	52.48 (20%)	06.14 Handel mit Spielwaren, Sportartikeln	635	Spielwarenhändler rund 200	296	339	46,6	53,4
Exchange	Fernmelde- dienste	10.551	64,2	17.05 Nachrichten wesen	14.592		10.949	3.643	75	25
10 Werbung		7.970			1.246		831	415	66,7	33,3
Content Origination	Werbewesen	7.970	74,4	16.33 Werbewesen	1.246	Rundfunkwerbung: 3; rund 200 Werbegestalter und Grafiker eingetragen; 4 Firmen für Werbeartikel	831	415	66,7	33,3

SUMME gesamt		128.597			156.447		80.417	76.030	51,4	48,6
SUMME Manufacturing and Reproduction		19.110			83.120		36.669	46.451	44,1	55,9
SUMME Content Origination		52.733			23.838		15.026	8.812	63	37
SUMME Exchange		56.754			49.489		28.722	20.767	58	42
Exklusive 9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet										
SUMME		105.082			140.050		68.588	71.462	49	51

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufs- klasse 2001	Berufsart 1951	Berufstätige 1951	Definition VZ 1951 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
SUMME Manufacturing and Reproduction		19.093			83.120		36.669	46.451	44,1	55,9
SUMME Content Origination		42.229			22.668		14.442	8.226	63,7	36,3
SUMME Exchange		43.760			34.262		17.477	16.785	51	49
exkl. 9 sowie Textil- und Bekleidungsgerbe aus 5										
SUMME		91.283			63.456		39.419	24.037	62,1	37,9
SUMME Manuf.		17.610			22.789		14.965	7.824	65,7	34,3
SUMME Content Origination		42.229			22.668		14.442	8.226	63,7	36,3
SUMME Exchange		31.444			17.999		10.012	7.987	55,6	44,4

Quelle: Volkszählungen 1951 und 2001, eigene Darstellung.

Tabelle 5: CI in Wien 2001 und 1910

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	in Prozent			
							M	W	M	W
1 Architektur		10.325			16.333		13.604	2.729	83,3	16,7
Content Origination	Architektur- und Ingenieurbüros	10.325	74,2	X.7	16.333	Bauunternehmer, technische Bureaus, Architekten, Baumeister, Zivilingenieure	13.604	2.729	83,3	16,7
2 Audiovisueller Bereich		17.744			3.105		2.416	689	77,8	22,2
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern	7	22,32							
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	3	24.65 (33,3 %)							
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen	8.372	32,2	VII.6	3.000	Elektrotechniker, elektrotechnische Maschinen, Apparate, Anlagen: 10.699; diese stellten 1910 noch kaum Geräte für den AV-Sektor her, bildeten jedoch eine wichtige Grundlage für die weitere Entwicklung. Laut Compass große Hersteller von Fernmeldegeräten: Siemens&Halske, Deckert & Homolka (Ericsson), Czeija, Nissl & Co AG, Kapsch, zusammen ca. 3.000 Beschäftigte. Anteil an Frauen (28%) durch Branche VII.6 geschätzt.	2.340	660	78	22
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten	1.395	32.30 (50%)	Erzeugung von Kinogeräten	15	Compass: u. a. Firma Fritz Ebeling (allein 12 Arbeiter)	11	4	73,3	26,7
Manufacturing and Reproduction	Filmverleih und Videoprogrammanbieter	107	92,12	Filmverleih	10	v. a.: Gaumont Filmverleih	7	3	70	30
Content Origination	Film und Videoherstellung	1.539	92,11	Filmproduktion	30	A.und L. Kolm + J. Fleck	22	8	73,3	26,7
Content Origination	Hörfunk und Fernsehanstalten	3.623	92,2							
Content Origination	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung a n g	127	92.72 (50%)							

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Exchange	EH mit elektrischen Haushalts-, phonotechnischen Geräten	1.202	52.45 (40%)	Gerätehandel		siehe Elektrotechniker				
Exchange	Vermietung von Gebrauchsgütern a n g	658	71.40 (50%)							
Exchange	Lichtspieltheater (Kinos)	711	92,13	Kino	50	ca. 15 Kinos	36	14	72	28
3 Bildende Kunst/ Kunstmarkt		3.215			3.710		2.837	873	76,5	23,5
Manufacturing and Reproduction				VIII.3 (10%)	93	Firnisse, Farben, Farb- und Bleistifte, Kreiden, Tinten	68	25	73,1	26,9
Manufacturing and Reproduction				XIV.5 (10%)	77	Rahmenmacher und Vergolder	69	8	89,6	10,4
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	1.676	92.31 (25 %)	XXVIII.1	1.709	Maler und Bildhauer	1.496	213	87,5	12,5
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren	337	52.50 (33,3%)	XVIII.14 (33,3%)	392	Trödelhandel (Herold: 81 Antiquariate)	242	150	61,7	38,3
Exchange	Sonstiger EH nicht in Verkaufsräumen	332	52.63 (50%)	XVIII.12 (25%)	1.439	Buch- und Kunsthandel	962	477	66,9	33,1
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	870	74.84 (12,5 %)							
4 Darstellende und Unterhaltungskunst		6.521			4.866		3.183	1.683	65,4	34,6
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	1.676	92.31 (25%) (inkl. Musiker)	XXVIII.5 (50%)	3.930	Schauspieler, Tänzer, Sänger, Musiker, Theaterbedienstete	2.627	1.303	66,8	33,2
Content Origination	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks	428	92,33 /							

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Content Origination	Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen a n g	1.620	92,34 /							
Content Origination	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung a n g	127	92.72 (50%) /							
Exchange	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen	1.547	92.32 (50%) /							
Exchange	Sonstiges Gaststättenwesen	1.123	55.40 (50%)	XXIII (2,4%)	936	Gast- und Schankgewerbe (Anteil analog zu Anteil 2001 an Gesamtbereich Beherbergungs- und Gaststättenwesen)	556	380	59,4	40,6
5 Grafik/ Mode/ Design		25.180			135.355		82.174	53.181	60,7	39,3
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von keramischen Haushaltswaren	144	26,21	V.7+8	1.537	Ordinäre Töpferwaren und Ofenkacheln, Hafnerei + Porzellan, Fayence, Mayolika	1.321	216	85,9	14,1
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von optischen und fotografischen Geräten	547	33,4	VII.9 (12,5%)	882	Von rund 400 Instrumentenmachern fertigten 92 Firmen mathematische, chemische, optische und physikalische Instrumente, davon etwa die Hälfte optische und fotogr. Geräte -> 12,5% der Gesamtzahl von VII.9 Andere Instrumente (Herold)	812	70	92,1	7,9
<i>Manufacturing and Reproduction</i>	<i>Herstellung von Lederbekleidung</i>	<i>18</i>	<i>18,1</i>	<i>XVI.4 (50%)</i>	<i>3.993</i>	<i>Kürschner (statt Lederbekleidung)</i>	<i>2.599</i>	<i>1.394</i>	<i>65,1</i>	<i>34,9</i>
<i>Manufacturing and Reproduction</i>	<i>Herstellung von sonstiger Oberbekleidung</i>	<i>1.156</i>	<i>18,22</i>	<i>XVI.2</i>	<i>61.454</i>	<i>Schneider, Kleidermacherei (Konfektion)</i>	<i>29.062</i>	<i>32.392</i>	<i>47,3</i>	<i>52,7</i>
<i>Manufacturing and Reproduction</i>	<i>Herstellung von sonstiger Bekleidung und Bekleidungszubehör</i>	<i>156</i>	<i>18,24</i>	<i>XVI.3</i>	<i>10.561</i>	<i>Putzmacherei, Federnschmückerei und Kunstblumen.</i>	<i>918</i>	<i>9.643</i>	<i>8,7</i>	<i>91,3</i>

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Schuhen	153	19,3	XVI.5	25.566	Schuhmacherei	23.753	1.813	92,9	7,1
Content Origination	Herstellung von Schmuck-, Gold- und Silberschmiedewaren	423	36,22	VI.10+11	6.011	Gold- Silberdrahtzieher + Sonstige Verarbeitung von Gold und Silber	4.966	1.045	82,6	17,4
Content Origination	Herstellung von Phantasieschmuck	318	36,61	V.3	156	Gewinnung und Bearbeitung von (Halb-) Edelsteinen und Korallen	123	33	78,8	21,2
Content Origination	Fotoateliers und Fotolabors	1.059	74,81	XI.3	2.066	Photographie und Lichtdruck	1.699	367	82,2	17,8
Content Origination	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	870	74.84 (12,5%)							
Content Origination				XIV.3 (5%)	1.478	Tischlerei und Parkettfabrikation	1.444	34	97,7	2,3
Exchange	EH mit Bekleidung	9.572	52,42	XVIII.7	19.325	Handel mit Materialien und Produkten der Textil- und Bekleidungsindustrie	13.793	5.532	71,4	28,6
Exchange	EH mit Schuhen und Lederwaren	2.744	52,43							
Exchange	EH mit Möbeln und Hausrat a n g	5.261	52,44	XVIII.10 (25%)	770	Handel mit Holz-, Spiel-, Drechsler, Schnitzwaren, Kurz-, Galanterie und Luxuswaren	538	232	69,9	30,1
Exchange	Facheinzelhandel a n g (in Verkaufsräumen)	2.423	52.48 (20%)	XVIII.3	1.164	Handel mit Gold, Silber, Schmucksachen, Juwelen, Uhren	904	260	77,7	22,3
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren	336	52.50 (33,3%)	XVIII.14 (33,3%)	392	Trödelhandel	242	150	61,7	38,3
6 Literatur/ Verlagswesen/ Printmedien		18.560			29.166		21.482	7.684	73,7	26,3
Manufacturing and Reproduction	Zeitungsdruckerei	369	22,21	XI.1+2+4	18.000	polygraphische Gewerbe exklusive Fotografie	14.266	3.734	79,3	20,7
Manufacturing and Reproduction	Druckerei (ohne Zeitungsdruck)	4.030	22,22							

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Manufacturing and Reproduction	Satzherstellg und Reproduktion	370	22,24							
Manufacturing and Reproduction	Sonstige Druckereien	66	22,25							
Manufacturing and Reproduction	Buchbinderei und andere Druckweiterverarbeitung	476	22,23	XIII.2 (66,6%	5.808	Buchbinder (lt. Herold rund 400), Kartonagewaren- (lt. Herold ca. 70) und Futteralerz (rund 100)	3.334	2.474	57,4	42,6
Content Origination	Buchverlag und Musikverlag	539	22.11 (50%)							
Content Origination	Zeitungsverlag	2.173	22,12							
Content Origination	Zeitschriftenverlag	1.796	22,13							
Content Origination	Sonstiges Verlagswesen	285	22,15							
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	1.675	92.31 (25%)	XXVIII.3	1.471	Schriftsteller, Journalisten, Redakteure, Privatgelehrte				
Content Origination	Korrespondenz und Nachrichtenbüros	1.743	92,4				1.297	174	88,2	11,8
Exchange	EH mit Büchern, Zeitschriften und Zeitungen	3.510	52,47	XVIII.12 (65%) +XVIII.8 (5%)	3.887	Buch- und Kunsthandel + Handel mit Papier- und Papierwaren, Schreib- und Zeichenrequisiten	2.585	1.302	66,5	33,5
Exchange	Vermietung von Gebrauchsgütern a n g	658	71.40 (50%)							
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen	870	74.84 (12,5%)							
7 Musikwirtschaft		9.302			7.283	aktive Musiker bei Darstellende Kunst XXVIII.5	5.218	2.065	71,6	28,4
Manufacturing and Reproduction	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	1	22,31							

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	3	24.65 (33,3%)							
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Rundfunk und Fernsehgeräten	1.395	32.30 (50%)		15	Grammophonerzeugung, z.B. Fa. J. Arlett (Compass)	14	1	93,3	6,7
Manufacturing and Reproduction	Herstellung von Musikinstrumenten	325	36,3	VII.8	1.706	Musikalische Instrumente	1.565	141	91,7	8,3
Content Origination	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten	1.675	92.31 (25%) (inkl. Musiker)	XXVIII.5 (50%)	3.930	Schauspieler, Tänzer, Sänger, Musiker, Theaterbedienstete	2.627	1.303	66,8	33,2
Content Origination	Buchverlag und Musikverlag	539	22.11 (50%)	XVIII.12 (10%)	576	Buch- und Kunsthandel	385	191	66,8	33,2
Content Origination	Verlag von bespielten Tonträgern	23	22,14							
Exchange	EH mit elektrischen Haushalts-, phonotechnischen Geräten	1.802	52.45 (60%)	Grammophone	120	63 Grammophonhandlungen (Herold)	71	49	59,2	40,8
Exchange	Sonstiges Gaststättenwesen	1.123	55.40 (50%)	XXIII (2,4%)	936	Gast- und Schankgewerbe (Anteil übernommen von Anteil 2001 an Gesamtbereich Beherbergungs- und Gaststättenwesen)	556	380	59,4	40,6
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	870	74.84 (12,5%)							
Exchange	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen	1.546	92.32 (50%)							
8 Museen/ Bibliotheken		6.265			682		433	249	63,5	36,5
Exchange	Bibliotheken und Archive	668	92,51	XXVII.3	290	Bibliotheken, wissenschaftliche Institute, Kunstsammlungen und dgl.	191	99	65,9	34,1

									in Prozent	
CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	M	W	M	W
Exchange	Museen und Denkmalschutz	1.632	92,52							
Exchange	Botanische und zoologische Gärten	148	92,53							
Exchange	EH mit Antiquitäten und Gebrauchsgüter	337	52.50 (33,3%)	XVIII.14 (33,3%)	392	Trödelhandel	242	150	61,7	38,3
Exchange	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a n g	3.480	74.84 (50%)							
9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet		23.515			17.020		13.639	3.381	80,1	19,9
<i>Manufacturing and Reproduction</i>	<i>Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern</i>	3	24.65 (33,3%)							
<i>Manufacturing and Reproduction</i>	<i>Vervielfältigung von bespielten Datenträgern</i>	14	22,33							
<i>Content Origination</i>	<i>Herstellung von Spielwaren</i>	382	36,5	XIV.9 (25%)	2.452	<i>Drechsler, Galanterie und Spielwaren</i>	2.095	357	85,4	14,6
<i>Content Origination</i>	<i>Softwarehäuser</i>	9.094	72,2							
<i>Content Origination</i>	<i>Datenbanken</i>	333	72,4							
<i>Content Origination</i>	<i>Sonstige mit Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten</i>	695	72,6							
Exchange	Fach-EH a n g	2.443	52.48 (20%)	XVIII.10 (10%)	308	Handel mit Holz-, Spiel-, Drechsler-, Schnitz-, Kurz-, Galanterie- und Luxuswaren	215	93	69,8	30,2
Exchange	Fernmeldedienste	10.551	64,2	XXI.2	14.260	Post-, Telegraphen und Telefonbetrieb	11.329	2.931	79,4	20,6
10 Werbung		7.970								
Content Origination	Werbewesen	7.970	74,4			1910 gab es in Wien 51 Reklameunternehmen, 7 Firmen erzeugten Reklameplakate, etwa Blech- oder Glasplakate, teilweise in eigenen Ateliers. Die genaue Anzahl der Beschäftigten kann nicht ermittelt werden.				

CI-Bereich	Definition ÖNACE 1995	Beschäftigte 2001	Berufsklasse 2001	Berufsart 1910	Berufstätige 1910	Definition VZ 1910 / Anmerkungen	M	W	in Prozent	
									M	W
SUMME		128.597			217.520		144.986	72.534	66,7	33,3
SUMME Manuf.		19.110			132.717		80.139	52.578	60,4	39,6
SUMME Content Origination		52.733			40.142		32.385	7.757	80,7	19,3
SUMME Exchange		56.754			44.661		32.462	12.199	72,7	27,3

Exklusive 9
Software/
Multimedia/ Spiele/
Internet

SUMME		105.082			200.500		131.347	69.153	65,5	34,5
SUMME Manuf.		19.093			132.717		80.139	52.578	60,4	39,6
SUMME Content Origination		42.229			37.690		30.290	7.400	80,4	19,6
SUMME Exchange		43.760			30.093		20.918	9.175	69,5	30,5

**exkl. 9 sowie Textil- und Bekleidungs-
 gewerbe aus 5**

SUMME		91.283			79.601		61.222	18.379	76,9	23,1
SUMME Manuf.		17.610			31.143		23.807	7.336	76,4	23,6
SUMME Content Origination		42.229			37.690		30.290	7.400	80,4	19,6
SUMME Exchange		31.444			10.768		7.125	3.643	66,2	33,8

Tabelle 6: Arbeitsstättenzählung

CI-Bereich	Def. Betriebssystematik	Berufsklasse	Arbeitsstätten			Beschäftigte		
			1991	1981	1973	1991	1981	1973
1 Architektur								
2 Audiovisueller Bereich			400	301	265	10.870	13.888	11.306
Manuf.+ Repr.	Erzeugung von Rundfunk- und Elektroakustischen Geräten, Bauelektronik	5720	43	47	45	8.113	10.983	8.646
Cont. Orig.	Rundfunk und Fernsehen	9512 (50%)	4	9	5	1.308	1.460	1.059
Cont. Orig.	Filmproduktion und Verleih	9531	302	174	119	1.152	994	952
Exch.	Kinos	9532	51	71	96	297	451	649
3 Bildende Kunst/ Kunstmarkt			1.122	865	560	2.212	1.712	1.444
Manuf.+ Repr.	E. v. feinkeram. Waren	4760	25	26	28	410	389	445
Cont. Orig.	Freischaffende Kunst	9520 (30%)	500	347	142	559	388	177
Exch.	EH mit Kunstgegenst. und kunstgewerb. Waren	7691	597	492	390	1.243	935	822
4 Darstellende und Unterhaltungskunst			991	705	446	6.080	4.566	3.858
Cont. Orig.	Theater und Musik	9511 (50%)	139	55	35	2.441	1.646	1.746
Cont. Orig.	Rundfunk und Fernsehen	9512 (50%)	4	9	5	1.308	1.460	1.059
Cont. Orig.	Freischaffende Kunst	9520 (30%)	499	347	142	559	388	177
Cont. Orig.	Zirkusse, Varietés u. verw. unterh. Einrichtungen	9541	225	141	112	876	585	345
Cont. Orig.	Spielbanken, Wettbüros und Lotterien	9542	124	153	152	896	487	531
5 Grafik/ Mode/ Design			4.746	5.215	5.739	20.934	20.154	35.591
Manuf.+ Repr.	E. v. Leibwäsche, Miederwaren und Badebekleidung	3410	57	121	203	337		2.314
Manuf.+ Repr.	E. v. Damen- und Mädchenoberkleidung aus Textilien	3421	359	550	852	2.147		7.162
Manuf.+ Repr.	E. v. Herren- und Knabenoberkleidung aus Textilien	3422	79	180	456	506		3.500

(Fortsetzung)

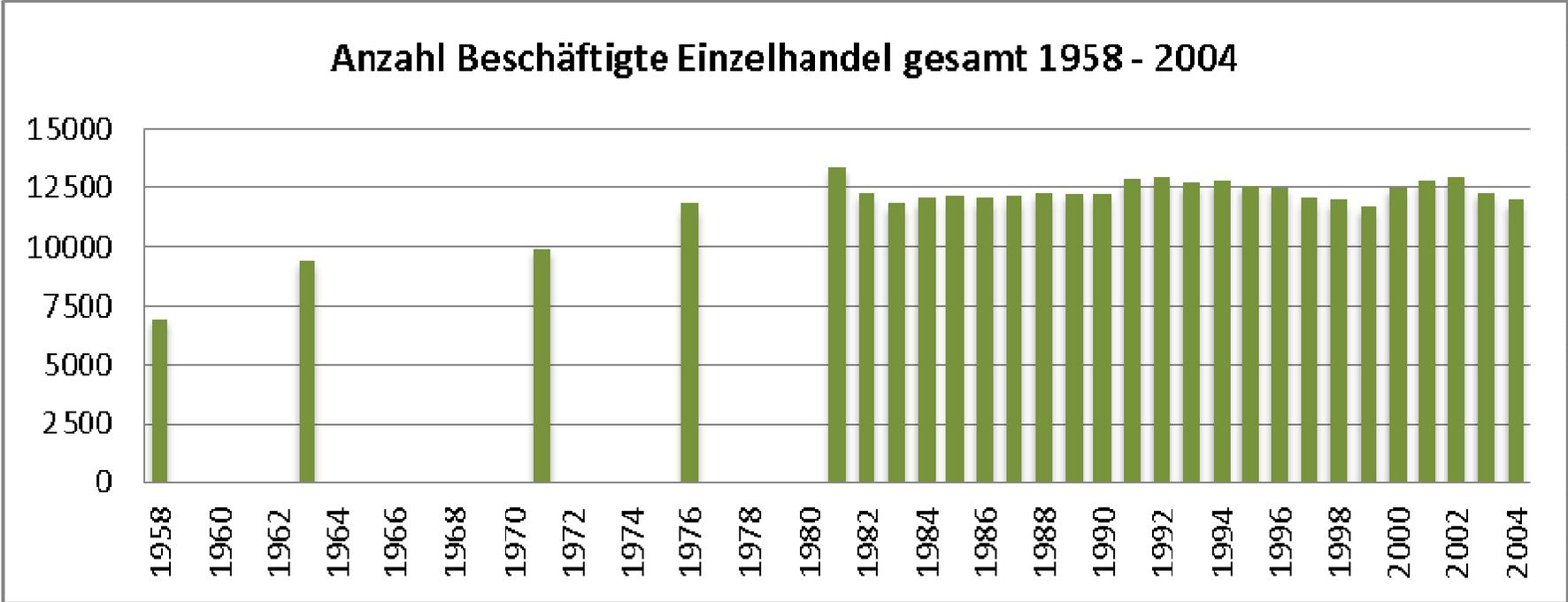
CI-Bereich	Def. Betriebssystematik	Berufsklasse	Arbeitsstätten			Beschäftigte		
			1991	1981	1973	1991	1981	1973
Manuf.+ Repr.	E. v. Kinderoberbekleidung aus Textilien	3423	8	8	19	107	136	303
Manuf.+ Repr.	E. v. Textilien o. Schwerpunkt	3424	241	303	299	1.044	1.777	2.354
Manuf.+ Repr.	E. v. Oberbekleidung aus Leder	3425	17	22	44	40	87	317
Manuf.+ Repr.	E. v. Pelzbekleidung und Pelzwaren	3431	161	287	307	447	1.296	1.582
Manuf.+ Repr.	E. v. Hüten und Kappen	3442	30	72	138	133	392	705
Manuf.+ Repr.	E. v. Handschuhen, Krawatten und Schals	3443	19	29	63	229	278	672
Manuf.+ Repr.	E. v. Schirmen	3444	3	17	21	86	122	173
	E. v. Bekleidungszubehör	3445	7	14	25	37	150	286
Manuf.+ Repr.	E. v. Schuhen	3501	63	86	94	268	499	786
Manuf.+ Repr.	E. v. Schmuckwaren aus Edelmetall, Steinbearbeitung	5942	254	266	284	814	928	1.524
Cont. Orig.	Fotografie	9360	310	266	195	663	752	633
Exch.	EH mit Oberbekleidung	7431	1.642	1.217	885	6.708	5.474	4.407
Exch.	EH mit Hüten und Schirmen	7433	59	131	152	169	299	404
Exch.	EH mit Schuhen	7440	387	516	492	2.220	2.900	2.692
Exch.	EH mit Möbeln und Heimtextilien	7510	549	702	728	3.505	3.783	4.396
Exch.	EH mit Uhren und Schmuckwaren	7630	501	428	482	1.474	1.281	1.381
6 Literatur/ Verlagswesen/ Printmedien			1.874	1.601	1.815	15.094	16.915	23.173
Manuf.+ Repr.	Buchbinderei und Prägerei	4130	63	103	120	511	1.086	1.458
Manuf.+ Repr.	Druckerei	4210	422	452	510	7.983	9.882	14.395
Cont. Orig.	Verlagswesen	4300	332	224	186	3.288	3.037	3.122
Cont. Orig.	Schreib-, Übersetzungs-, Auskunftsbüros	9352	521	170	120	1.323	565	633
Exch.	EH mit Papier-, Schreibwaren, Büro- und Schulbedarf	7610	337	422	433	1.088	1.202	1.294
Exch.	EH mit Büchern, Zeitungen, Musikal.	7620 (50%)	199	230	446	901	1.143	2.271
7 Musikwirtschaft			933	726	725	4.378	3.643	4.680
Manuf.+ Repr.	E. v. Musikinstrumenten	3910	41	38	52	283	297	344
Cont. Orig.	Theater, Musik, Rundfunk, Fernsehen	9511 (50%)	139	55	35	2.441	1.646	1.746

(Fortsetzung)

CI-Bereich	Def. Betriebssystematik	Berufsklasse	Arbeitsstätten			Beschäftigte		
			1991	1981	1973	1991	1981	1973
Cont. Orig.	Freischaffende Kunst	9520 (30%)	499	347	142	559	388	176
Exch.	EH mit Büchern, Zeitungen, Musikal.	7620 (50%)	199	231	446	901	1.144	2.271
Exch.	EH mit Musikinstrumenten	7642	55	55	50	194	168	143
8 Museen/ Bibliotheken			72	60	51	1.256	1.519	1.323
Exch.	Bibliotheken, Museen, zoolog. und botanische Gärten	9550	72	60	51	1.256	1.519	1.323
9 Software/ Multimedia/ Spiele/ Internet			651	676	591	29.201	27.854	28.186
Manuf.+ Repr.	E. v. Sportartikeln	3921	6	13	18	75	160	224
Manuf.+ Repr.	E. v. Spielwaren	3922	24	43	47	138	507	637
Manuf.+ Repr.	E. v. Fernmeldegeräten	5630	29	76	31	9.562	9.034	10.275
Exch.	EH mit Spielwaren und Sportartikel	7641	353	287	224	1.363	1.312	1.054
Exch.	Nachrichtenübermittlung	8801	239	257	271	18.063	16.841	15.996
10 Werbung			1.115	758	448	5.190	3.295	2.640
Cont. Orig.	Werbe-, Messewesen	9351	1.115	758	448	5.190	3.295	2.640

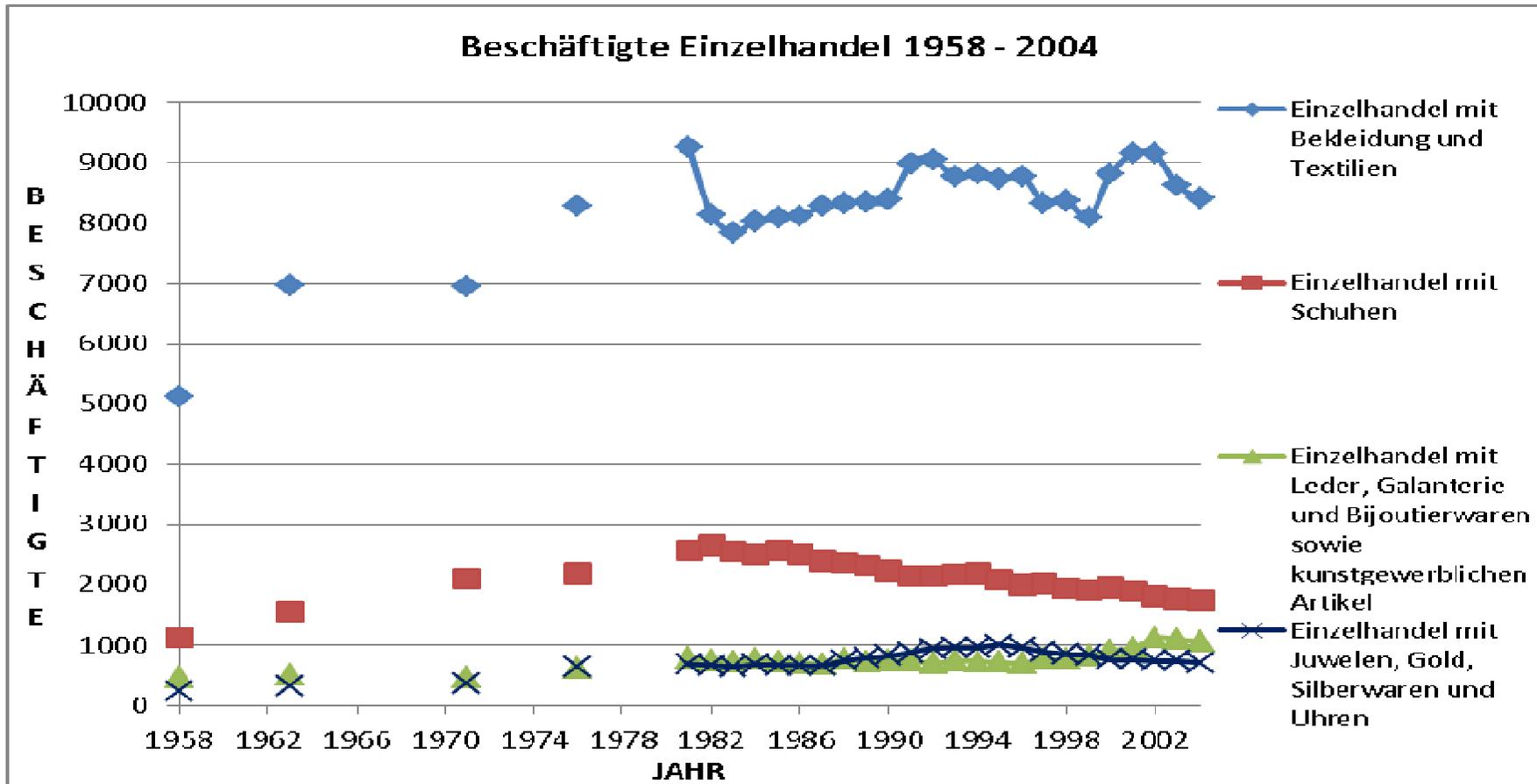
	Arbeitsstätten			Beschäftigte		
	1991	1981	1973	1991	1981	1973
SUMME	11.904	10.907	10.640	95.215	93.546	112.201
Manufacturing und Reproduction	1.951	2.753	3.656	33.270	38.003	58.102
Content	4.713	3.055	1.838	22.563	17.091	14.996
Exchange	5.240	5.099	5.146	39.382	38.452	39.103

Diagramm 1: Beschäftigte Einzelhandel 1958 – 2004



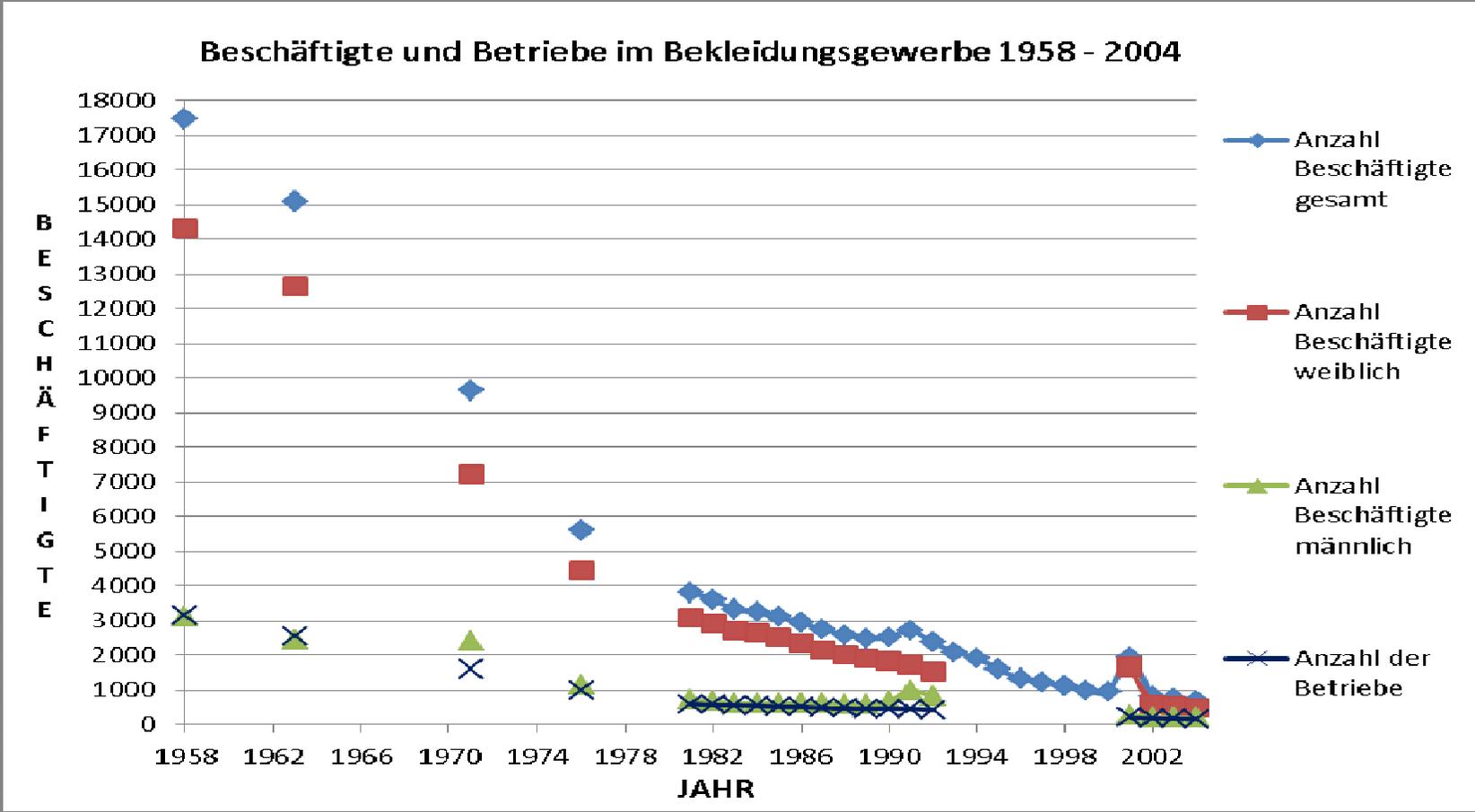
Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

Diagramm 2: Entwicklung Beschäftigung im Einzelhandel 1958 – 2004



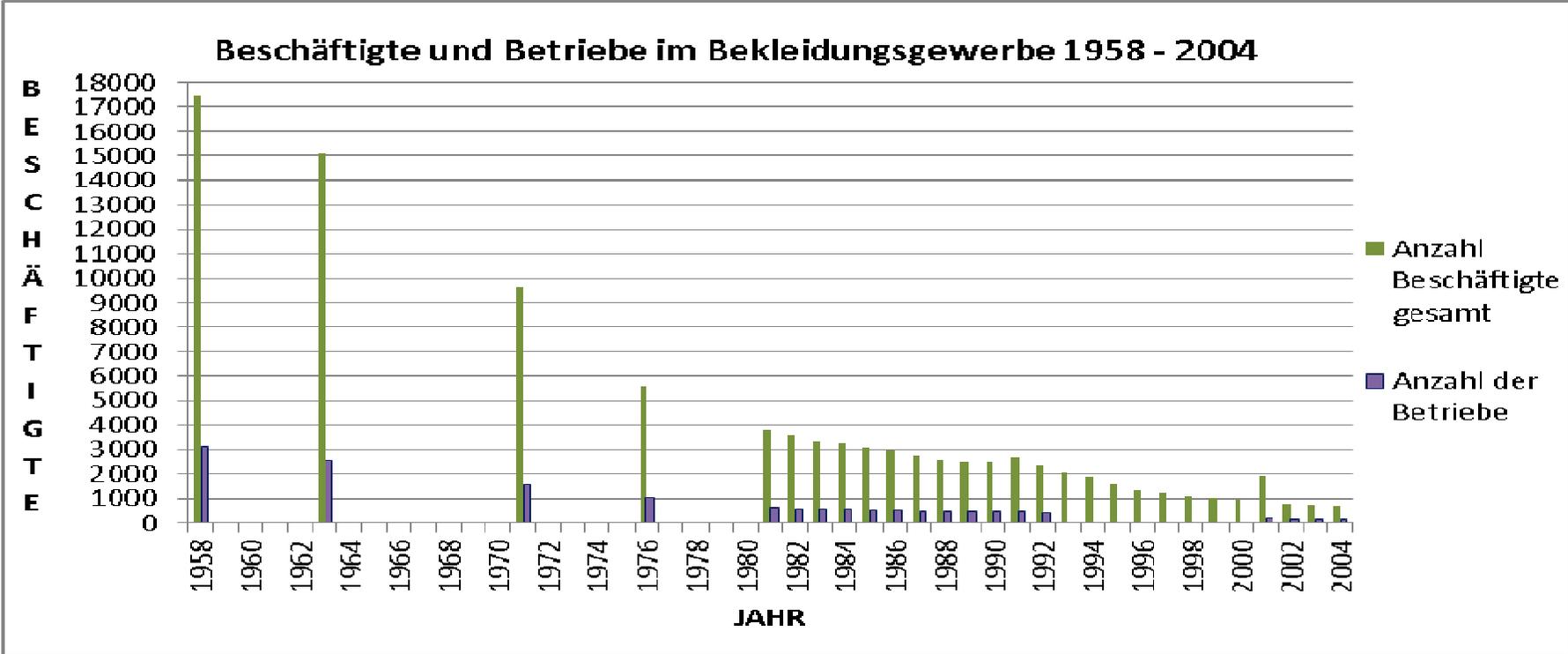
Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

Diagramm 3: Beschäftigte und Betriebe im Bekleidungsgerbe 1958 – 2004 I



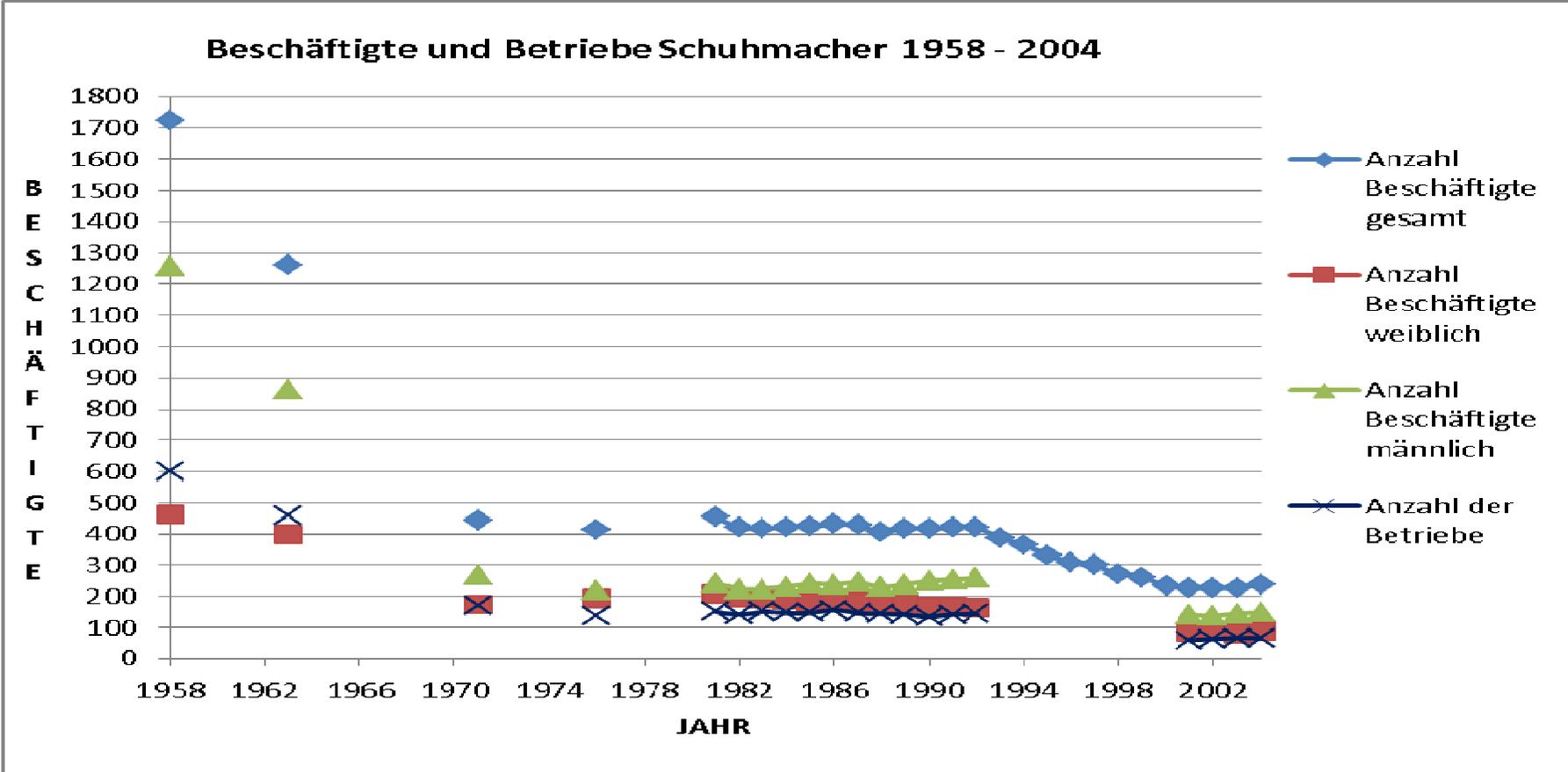
Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

Diagramm 4: Beschäftigte und Betriebe im Bekleidungsgerbe 1958 – 2004 II



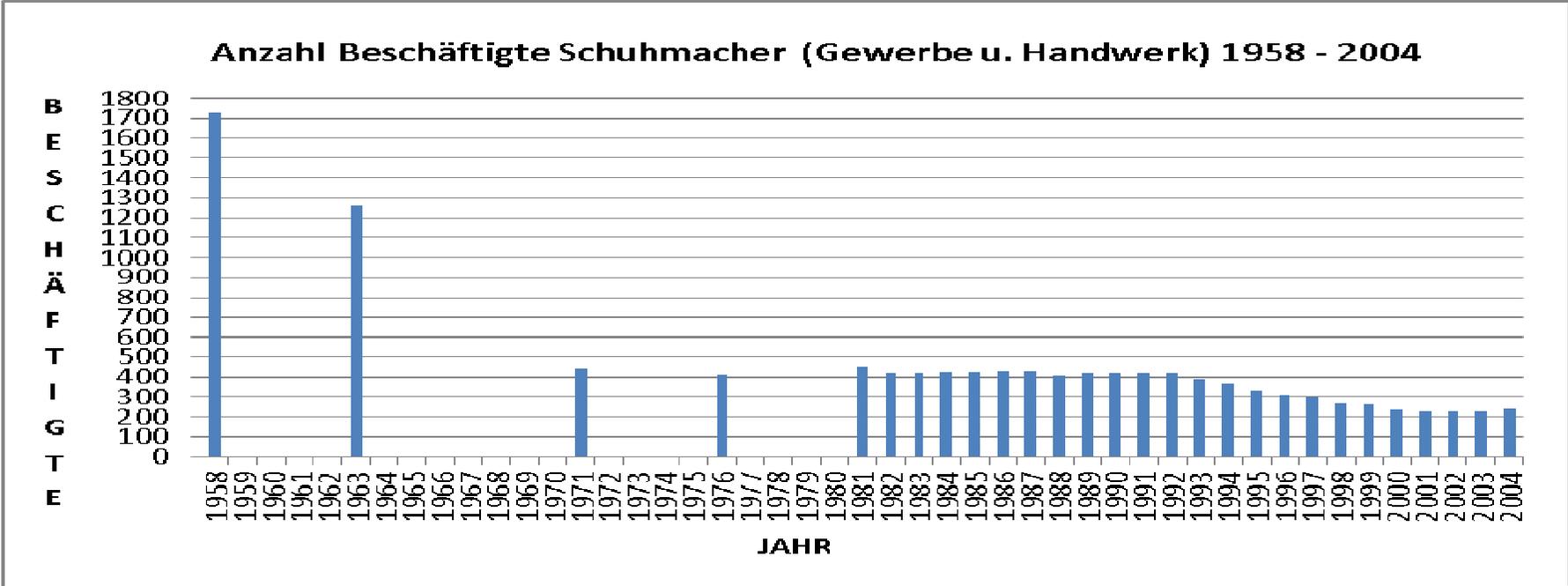
Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

Diagramm 5: Beschäftigte und Betriebe Schuhmacher 1958 – 2004



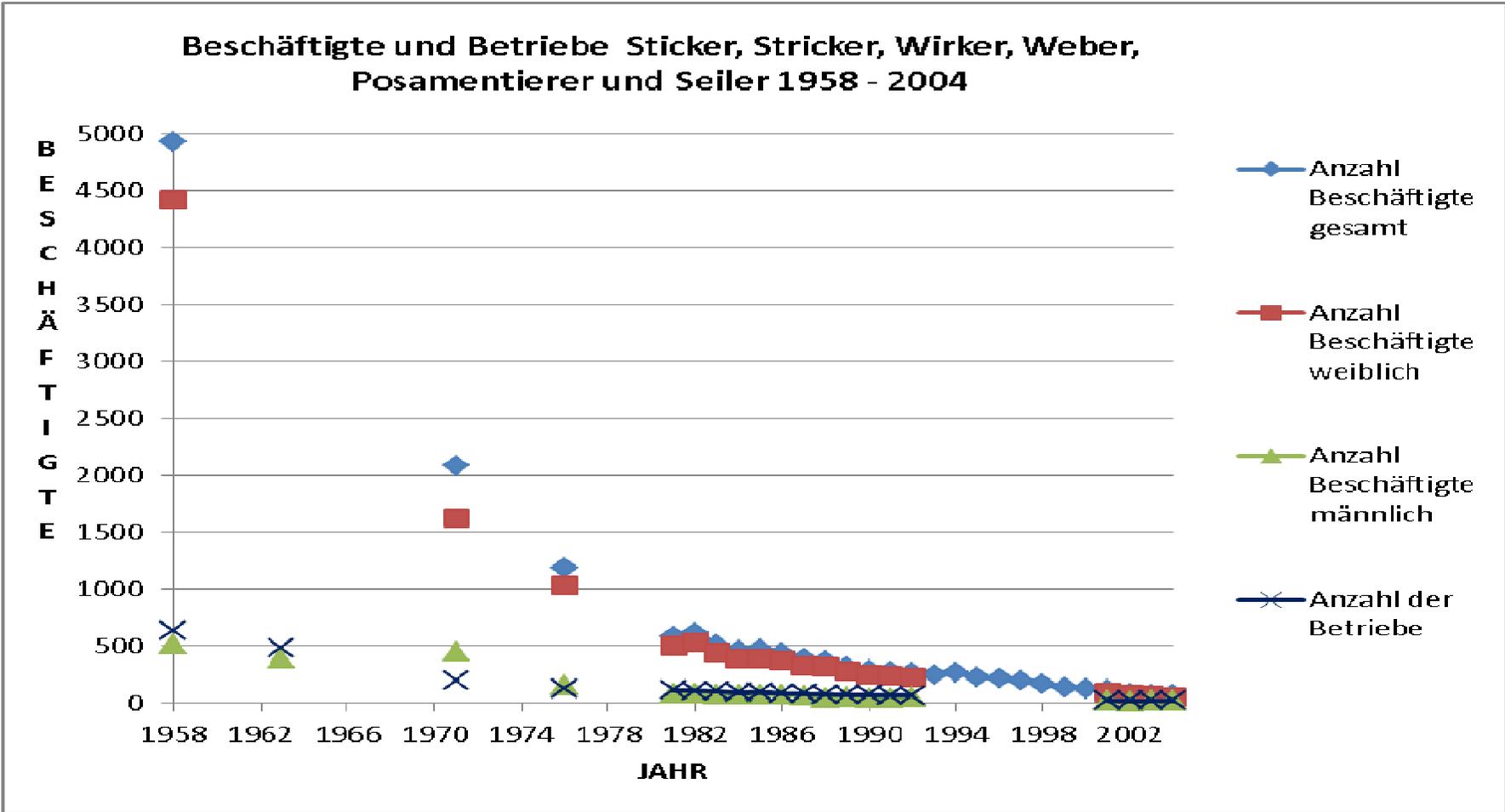
Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

Diagramm 6: Anzahl Beschäftigte Schuhmacher 1958 – 2004



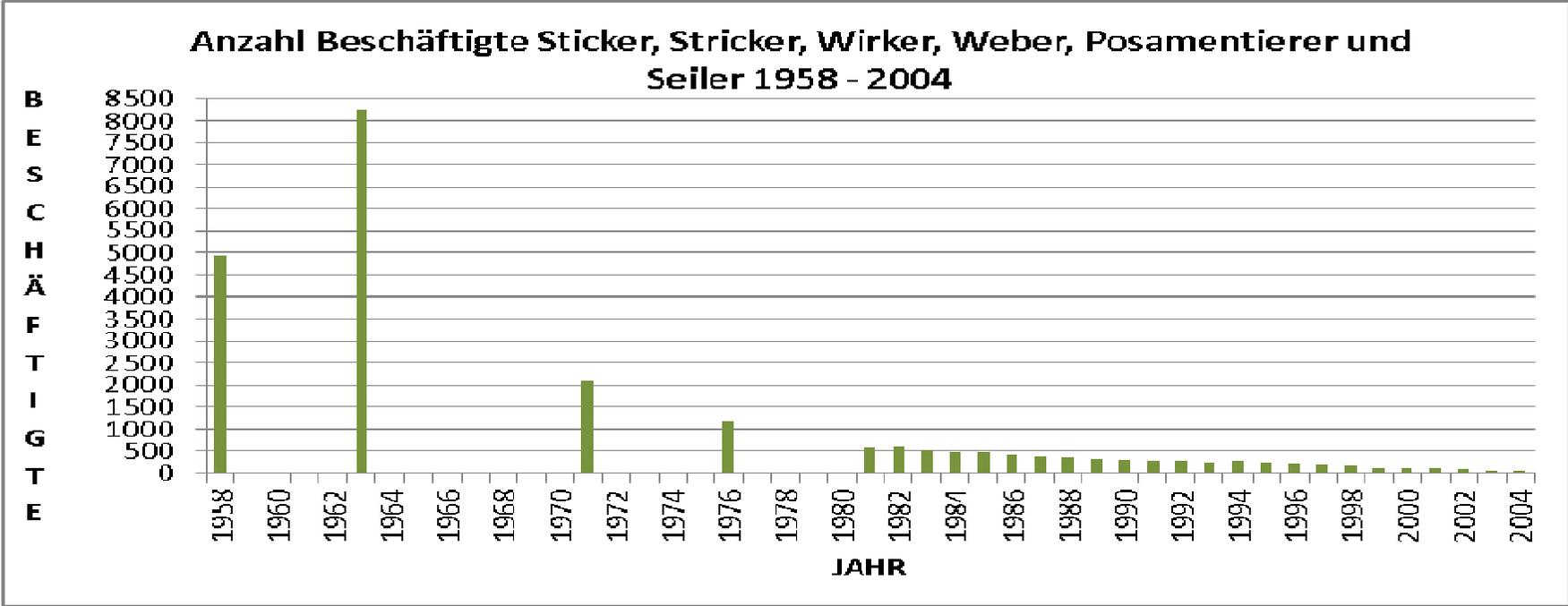
Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

Diagramm 7: Beschäftigte und Betriebe Sticker, Stricker, Posamentierer und Seiler 1958 – 2004



Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

Diagramm 8: Anzahl Beschäftigte Sticker, Stricker, Posamentierer und Seiler 1958 – 2004



Quelle: Wirtschaftskammer, eigene Darstellung

ABSTRACT

Die Dissertation mit dem Titel "Creative Industries in Wien seit dem Fin de Siècle – Mode, Grafik, Design und Fotografie" beschäftigt sich zum einen mit der quantitativen Entwicklung des gesamten Sektors der Creative Industries über das 20. Jahrhundert hinweg, zum anderen wird im Detail die Entwicklung der Modebranche mit ihren angrenzenden Berufsfeldern Grafik, Design und Fotografie quantitativ wie auch qualitativ nachgezeichnet und analysiert.

Im quantitativen Teil wird nach einer umfassenden Bestimmung der verwendeten Definitionen – sowohl von Creative Industries wie auch der einzelnen Begriffe, Branchen und Berufe – die Methodologie passend zum vorhandenen Datenmaterial beschrieben und Stärken wie auch Schwächen herausgearbeitet. Anschließend werden die Gesamtergebnisse präsentiert und auf ausgewählte, herausragende, branchenspezifische Ergebnisse eingegangen. Weiters werden Gender-spezifische Entwicklungsmuster herausgearbeitet sowie mit Hilfe weiterer Statistiken auf individuelle Aspekte der Creative Industries abseits der Beschäftigungszahl eingegangen.

Im qualitativen Teil wird die Entwicklung der Wiener Modeindustrie sowie ihrer angrenzenden Branchen Grafik, Design und Fotografie seit dem Wiener Fin de Siècle untersucht. Die Entwicklung wird in verschiedene Zeitabschnitte unterteilt, die neben ökonomischen und gesellschaftlichen Aspekten auch politische Rahmenbedingungen mit in die Untersuchung einbeziehen. Dieses Feld wird mit der allgemeinen Entwicklung der Creative Industries in Wien kontrastiert und Gemeinsamkeiten wie Unterschiede herausgearbeitet sowie Gründe dafür gesucht. Einzelne typische oder herausragende Personen, Unternehmen, Institutionen oder Maßnahmen werden in Exkursen gesondert beschrieben.

Das Ergebnis ist enttäuschend: War Wien im Fin de Siècle noch eine Kunst- und Kulturmetropole von Weltruf, hat sie diesen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts verloren und auch verspielt. Im Jahrhundertvergleich wuchs die Wiener CI nur moderat. Die Beschäftigtenzahl, die den Kern dieses Industriezweigs ausmacht, ist im Jahr 2001 annähernd gleich wie ein Jahrhundert zuvor, die niedrigste Zahl ist nach dem Zweiten Weltkrieg anzunehmen. Bezieht man die neuen Medien, die heute eine starke Rolle in den CI spielen, mit in die Anzahl von heute ein, ist ein deutlicheres Wachstum erkennbar.

Festzustellen ist aber durchaus, dass Wien in den rund vierzig Jahren seit den 1970er-Jahren erst das aufgeholt hat, was davor ebenso lange vor allem durch die gesellschaftliche und politische Situation versäumt wurde.

ABSTRACT

The thesis "Creative Industries in Vienna since the Fin de Siècle – Fashion, Graphics, Design and Photography" deals on the one hand with the quantitative development of the whole creative industries sector during the 20th century. On the other hand, the detailed development of the fashion-industry with its close-by sectors graphics, design and photography will be traced and analysed quantitatively and qualitatively.

Within the quantitative part, the methodology is described and its strengths and weaknesses are discussed, after an extensive identification of definitions of creative industries as well as single terms and professions. Afterwards, the general results and selected, outstanding and industry-specific results are presented.

Furthermore, gender-specific patterns of development and individual aspects of the creative industries are described.

The development of the Viennese fashion-industry since the Fin de Siècle is examined as well as the fields graphics, design and photography with research of literature. This development is divided in different phases which include political implications, besides the economic and societal aspects. This specific field is contrasted with the general development of the creative industries in Vienna, and similarities and differences are elaborated. Specific and typical businesses and institutions are described separately.

The results are rather disappointing: while Vienna has been a cultural and artistic centre of international reputation during the Fin de Siècle, it missed its chance during the first half of the 20th century. Compared to a century ago, the Viennese CI grew only moderately. The number of Content Originators is about the same in 2001 as it was during the Fin de Siècle, the lowest number is presumed immediately after the Second World War. If New Media, which play a major role in today's CI, are factored into the comparison, a stronger growth of the sector is noticeable.

One can ascertain that Vienna lost its standing regarding the Creative Industries due to the societal and political circumstances from the 1930ies until the 1960ies, and only caught up since the 1970ies what has been missed before.

LEBENS LAUF

- Geburtsdatum: 8. August 1980, in Linz
- Staatsangehörigkeit: Österreich
- Familienstand: verheiratet

SCHULISCHE BILDUNG

1990 - 1998 Bundesrealgymnasium Hamerlingstraße Linz,
Matura Juni 1998

WISSENSCHAFTLICHE AUSBILDUNG

10 2004 – Sommersemester 2012	<u>Universität Wien, Doktoratsstudium der Wirtschafts- und Sozialgeschichte</u> : Thema der Dissertation: „Creative Industries in Wien seit dem Fin de Siècle“
07 2006	<u>14. Konferenz der Association For Cultural Economics International</u> : Vortragende zum Thema “Creative Industries in Vienna as working world and labour market”
05 2005	<u>Studienaufenthalt Cuba</u> : Sprachkurs und Vorträge an der Universität Havanna und der österr. Botschaft
07 2004 – 09 2005 und 04 2006 – 06 2007	<u>Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte</u> : Wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Projekt „Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials“, finanziert vom WWTF
05 2004	<u>Studienaufenthalt Bosnien-Herzegowina</u> : Vorträge in politischen Institutionen, der österr. Botschaft und kulturelles Programm
Wintersemester 1998/99 - Wintersemester 2003/04	<u>Universität Wien, Diplomstudium der Politikwissenschaft (Erstfach)</u> : Schwerpunkt Europäische Union, Österreichische Regimelehre, Wahlfach Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Thema der Diplomarbeit: „'Die dort in Brüssel' – die Frage der Bürgernähe der EU am Beispiel Österreichs“ (Abschluss mit Auszeichnung)
10 1998 – 01 2003	<u>Universität Wien, Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Zweifach)</u> : Schwerpunkt Journalismus und Public Relations
09 – 10 2002	<u>Ständige Vertretung Österreichs zur EU in Brüssel</u> : Recherchen zur Diplomarbeit (finanziert von der Universität Wien sowie der oberösterreichischen Landesregierung)

-
- 04 2001 Studienaufenthalt USA (Institut für Politikwissenschaft, Wien): Vorträge in der UNO und der österreichischen Botschaft in New York, dem IWF und der Weltbank in Washington
- 10 2000 Studienaufenthalt Den Haag, Brüssel, Paris (Inst. für Politikwissenschaft, Wien): Vorträge in den österreichischen Botschaften bzw. Vertretungen, dem IGH, dem WCT, den europäischen Institutionen, der OECD, dem franz. Parlament

BERUFLICHE ERFAHRUNG (AUSWAHL)

- seit 05 2011 Mediensprecherin Stadträtin für Finanzen, Wirtschaftspolitik und Wiener Stadtwerke, Vizebürgermeisterin Mag.a Renate Brauner, Stadt Wien
- 09 2008 – 04 2011 Pressesprecherin des Wiener Drogenkoordinators, Leitung Kommunikation der Sucht- und Drogenkoordination Wien
- 10 2007 – 07 2008 Klub der Sozialdemokratischen Parlamentsfraktion, Abg. z. Nationalrat Laura Rudas: Pressemitarbeiterin
- 08 2007 – 08 2008 Universität Wien, Initiativkolleg Vienna School of Governance: Academic Officer