

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

The Geography of the Creative Class in Germany

Michael Fritsch and Michael Stuetzer

Friedrich Schiller University Jena

2007

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/21963/>

MPRA Paper No. 21963, posted 12. April 2010 13:59 UTC

Die Geografie der Kreativen Klasse in Deutschland

Michael Fritsch*^a

Michael Stützer*

Juni 2006

* Technische Universität Bergakademie Freiberg

^a DIW-Berlin und Max-Planck-Institut für Ökonomik, Jena

Korrespondenzanschrift:

Prof. Dr. Michael Fritsch, Dipl.-Volksw. Michael Stützer
Technische Universität Bergakademie Freiberg
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik
Lessingstr. 45, 09596 Freiberg, Deutschland
Tel.: ++49 / 3731 / 39 - 24 39 (Fritsch), - 36 76 (Stützer), Fax: ++49 / 3731 / 39 - 36 90
michael.fritsch@tu-freiberg.de, michael.stuetzer@tu-freiberg.de

Inhalt

Zusammenfassung / Abstract.....	III
1. Fragestellung	1
2. Hypothesen.....	1
3. Wer sind die Kreativen?.....	4
4. Wo leben und arbeiten die Kreativen?	7
4.1 Überblick.....	7
4.2 Was bestimmt die regionalen Anteile Kreativer?	17
5. Schlussbemerkungen.....	22
Literatur.....	24

Zusammenfassung

Wir analysieren die räumliche Verteilung verschiedener Kategorien kreativer Personen in Deutschland. Allgemein ist der Anteil der Kreativen in den Städten höher als auf dem Land. Ein etwas abweichendes Standortverhalten zeigen die freiberuflichen Künstler, für die auch in einigen ländlichen Regionen hohe Anteile zu verzeichnen sind. Ein hoher Anteil an Kreativen in einer Region kann mit einem hohen Niveau der öffentlichen Versorgung und einem hohen Ausländeranteil als Indikator für „Offenheit“ des Milieus erklärt werden. Gute Beschäftigungschancen haben nur einen schwachen Einfluss. Regionen mit einem hohen Anteil an Kreativen sind durch ein relativ hohes Niveau an Gründungen, Innovationen und einen hohen Anteil an Beschäftigten in High-Tech Branchen gekennzeichnet.

JEL-Klassifikation: O31, O18, R12

Schlagworte: Kreative Klasse, Bohemiens, Künstler, Innovation, Regionalentwicklung.

Abstract

„The Geography of the Creative Class in Germany”

We analyze the regional distribution of different categories of creative individuals in Germany. Generally, the share of creative people is higher in cities as compared to the rural area. The freelancing artists are a kind of exception in this respect; they constitute a relatively high share of the population in some rural area. A high share of creative people in a region can be explained by a high level of public provisions and a high share of foreign born population, which can be regarded as an indicator of the “openness” in the local milieu. Good employment opportunities have only a relatively weak impact. Regions with a high share of creatives tend to have an above average level of new business formation, a high level of innovation and a relatively high share of employees in high-tech industries.

JEL-classifikation: O31, O18, R12

Keywords: Creative class, bohemians, artists, innovation, regional development.

1. Fragestellung¹

Auf dem Weg in die Wissensgesellschaft gewinnt die Ressource Kreativität immer mehr an Bedeutung. Unter Kreativität wird dabei die Fähigkeit verstanden, neues Wissen zu erzeugen bzw. vorhandenes Wissen erfolgreich umzusetzen. In seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ (2004)² hat Richard Florida für die Vereinigten Staaten von Amerika gezeigt, dass dort die kreativ tätige Bevölkerung räumlich höchst ungleich verteilt ist. Florida (2002a) macht insbesondere eine starke Konzentration der Kreativen in bestimmten Großstädten aus und sieht in diesen Regionen Zentren technischer und sozialer Innovation, die wiederum den Keim des wirtschaftlichen Wachstums in sich tragen. Dementsprechend stellen kreative Städte gewissermaßen Brutkästen für zukünftiges Wachstum dar. Florida geht in seiner Argumentation aber noch erheblich weiter und behauptet, dass die Kreativen in Bezug auf Ihre Standortpräferenzen hochgradig festgelegt sind. Daher empfiehlt Florida den regionalen Akteuren, ein besonderes Augenmerk auf einen hohen Wohn- und Freizeitwert für die Kreativen zu legen, da diese Bevölkerungsgruppe eine bedeutende Ressource für die Ansiedelung weiterer kreativer Aktivitäten und damit wichtig für die zukünftige Regionalentwicklung sei.

Dieser Aufsatz geht den Standorten der Kreativen in Deutschland nach. Wo leben und arbeiten die Kreativen und wodurch sind diese Regionen gekennzeichnet? Zunächst werden grundlegende Hypothesen vorgestellt (Abschnitt 2). Daran schließt sich die Diskussion verschiedener Indikatoren für Kreativität an (Abschnitt 3). Schließlich wird die räumliche Verteilung der Kreativen in Deutschland dargestellt und analysiert (Abschnitt 4). Abschnitt 5 enthält zusammenfassende Schlussbemerkungen.

2. Hypothesen

Kreativität (von lateinisch *creatio* = Schöpfung) ist laut Duden die Fähigkeit schöpferisch tätig zu sein und dabei neue Lösungen für bestehende und neue Aufgabenstellungen zu finden. Kreativität ist nicht auf so herausragende Erfinder und Wissenschaftler wie Edison und Einstein oder Künstler wie Goethe, Shakespeare und DaVinci beschränkt. Sie ist eine

¹ Wir danken Dirk Schilder, Norbert Steigenberger, Tobias Henning, Melanie Kecke und Viktor Slavtchev für hilfreiche Anmerkungen zu einer früheren Fassung.

² Die erste Hardcover-Ausgabe des Buches erschien im Jahr 2002. Wir verweisen hier auf die revidierte Paperback-Ausgabe von 2004.

Fähigkeit, die allen Menschen innewohnt (Hartley und Cunningham, 2002, 18) und die sich auf vielerlei Weise in zahlreichen Tätigkeitsbereichen ausdrücken kann.

Florida (2003, 40; 2004) identifiziert „three interrelated types of creativity: (1) *technological creativity* or innovation, (2) *economic creativity* or entrepreneurship, and (3) *artistic or cultural creativity*.” Er stellt die Hypothese auf, dass diese drei Arten menschlicher Kreativität sich gegenseitig beeinflussen, verstärken und im Ergebnis die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen vorantreiben. Als Ausgangspunkt seiner Theorie des „kreativen Kapitals“ nimmt Florida die Arbeitsplatz- und Wohnortwahl kreativer Menschen. Er behauptet, dass sich kreative Menschen bei ihrer Entscheidung für die eine oder andere Region nicht allein an der Ergiebigkeit des jeweiligen Arbeitsmarktes orientieren. Mindestens ebenso bedeutend sind seiner Ansicht nach andere Faktoren wie die Vielfalt des kulturellen Angebots sowie die Toleranz und die Offenheit gegenüber neuen Ideen, gegenüber Menschen anderer ethnischer Herkunft, anderer sexueller Orientierung oder mit anderem Kleidungsstil. Florida (2004, 259) geht davon aus, dass Kreative größeren Wert auf ein kleinteiliges kulturelles Angebot mit einem pulsierenden Nachtleben und innovativer Musikszene legen als auf traditionelle Kulturbereiche wie Museen, Oper, Ballett oder auf professionelle Sportmannschaften.

Toleranz, Offenheit und kulturelle Vielfalt sind nach Florida (2004) aus zwei Gründen von Bedeutung. Erstens fällt es Menschen in einer solchen Umgebung leichter, sich zu integrieren ohne dabei die eigene Identität aufzugeben. Zweitens führt Toleranz und Offenheit zu Vielfalt, was kreativen Menschen die Möglichkeit bietet, neue Erfahrungen und Eindrücke zu sammeln, die häufig Stimulus und Inspiration für innovative Prozesse sind (Florida, 2004, 218, 249f.; Andersen und Lorenzen, 2005, 12). Als Indikatoren für Offenheit, Toleranz und kulturelle Vielfalt verwendet Florida (2004) Maßzahlen wie den Anteil der im Ausland geborenen Bevölkerung („Melting Pot Index“), den Anteil der Menschen in künstlerischen Berufen („Bohemien Index“) oder den Anteil der homosexuellen Paare an der Bevölkerung („Gay Index“). Diese Indikatoren weisen in den USA eine stark ausgeprägte Konzentration in bestimmten Städten wie z.B. Washington D.C., Boston, Austin und San Francisco auf.

Nach Florida (2004, 220) besteht in der Konzentration der Kreativen auf wenige Standorte auch ein wesentlicher Grund für die Konzentration von wirtschaftlichen Aktivitäten, die einen hohen Bedarf an gut ausgebildeten, kreativen Mitarbeitern haben; z.B. Forschung und Entwicklung, Werbung oder Design. Die grundlegende These ist hierbei, dass die Kreativen nicht dorthin gehen, wo sie eine Beschäftigung finden („people follow jobs“),

sondern die Standortwahl der Unternehmen orientiert sich an den Wohnortpräferenzen der Kreativen („jobs follow people“). Dies gilt insbesondere für Branchen, in denen kreative Mitarbeiter eine Schlüsselressource im Wettbewerb darstellen, wie z.B. für High-Tech-Unternehmen (siehe auch Arora et al., 2000, 12). Florida kombiniert in seiner Theorie dabei explizit die Vorstellungen von Jane Jacobs (1970, 1985) von der wichtigen Rolle der Städte in der Wirtschaft mit den Ideen der Protagonisten der Neuen Wachstumstheorie (Lucas, 1988; Romer, 1986; 1993). Ebenso berücksichtigt er die wachsende Bedeutung von Bohemiens für die Wirtschaft (für einen Überblick siehe Markusen und King, 2003; Florida, 2002b).

In Anlehnung an Jacobs (1970, 1985) argumentiert Desrochers (2001), dass Vielfalt und Kreativität einen guten Nährboden für Innovationen und Entrepreneurship darstellt, denn das Aufeinandertreffen von Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund stimuliert neue Kombinationen von Wissen und damit Innovationen sowie auch die Gründung neuer Unternehmen. Der Zusammenhang zwischen Erfindungen bzw. Innovationen und Gründungen ergibt sich daraus, dass die Kommerzialisierung neuer Ideen vielfach durch neu gegründete Unternehmen erfolgt, wobei häufig der Erfinder selbst als Entrepreneur auftritt.³ Innovation und Gründungen stellen wiederum wesentliche Triebkräfte wirtschaftlicher Entwicklung dar (siehe Schumpeter, 1911; Feldman, 2000 sowie Fritsch und Müller, 2004, und Müller, 2006). Florida und Gates (2001) sowie Lee, Florida und Gates (2002) zeigen für US-amerikanische Metropolitan Areas einen positiven Zusammenhang zwischen ethnischer Vielfalt und Innovation. Die Untersuchung von Lee, Florida und Acs (2004) ergibt einen signifikant positiven Einfluss des Anteils der kreativ Beschäftigten auf das Niveau an Unternehmensgründungen.⁴

Floridas Ansatz ist in mehrerer Hinsicht kritisiert worden. Eine Richtung dieser Kritik bemängelt die Vermischung von Kreativität und Humankapital (z.B. Markusen und King, 2003, 4; Glaeser, 2004); wenn von Kreativität die Rede sei, gehe es eigentlich um Qualifikation bzw. Humankapital. Hauptsächlich wendet sich die Kritik gegen die Art und Weise, auf die Florida die Kreativen empirisch über die Berufsgruppen abgrenzt, in denen diese Personen tätig sind. Viele der von Florida als kreativ angesehenen Berufe erfordern ein relativ hohes Maß an Qualifikation. Im Kern messe Florida – so seine Kritiker – Qualifikation bzw.

³ Ein wesentlicher Grund dafür, dass ein Erfinder die Umsetzung seiner Idee selbst in die Hand nimmt indem er ein eigenes Unternehmen gründet besteht in der sehr beschränkten Handelbarkeit von Ideen bzw. Erfindungen auf Märkten. Häufig kann der Erfinder das ökonomische Potential seiner Neuerung besonders gut abschätzen; nicht selten stellt die Gründung eines eigenen Unternehmens die einzige Möglichkeit der praktischen Umsetzung der Erfindung dar (Audretsch, 1995, 47-55; Wennekers und Thurik, 1999, 49f.; Klepper und Sleeper, 2005).

⁴ Für Gründungen im Dienstleistungssektor ergibt sich darüber hinaus ein positiver Einfluss der ethnischen Vielfalt (Melting Pot Index).

Humankapital, und dessen Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung. Tatsächlich ist der Anteil der Kreativen Klasse an der Bevölkerung in einer Region mit Indikatoren für die Qualifikation wie etwa dem Anteil der Beschäftigten mit Hochschulabschluss hoch korreliert. Allerdings ist hier ein wesentlicher Unterschied zu betonen. Es kommt eher darauf an, was Menschen tun, als auf das, was sie wissen. Wichtig ist die berufliche Tätigkeit und nicht die Qualifikation eines Menschen an sich. Weiterhin ist zu berücksichtigen welchen Einfluss Menschen in ihren Positionen auf die wirtschaftliche Entwicklung haben. Der „Taxi fahrende Germanist“ verfügt zwar über eine hohe Ausbildung, aber ist er im besonderen Maße kreativ tätig? Und selbst wenn er es wäre, hätte seine Tätigkeit keinen herausragenden Einfluss auf die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung in Form der Generierung und Umsetzung neuer Ideen.

Einen weiteren Kritikpunkt bildet der unterstellte Einfluss künstlerisch tätiger Menschen, von Florida als ‚Bohemians‘ bezeichnet, auf die wirtschaftliche Entwicklung (Malizia und Feser in Lang und Danielsen, 2005, 213; Markusen, 2006, 6). Bohemians stehen nach Florida (2004) für Offenheit und Toleranz in einer Region, was wiederum einen Attraktionsfaktor für andere Kreative darstellt. Die Kritiker stellen einerseits den von Florida behaupteten kausalen Zusammenhang zwischen einem hohen Bevölkerungsanteil an Bohemians und der wirtschaftlichen Entwicklung in Frage. Sie argumentieren, dass Bohemians kein Attraktionsfaktor für Kreative sind. Andererseits wird kritisiert, dass der von Florida konstruierte Bohemian-Index nur die in fester Anstellung befindlichen Künstler, nicht aber die freiberuflich tätigen Künstler enthält. Im empirischen Teil dieses Aufsatzes (Abschnitt 4) werden wir Ergebnisse auch für diesen Personenkreis präsentieren.

3. Wer sind die Kreativen?

Allgemein setzt sich Floridas „Kreative Klasse“ (2004, 8) aus Menschen zusammen, deren Arbeit zu einem wesentlichen Teil darin besteht, Probleme zu identifizieren und dafür neue Lösungen zu entwickeln beziehungsweise vorhandenes Wissen auf neue Weise zu kombinieren. Ihre Tätigkeit unterscheidet sich daher von Menschen, die hauptsächlich dafür bezahlt werden, vorbestimmte Tätigkeiten routiniert auszuführen oder deren physische Präsenz am Arbeitsplatz gefordert ist.

Den Kern der Kreativen Klasse bilden Menschen, die erfinden, patentieren – mit anderen Worten – innovativ tätig sind. Dazu zählen insbesondere Ingenieure und Naturwissenschaftler, Ärzte, Lehrer sowie Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaftler. Diese „Hochkreativen“ („creative core“) treiben die ökonomische und technische Entwicklung

voran. Eine weitere Untergruppe der Kreativen Klasse sind Beschäftigte in zumeist wissensintensiven Berufen – die so genannten „Kreativen Professionals“ („creative professionals“). Sie sind unter anderem als Anwälte, Manager, Techniker oder medizinische Angestellte tätig. Dabei unterstützen sie die wirtschaftliche Entwicklung indem sie ihr Wissen in immer neuen Zusammenhängen anwenden, vor allem in Interaktion mit anderen Menschen beziehungsweise Kunden. „Bohemiens“ stellen den künstlerisch aktiven Teil der Kreativen Klasse dar. Musiker, Publizisten, Artisten oder Designer lösen zwar keine wirtschaftlichen Probleme oder melden Patente an. Ihr Vorhandensein stellt jedoch einen wichtigen Indikator für die Offenheit und Vielfalt einer Region und damit für die Anziehungskraft auf die Hochkreativen und die Kreativen Professionals dar (Florida, 2004, 8; Andersen und Lorenzen, 2005, 11.). Diese drei Gruppen, Hochkreative, Kreative Professionals und Bohemiens bilden nach Florida (2004) die Kreative Klasse.

Tabelle 1: Die Abgrenzung der kreativen Berufsgruppen

<i>Personengruppe</i>	<i>Berufsgruppen (ISCO-Code)</i>
Hochkreative	Physiker, Chemiker und verwandte Wissenschaftler (211); Mathematiker, Statistiker und verwandte Wissenschaftler (212); Informatiker (213); Architekten, Ingenieure und verwandte Wissenschaftler (214); Biowissenschaftler (221); Mediziner (ohne Krankenpflege) (222); Universitäts- und Hochschullehrer (231); Lehrer des Sekundarbereichs (232); wissenschaftliche Lehrer des Primär- und Vorschulbereiches (233); Wissenschaftliche Sonderschullehrer (234); Sonstige wissenschaftliche Lehrkräfte (235); Archiv-, Bibliotheks- und verwandte Informationswissenschaftler (243); Sozialwissenschaftler und verwandte Berufe (244); Wissenschaftliche Verwaltungsfachkräfte des öffentlichen Dienstes (247)
Kreative Professionals	Angehörige gesetzgebender Körperschaften, leitende Verwaltungsbedienstete und Geschäftsleiter (1); Wissenschaftliche Krankenpflege- und Geburtshilfefachkräfte (223); Unternehmensberatungs- und Organisationsfachkräfte (241); Juristen (242); Technische Fachkräfte (31); Biowissenschaftliche- und Gesundheitsfachkräfte (32); Finanz- und Verkaufsfachkräfte (341); Vermittler gewerblicher Dienstleistungen und Handelsmakler (342); Verwaltungsfachkräfte (343); Polizeikommissare und Detektive (345); Sozialpflegerische Berufe (346)
Bohemiens	Schriftsteller, bildende oder darstellende Künstler (245); Photographen und Bediener von Bild- und Tonaufzeichnungsanlagen (3131); Künstlerische Unterhaltungs- und Sportberufe (347); Mannequins/Dressmen und sonstige Modelle (521)

Für die nachfolgende Analyse werden die verschiedenen Kategorien von kreativen Personen nach ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten Berufsgruppen erfasst. Datengrundlage hierfür ist die Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Bundesagentur für Arbeit (siehe hierzu Brixy und Fritsch, 2002). Hieraus liegen uns Angaben zum Beruf der Beschäftigten in der Klassifikation der Berufe des Statistischen Bundesamtes (1992) vor. Diese Klassifikation wurde von uns zum Zweck der internationalen Vergleichbarkeit in die ISCO-Klassifikation (International Standard Classification of Occupations) von 1988 überführt (zur ISCO-Klassifikation Elias, 1997). Tabelle 1 zeigt die an der Arbeit von Florida (2004) orientierte Abgrenzung der verschiedenen Kategorien von kreativen Berufen entsprechend der ISCO-Systematik.⁵

Ein Defizit der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten besteht darin, dass sie nur ca. drei Viertel aller Erwerbstätigen erfasst, da Unternehmer, Freiberufler und Beamte in diese Statistik nicht eingehen. Dies ist besonders gravierend für die Erfassung der Bohemiens, da diese Berufsgruppe typischerweise durch einen besonders hohen Anteil an freiberuflich Tätigen gekennzeichnet ist. So schätzt Haak (2005, 577), dass nur etwa die Hälfte aller erwerbstätigen Künstler eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung ausüben. Für die Erfassung der freiberuflich tätigen Künstler nutzen wir Angaben aus der Künstlersozialkasse.⁶ Diese Informationen zum Wohnort der freiberuflich tätigen Künstler liegen uns für vier Untergruppen – Musiker, bildende Künstler, darstellende Künstler und Publizisten – vor. Die Künstlersozialkasse wurde angesichts der prekären wirtschaftlichen Lage vieler freiberuflicher Künstler im Jahr 1983 geschaffen (BGB I. 1981, 705). In der Künstlersozialkasse sind – von Ausnahmeregelungen abgesehen – die freiberuflichen Künstler versichert.⁷ Unsere Analyse zeigt, dass für die sozialversicherungspflichtig beschäf-

⁵ Diese Einteilung orientiert sich an den Verabredungen des Projektes „Technology, Talent and Tolerance in European Cities: A Comparative Analysis“, im Rahmen dessen ein internationaler Vergleich der Bedeutung von kreativen Personen für die Regionalentwicklung durchgeführt wird. Projektpartner sind Björn Asheim (Lund), Ron Boschma (Utrecht), Phil Cooke (Cardiff), Meric Gertler (Toronto), Arne Isaksen (Oslo), Mark Lorenzen (Kopenhagen), Markku Sotarauta (Tampere) sowie Tina Haisch und Christof Kloepper (Basel).

⁶ Wir sind Herrn Harro Bruns von der Künstlersozialkasse zu Dank verpflichtet, der uns diese Daten freundlicherweise zur Verfügung gestellt hat.

⁷ Freiberufliche Künstler und Publizisten können sich auf Antrag über die Künstlersozialkasse in der gesetzlichen Kranken-, Renten- und Pflegeversicherung pflichtversichern. Nicht versichert sind Künstler, die nur vorübergehend eine künstlerische Tätigkeit bzw. nebenbei eine andere sozialversicherungspflichtige Tätigkeit ausüben und Künstler, die mehr als einen Arbeitnehmer beschäftigen. Von der Versicherungspflicht befreit sind gering verdienende Künstler mit einem Jahreseinkommen von weniger als 3.900 Euro pro Jahr. Bei Überschreiten gewisser Einkommensgrenzen besteht schließlich die Möglichkeit der privaten Absicherung als Alternative zur gesetzlichen Versicherung (Gesetz über die Sozialversicherung der selbstständigen Künstler und Publizisten, 2005).

tigten Bohemiens und die freiberuflichen Künstler z.T. unterschiedliche Standortmuster feststellbar sind. Aus diesem Grunde werden die Ergebnisse für diese beiden Teilgruppen der Bohemiens, nämlich für die freiberuflichen Künstlern und die (sozialversicherungspflichtig) angestellten Bohemiens, getrennt dargestellt.

Räumlich differenzierte Angaben zu unternehmerisch tätigen Personen und zu Beamten, die auf die Kreativität der jeweiligen Tätigkeit schließen lassen, sind unseres Wissens nicht verfügbar. Aus diesem Grunde bleiben diese Personengruppen in den folgenden Analysen unberücksichtigt.

4. Wo leben und arbeiten die Kreativen?

4.1 Überblick

Im Jahr 2004 lag der Anteil der in kreativen Berufen Beschäftigten an der Bevölkerung in Deutschland bei 12,1 % (Tabelle 2). Von den drei Untergruppen der Kreativen Klasse stellen die Kreativen Professionals mit einem Bevölkerungsanteil von 8,3 % die größte Gruppe dar; die in hochkreativen Berufen Beschäftigten machen einen Anteil von 3,2 % aus. Demgegenüber ist der Anteil der angestellten Bohemiens an der Bevölkerung mit 0,43 % deutlich kleiner. Noch geringer ist die Zahl der erfassten freiberuflich tätigen Künstler. Ihr Anteil an der Bevölkerung beträgt lediglich 0,25 %. Die größte Gruppe stellt hier der Bereich der Bildenden Kunst (0,09 %) dar, gefolgt von den Sparten Wort (0,07 %), Musik (0,06 %) und Darstellende Kunst (0,03%).

Im Zeitraum 1987-2004 hat sich der Anteil der kreativen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (ohne freiberufliche Künstler) an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 29,9 % auf 36,8 % erhöht. Die größte Steigerung ist hierbei für die Gruppe der hochkreativen Beschäftigten (Zunahme von 5,7 % auf 9,9 %) zu verzeichnen.⁸ Für die freiberuflichen Künstler ist ein solcher zeitlicher Vergleich nicht sinnvoll, da sich hier offensichtlich der Erfassungsgrad im Zeitablauf verändert hat.⁹

⁸ Bezugnehmend auf die gesamte Bevölkerung stieg der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in kreativen Berufen zwischen 1987 und 2004 von 10,6 % auf 11,9 % an. Am stärksten war der Zuwachs – von 2,0 % auf 3,2 % – für die Gruppe der Hochkreativen.

⁹ Die Institution Künstlersozialkasse erhöht möglicherweise den Zustrom von Künstlern in die Selbstständigkeit (Haak 2005, 593). Grund hierfür sind unserer Ansicht die zunehmenden finanziellen Engpässe in der Kulturwirtschaft. Es besteht ein beträchtlicher Anreiz für die Verwerter Kosten – hauptsächlich Sozialversicherungsabgaben – durch die Umwandlung von sozialversicherungspflichtige in freiberufliche Beschäftigungsverhältnisse einzusparen. So summieren sich die Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber auf circa 20 % des Bruttolohns, die Verwerterabgabe beträgt hingegen nur 5,5 % der ausgezahlten Honorare.

Deutlich mehr als die Hälfte aller Kreativen in den verschiedenen Kategorien lebt bzw. arbeitet in den Agglomerationsräumen¹⁰, während auf den ländlichen Raum ein Anteil von in der Regel unter zehn Prozent entfällt (Tabelle 2). Besonders ausgeprägt ist die Konzentration auf die Agglomerationsräume und deren Kernstädte dabei vor allem bei den angestellten Bohemiens und den freiberuflichen Künstlern. Da auch der überwiegende Teil der Bevölkerung in den Agglomerationsräumen lebt, ist eine Betrachtung der Anteile in den verschiedenen Raumkategorien allerdings von nur begrenzter Aussagekraft. Um beurteilen zu können, inwiefern sich die Kreativen auf die Agglomerationsräume bzw. Städte konzentrieren, beziehen wir deren Anzahl auf den jeweiligen Bevölkerungsanteil. Hierzu bilden wir einen Standortkoeffizienten entsprechend

$$\text{Standortkoeffizient} = \frac{\frac{\text{Anzahl Kreative}_{Region}}{\text{Anzahl Bevölkerung}_{Region}}}{\frac{\text{Anzahl Kreative}_{Deutschland}}{\text{Anzahl Bevölkerung}_{Deutschland}}}$$

Dieser Koeffizient gibt an, inwiefern der Anteil an Kreativen in einer Region höher ausfällt als im Gesamttraum. Je weiter der Wert dieses Standortkoeffizienten über 1 liegt, umso stärker ist die betreffende Kategorie an kreativen Personen im Vergleich zu Deutschland insgesamt vertreten. Ein Wert unter 1 zeigt einen unterdurchschnittlichen Anteil an.

Wie aus Tabelle 2 hervorgeht, sind für die verschiedenen Kategorien von Kreativen in den Agglomerationsräumen durchweg Werte des Standortkoeffizienten von über 1 zu verzeichnen, die anzeigen, dass hier die Anteile überdurchschnittlich hoch sind. Für den ländlichen Raum liegen diese Werte durchweg unter 1. Während für die mittlere Kategorie, die verdichteten Räume, insgesamt nur ein unterdurchschnittlicher Anteil an Kreativen festgestellt werden kann, fällt er für die Kernstädte dieser Raumordnungsregionskategorie überdurchschnittlich an. Lediglich für die freischaffenden Künstler des Bereiches Wort liegt der Wert des Standortkoeffizienten hier knapp unter 1. Auch innerhalb der Agglomerationen sind überdurchschnittliche Anteile allein auf die Kernstädte beschränkt, wobei hier der höchste Wert für die freiberuflichen Künstler zu verzeichnen ist. In den Kernstädten der verdichteten Räume ist dies anders: hier weisen die freiberuflichen Künstler von allen Teilgruppen der Kreativen den geringsten Wert des Standortkoeffizienten auf.

¹⁰ Zur Abgrenzung der Raumkategorien siehe Böltken et al. (1996).

Tabelle 2: Absolute Anzahl sowie Anteile und Standortkoeffizienten der Kreativen differenziert nach Kreistypen im Jahr 2004 ^a

	Deutschland		Agglomerationsräume			
	Gesamt	Gesamt	Kernstädte	Hochverdichtete Kreise	Verdichtete Kreise	Ländliche Kreise
Kreative Klasse (insgesamt)	9.966.172 12,1 / 100,0 / 1,00	5.938.610 13,8 / 59,6 / 1,14	3.552.031 18,9 / 35,6 / 1,56	1.524.148 10,7 / 15,3 / 0,88	565.923 8,9 / 5,7 / 0,74	296.508 8,3 / 3,0 / 0,69
• Hochkreative	2.619.123 3,2 / 100,0 / 1,00	1.618.435 3,8 / 61,8 / 1,18	984.707 5,2 / 37,6 / 1,64	414.968 2,9 / 15,8 / 0,91	143.960 2,3 / 5,5 / 0,71	74.800 2,1 / 2,9 / 0,66
• Kreative Professionals	6.787.185 8,3 / 100,0 / 1,00	3.924.105 9,1 / 57,8 / 1,11	2.274.465 12,1 / 33,5 / 1,46	1.040.126 7,3 / 15,3 / 0,88	399.450 6,3 / 5,9 / 0,76	210.064 5,9 / 3,1 / 0,71
• Angestellte Bohemiens	353.781 0,43 / 100,0 / 1,00	246.618 0,57 / 69,7 / 1,33	183.680 0,98 / 51,9 / 2,27	44.711 0,31 / 12,6 / 0,73	11.930 0,19 / 3,4 / 0,44	6.297 0,18 / 1,8 / 0,41
• Freiberufliche Künstler	206.083 0,25 / 100,0 / 1,00	149.452 0,35 / 72,5 / 1,39	109.179 0,58 / 53,0 / 2,31	24.343 0,17 / 11,8 / 0,68	10.583 0,17 / 5,1 / 0,67	5.347 0,15 / 2,6 / 0,60
Davon	55.618	43.522	33.096	6.485	2.527	1.414
- Bereich Wort	0,07 / 100,0 / 1,00	0,10 / 78,3 / 1,50	0,18 / 59,5 / 2,60	0,05 / 11,7 / 0,67	0,04 / 4,5 / 0,59	0,04 / 2,5 / 0,59
- Bereich darstellende Kunst	23.834 0,03 / 100,0 / 1,00	18.159 0,04 / 76,2 / 1,46	14.173 0,08 / 59,5 / 2,60	2.363 0,02 / 9,9 / 0,57	1.028 0,02 / 4,3 / 0,56	595 0,02 / 2,5 / 0,58
- Bereich Musik	52.628 0,06 / 100,0 / 1,00	34.536 0,08 / 65,6 / 1,25	22.531 0,12 / 42,8 / 1,87	7.157 0,05 / 13,6 / 0,78	3.286 0,05 / 6,2 / 0,81	1.562 0,04 / 3,0 / 0,68
- Bereich Bildende Kunst	74.003 0,09 / 100,0 / 1,00	53.235 0,12 / 71,9 / 1,38	39.379 0,21 / 53,2 / 2,32	8.338 0,06 / 11,3 / 0,65	3.742 0,06 / 5,1 / 0,66	1.776 0,05 / 2,4 / 0,55
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	26.520.974 32,3 / 100,0 / 1,00	14.619.914 34,0 / 55,1 / 1,05	7.909.811 42,0 / 29,8 / 1,30	4.183.047 29,3 / 15,8 / 0,91	1.655.277 26,1 / 6,2 / 0,81	871.779 24,5 / 3,3 / 0,76
Bevölkerung	82.220.300 100 / 100 / 1	43.009.600 100 / 52,3 / 1	18.821.300 100 / 22,9 / 1	14.277.800 100 / 17,4 / 1	6.347.000 100 / 7,7 / 1	3.563.500 100 / 4,3 / 1

^a Erste Zeile: Absoluter Wert; Zweite Zeile: Anteil der Berufsgruppe an der Bevölkerung in Prozent (links), Anteil der Berufsgruppe in einer Region an der gesamten Berufsgruppe in Prozent (mitte), Standortkoeffizient (rechts).

Fortsetzung Tabelle 2: Absolute Anzahl sowie Anteile und Standortkoeffizienten der Kreativen differenziert nach Kreistypen im Jahr 2004

	Verstädterte Räume				Ländliche Räume		
	Gesamt	Kernstädte	Verdichtete Kreise	Ländliche Kreise	Gesamt	Kreise mit höherer Dichte	Kreise mit geringerer Dichte
Kreative Klasse (insgesamt)	3.019.583 10,6 / 30,3 / 0,87	881.667 19,1 / 8,8 / 1,57	1.461.193 9,3 / 14,7 / 0,77	676.723 8,2 / 6,8 / 0,68	1.007.979 9,4 / 10,1 / 0,78	647.041 10,0 / 6,5 / 0,82	360.938 8,6 / 3,6 / 0,71
• Hochkreative	766.077 2,7 / 29,2 / 0,84	247.282 5,4 / 9,4 / 1,68	364.061 2,3 / 13,9 / 0,73	154.734 1,9 / 5,9 / 0,59	234.611 2,2 / 9,0 / 0,69	149.454 2,3 / 5,7 / 0,72	85.157 2,0 / 3,3 / 0,64
• Kreative Professionals	2.125.297 7,4 / 31,3 / 0,90	582.584 12,6 / 8,6 / 1,53	1.040.841 6,7 / 15,3 / 0,81	501.872 6,1 / 7,4 / 0,74	737.783 6,9 / 10,9 / 0,84	473.271 7,3 / 7,0 / 0,88	264.512 6,3 / 3,9 / 0,77
• Angestellte Bohemiens	85.000 0,30 / 24,0 / 0,69	38.368 0,83 / 10,8 / 1,93	34.697 0,22 / 9,8 / 0,52	11.935 0,14 / 3,4 / 0,34	22.163 0,21 / 6,3 / 0,48	15.296 0,24 / 4,3 / 0,55	6.867 0,16 / 1,9 / 0,38
• Freiberufliche Künstler	43.209 0,15 / 21,0 / 0,60	13.433 0,29 / 6,5 / 1,16	21.594 0,14 / 10,5 / 0,55	8.182 0,10 / 4,0 / 0,39	13.422 0,13 / 6,5 / 0,50	9.020 0,14 / 4,4 / 0,55	4.402 0,11 / 2,1 / 0,42
Davon	9.335	3.092	4.636	1.607	2.761	1.925	836
- Bereich Wort	0,03 / 16,8 / 0,48	0,07 / 5,6 / 0,99	0,03 / 8,3 / 0,44	0,02 / 2,9 / 0,29	0,03 / 5,0 / 0,38	0,03 / 3,5 / 0,44	0,02 / 1,5 / 0,30
- Bereich darstellende Kunst	4.414 0,02 / 18,5 / 0,53	1.475 0,03 / 6,2 / 1,10	2.147 0,01 / 9,0 / 0,47	792 0,01 / 3,3 / 0,33	1.261 0,01 / 5,3 / 0,41	799 0,01 / 3,4 / 0,42	462 0,01 / 1,9 / 0,38
- Bereich Musik	13.900 0,05 / 26,4 / 0,76	3.965 0,09 / 7,5 / 1,34	7.122 0,05 / 13,5 / 0,71	2.813 0,03 / 5,3 / 0,53	4.192 0,04 / 8,0 / 0,61	2.882 0,04 / 5,5 / 0,69	1.310 0,03 / 2,5 / 0,49
- Bereich Bildende Kunst	15.560 0,05 / 21,0 / 0,61	4.901 0,11 / 6,6 / 1,18	7.689 0,05 / 10,4 / 0,55	2.970 0,04 / 4,0 / 0,40	5.208 0,05 / 7,0 / 0,54	3.414 0,05 / 4,6 / 0,58	1.794 0,04 / 2,4 / 0,48
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	8.804.138 30,9 / 33,2 / 0,96	2.202.055 47,7 / 8,3 / 1,48	4.404.822 28,1 / 16,6 / 0,87	2.197.261 26,6 / 8,3 / 0,82	3.096.922 29,0 / 11,7 / 0,90	1.953.642 30,1 / 7,4 / 0,93	1.143.280 27,3 / 4,3 / 0,85
Bevölkerung	28.531.900 100 / 34,7 / 1	4.619.100 100 / 5,6 / 1	15.648.300 100 / 19 / 1	8.264.500 100 / 10,1 / 1	10.678.800 100 / 13 / 1	6.492.100 100 / 7,9 / 1	4.186.700 100 / 5,1 / 1

^a Erste Zeile: Absoluter Wert; Zweite Zeile: Anteil der Berufsgruppe an der Bevölkerung in Prozent (links), Anteil der Berufsgruppe in einer Region an der gesamten Berufsgruppe in Prozent (mitte), Standortkoeffizient (rechts).

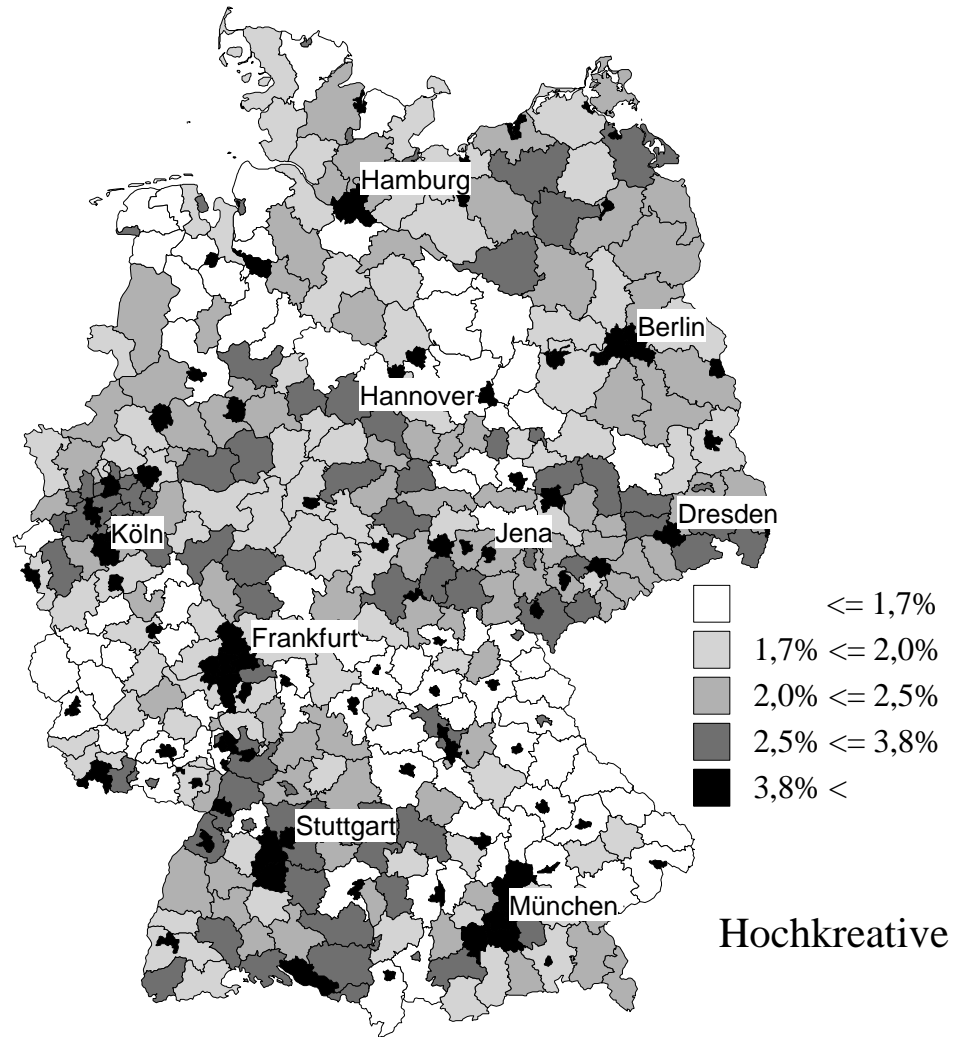
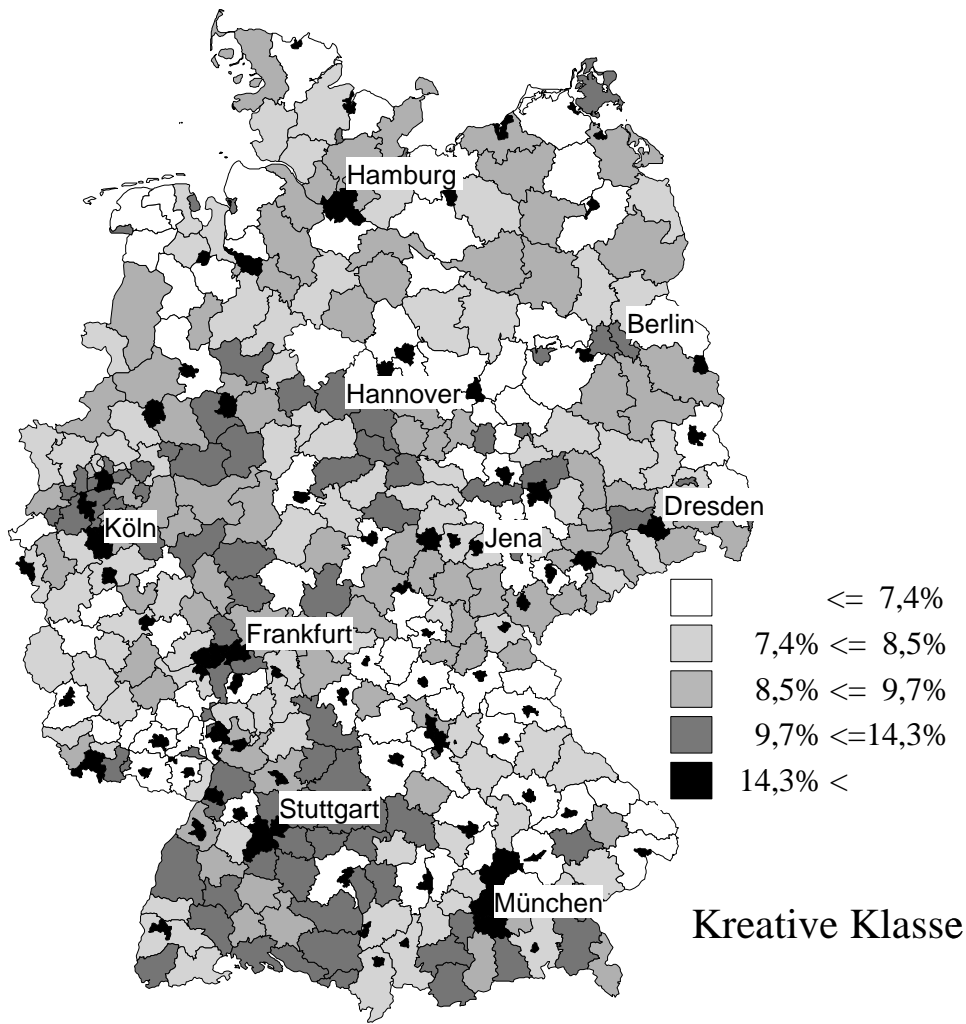


Abbildung 1: Die Verteilung der Hochkreativen und der Kreativen Klasse insgesamt im Jahr 2004 auf Ebene der deutschen Kreise (Angabe in Prozent der Bevölkerung)

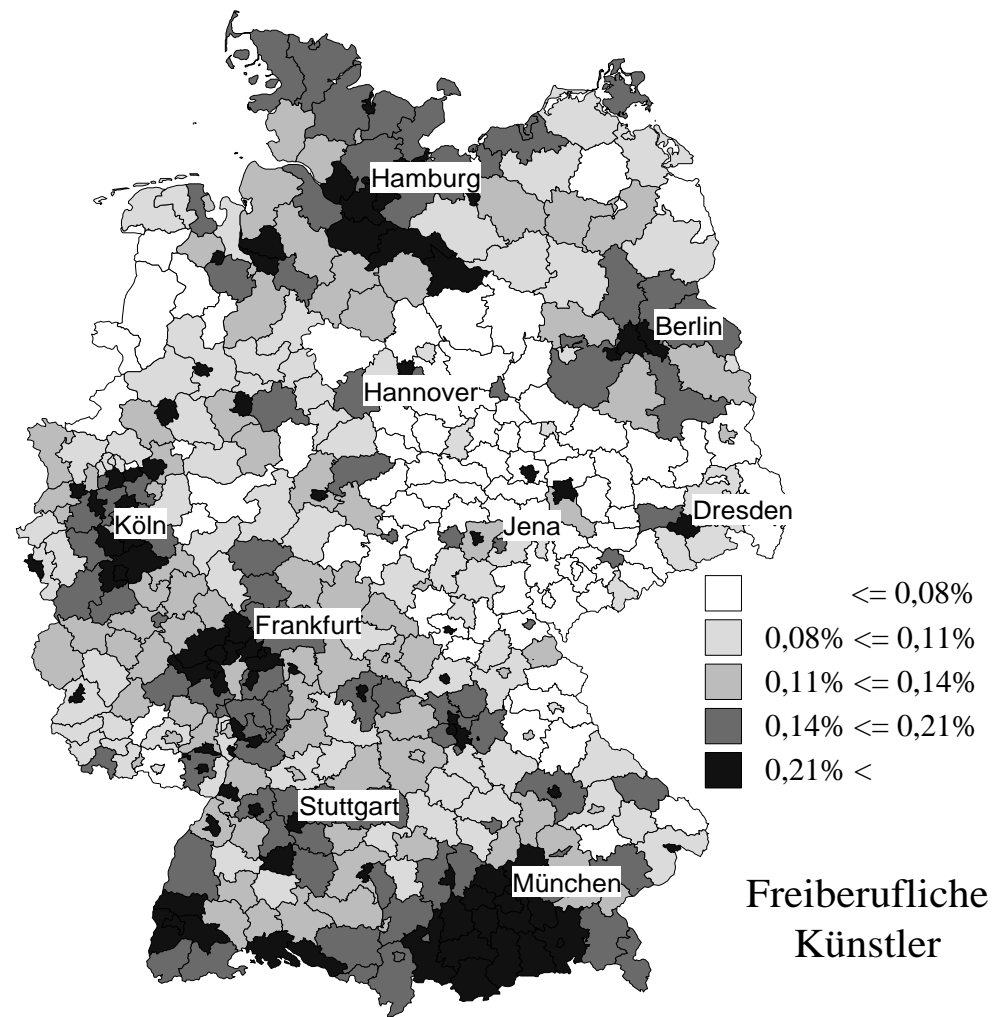
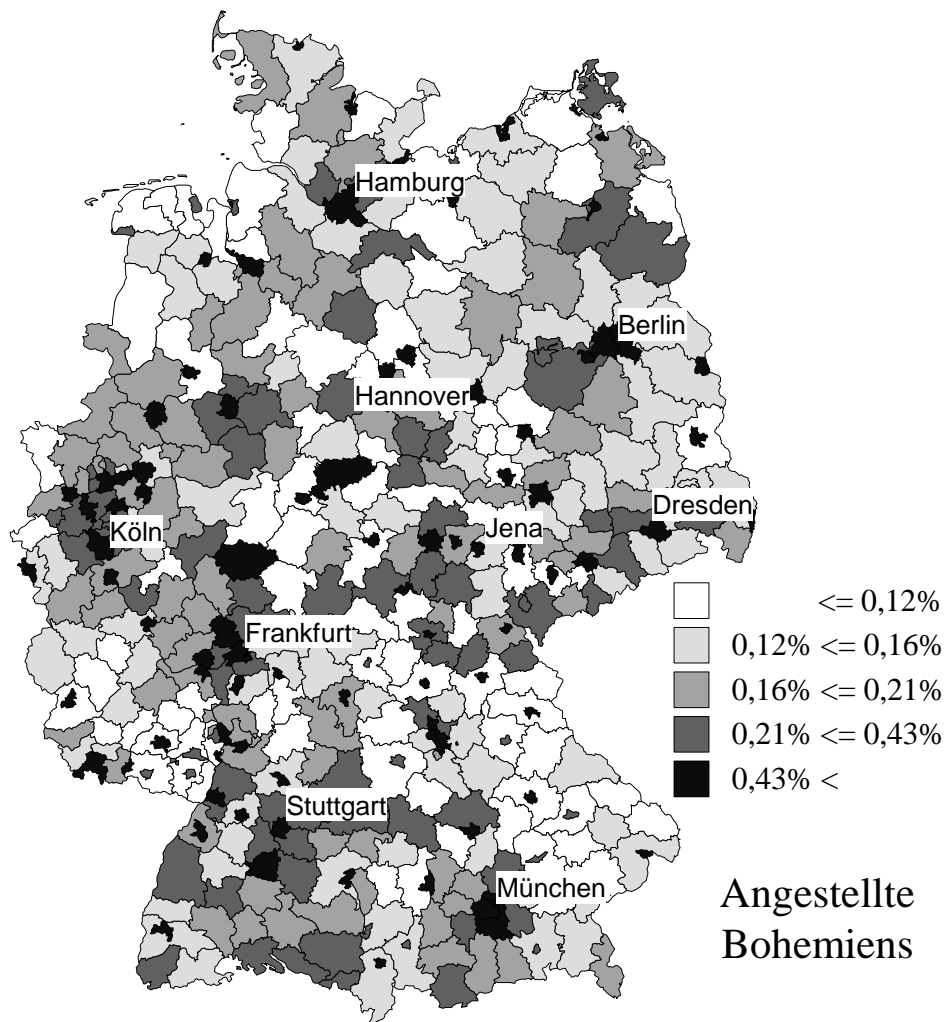


Abbildung 2: Die Verteilung der freiberuflichen Künstler und angestellten Bohemiens im Jahr 2004 auf Ebene der deutschen Kreise (Angabe in Prozent der Bevölkerung)

Der Anteil der Kreativen Klasse insgesamt an der Bevölkerung beträgt im Maximum 41,1 Prozent (kreisfreie Stadt (KS) Erlangen) und im Minimum 4,2 Prozent (Pirmasens). Die Spitzengruppe (Tabelle 3) mit den höchsten Anteilen besteht ausschließlich aus kreisfreien Städten, darunter vier ausgesprochene Großstädte (Düsseldorf, Frankfurt am Main, München und Stuttgart). Bemerkenswert ist, dass sich auch relativ kleine Städte wie Coburg, Ulm, Regensburg und Schweinfurt in dieser Spitzengruppe finden. Auch die Anteile der Hochkreativen an der Bevölkerung fallen in den kreisfreien Städten relativ hoch aus (Abbildung 1), allerdings ist die Gruppe der Kreise mit den höchsten Werten deutlich anders zusammengesetzt und umfasst mit München und Stuttgart nur noch zwei große Städte (Tabelle 4). Eine Reihe der hier enthaltenen mittelgroßen Städte sind ausgesprochen industriell geprägt und weisen Hauptsitze großer Unternehmen auf, bzw. sind Standorte von Universitäten. Im Allgemeinen ergeben sich in der regionalen Verteilung der Hochkreativen gegenüber der gesamten Kreativen Klasse aber kaum wesentliche Unterschiede.

Tabelle 3: Die Kreise mit den höchsten und niedrigsten Anteilen der Kreativen Klasse an der Bevölkerung im Jahr 2004

Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient	Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient
9562	KS Erlangen	41,1 / 3,39	9371	Amberg-Sulzbach	5,4 / 0,45
6412	KS Frankfurt am Main	34,8 / 2,87	9472	Bayreuth	5,4 / 0,45
9463	KS Coburg	30,5 / 2,52	9573	Fürth	5,2 / 0,43
8111	KS Stuttgart	30,2 / 2,49	7336	Kusel	5,2 / 0,42
6411	KS Darmstadt	29,5 / 2,43	7235	Trier-Saarburg	4,9 / 0,41
9162	KS München	29,2 / 2,41	9678	Schweinfurt	4,8 / 0,39
8421	KS Ulm	28,7 / 2,37	9471	Bamberg	4,7 / 0,38
9362	KS Regensburg	28,5 / 2,35	7338	Ludwigshafen	4,6 / 0,38
9662	KS Schweinfurt	28,1 / 2,31	9278	Straubing-Bogen	4,5 / 0,37
5111	KS Düsseldorf	28,0 / 2,31	7340	Pirmasens / Südwestpfalz	4,2 / 0,35

Tabelle 4: Die Kreise mit den höchsten und niedrigsten Anteilen von Hochkreativen an der Bevölkerung im Jahr 2004

Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient	Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient
9562	KS Erlangen	16,7 / 5,24	9473	Coburg	1,0 / 0,32
6411	KS Darmstadt	10,8 / 3,39	7331	Alzey-Worms	1,0 / 0,31
8111	KS Stuttgart	10,2 / 3,21	7336	Kusel	0,9 / 0,30
9184	München	9,5 / 2,99	9573	Fürth	0,9 / 0,28
8221	KS Heidelberg	9,5 / 2,97	15265	Saalkreis	0,9 / 0,27
8421	KS Ulm	9,3 / 2,94	9678	Schweinfurt	0,8 / 0,26
3103	KS Wolfsburg	9,2 / 2,88	9278	Straubing-Bogen	0,8 / 0,25
9162	KS München	8,6 / 2,71	7338	Ludwigshafen	0,8 / 0,25
9362	KS Regensburg	8,5 / 2,68	7340	Pirmasens / Südwestpfalz	0,7 / 0,22
16053	KS Jena	8,3 / 2,60	9471	Bamberg	0,7 / 0,22

Auch die Bevölkerungsanteile der angestellten Bohemiens sind in den kreisfreien Städten relativ hoch. Wiederum umfasst die Gruppe mit den höchsten Anteilen eine Reihe kleinerer Städte wie Baden-Baden, Mainz, Potsdam, Ulm und Schwerin. Bemerkenswert ist, dass die zehn Kreise mit den niedrigsten Anteilen an angestellten Bohemiens alle in den alten Bundesländern liegen. In den Kartenbildern werden erhebliche Unterschiede zwischen der räumlichen Verteilung der angestellten Bohemiens und der freiberuflichen Künstler deutlich (Abbildung 2). Eine Ursache für diese Unterschiede dürfte darin bestehen, dass die angestellten Bohemiens dem Ort der Beschäftigung zugeordnet sind, während die freiberuflichen Künstler an ihrem Wohnort erfasst sind. Geht man davon aus, dass ein gewisser Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten außerhalb der Kernstädte wohnt, so dürfte deren Anteil in den Kernstädten im Vergleich zu den freiberuflichen Künstlern zu hoch ausgewiesen sein. Diese Unterschiede in der räumlichen Zuordnung erklären wahrscheinlich zum Teil die vergleichsweise hohen Anteile im Umland großer Zentren.

Tabelle 5: Die Kreise mit den höchsten und niedrigsten Anteilen von angestellten Bohemiens an der Bevölkerung im Jahr 2004

Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient	Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient
8211	KS Baden-Baden	4,76 / 11,05	3154	Helmstedt	0,07 / 0,17
7315	KS Mainz	2,82 / 6,56	7338	Ludwigshafen	0,07 / 0,17
9184	München	2,15 / 4,99	9371	Amberg-Sulzbach	0,07 / 0,15
12054	KS Potsdam	2,10 / 4,88	3462	Wittmund	0,07 / 0,15
9162	KS München	1,78 / 4,15	9471	Bamberg	0,05 / 0,13
6412	KS Frankfurt am Main	1,74 / 4,05	9678	Schweinfurt	0,05 / 0,12
5111	KS Düsseldorf	1,67 / 3,87	7340	Pirmasens / Südwestpfalz	0,05 / 0,11
8421	KS Ulm	1,57 / 3,66	7336	Kusel	0,04 / 0,09
5315	KS Köln	1,54 / 3,58	7333	Donnersbergkreis	0,04 / 0,09
13004	KS Schwerin	1,44 / 3,35	9278	Straubing-Bogen	0,04 / 0,09

Trotz der größeren Bedeutung des Zentren-Umlandes bei der Erfassung nach dem Wohnort sind die höchsten Anteile freiberuflicher Künstler in großen Städten wie München, Köln, Berlin, Hamburg, Düsseldorf sowie Frankfurt am Main und Stuttgart zu verzeichnen (Tabelle 6). Daneben finden sich häufig hohe Anteile an freiberuflichen Künstlern in solchen weniger stark verdichteten Regionen, denen ein hoher Wohn- und Freizeitwert zugesprochen wird, wie beispielsweise den Städten Freiburg und Weimar, dem Alpenvorland südlich von München sowie dem Bodensee (Abbildung 2). Niedrige Anteile finden sich vor allem dort, wo große Städte relativ weit entfernt liegen, wie z.B. in weiten Teilen Thüringens, Sachsen-Anhalts, in Osthessen sowie in Teilen Sachsens und Brandenburg. Auffällig ist, dass die zehn Kreise mit den niedrigsten Anteilen freiberuflich tätiger Künstler alle in den neuen Bundesländern liegen. Allerdings ist die Spanne zwischen dem höchsten (kreisfreie Stadt München: 1,11) und dem niedrigsten Wert (kreisfreie Stadt Hoyerswerda: 0,03) deutlich geringer als bei den angestellten Bohemiens (höchster Wert: 4,76 für die kreisfreie Stadt Baden-Baden; niedrigster Wert: 0,04 in Straubing-Bogen; vgl. Tabelle 5).

Tabelle 6: Die Kreise mit den höchsten und niedrigsten Anteilen von freiberuflichen Künstlern an der Bevölkerung im Jahr 2004

Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient	Kreisnummer	Kreisname	Anteil in % und Standortkoeffizient
9162	KS München	1,11 / 4,43	14374	Delitzsch	0,04 / 0,17
5315	KS Köln	1,00 / 3,98	15268	Weißenfels	0,04 / 0,16
11000	KS Berlin	0,94 / 3,77	9377	Tirschenreuth	0,04 / 0,16
8311	KS Freiburg im Breisgau	0,94 / 3,74	3102	KS Salzgitter	0,04 / 0,16
2000	KS Hamburg	0,86 / 3,45	14193	Zwickauer Land	0,04 / 0,15
9188	Starnberg	0,74 / 2,96	15352	Aschersleben-Staßfurt	0,04 / 0,15
5111	KS Düsseldorf	0,69 / 2,76	14284	Niederschlesischer Oberlausitzkreis	0,04 / 0,14
6412	KS Frankfurt am Main	0,66 / 2,64	15154	Bitterfeld	0,03 / 0,13
16055	KS Weimar	0,62 / 2,47	15159	Köthen	0,03 / 0,12
8111	KS Stuttgart	0,58 / 2,33	14264	KS Hoyerswerda	0,03 / 0,11

In der Diskussion um die anhaltende Schwäche der ostdeutschen Wirtschaft wurde gelegentlich als Erklärung ins Feld geführt, dass es in den neuen Bundesländern nur wenige Kreative gäbe, da dieser Teil der Bevölkerung während der DDR-Zeit und danach in überproportionalem Maße abgewandert sei. Nimmt man den Anteil der Kreativen Klasse insgesamt an der Bevölkerung (siehe Tabelle 7), so fällt dieser im Osten tatsächlich um 1,0 Prozentpunkte niedriger aus als im Westen. Dies beruht insbesondere auf der Gruppe der Kreativen Professionals während der Anteil der hochkreativ Beschäftigten in Ostdeutschland bzw. deren Standortkoeffizient nur leicht unter dem westdeutschen Wert liegt. Die Standortkoeffizienten für die angestellten Bohemiens sowie für die verschiedenen Kategorien freiberuflicher Künstler liegen im Osten sogar durchweg höher. Dieses Ergebnis wird allerdings in starkem Maße durch die hohe Konzentration der Kreativen, insbesondere der sozialversicherungspflichtig angestellten Bohemiens und der freiberuflich Tätigen, in Berlin geprägt. Für Ostdeutschland ohne Berlin fallen die Standortkoeffizienten durchweg unterdurchschnittlich aus und liegen deutlich unter den Werten für die alten Bundesländer.

Tabelle 7: Absolute Anzahl sowie Anteile und Standortkoeffizienten der Kreativen 2004 in West- und Ostdeutschland^a

	West	Ost (inclusive Berlin)	Ost (ohne Berlin)	Berlin
Kreative Klasse (insgesamt)	8.029.361 12,3 / 80,6 / 1,02	1.936.811 11,3 / 19,4 / 0,93	1.453.397 10,6 / 14,6 / 0,87	483.414 14,3 / 4,9 / 1,18
• Hochkreative	2.080.068 3,2 / 79,4 / 1,00	539.055 3,2 / 20,6 / 0,99	409.685 3,0 / 15,7 / 0,94	129.370 3,8 / 4,9 / 1,20
• Kreative Professionals	5.515.775 8,5 / 81,3 / 1,03	1.271.410 7,4 / 18,7 / 0,90	979.168 7,1 / 14,4 / 0,87	292.242 8,6 / 4,3 / 1,04
• Angestellte Bohemiens	276.698 0,42 / 78,2 / 0,99	77.083 0,45 / 21,8 / 1,05	47.287 0,34 / 13,4 / 0,80	29.796 0,88 / 8,4 / 2,04
• Freiberufliche Künstler	156.820 0,24 / 76,1 / 0,96	49.263 0,29 / 23,9 / 1,15	17.257 0,13 / 8,4 / 0,50	32.006 0,94 / 15,5 / 3,77
Davon	41.924	13.694	3.836	9.858
- Bereich Wort	0,06 / 75,4 / 0,95	0,08 / 24,6 / 1,18	0,03 / 6,9 / 0,41	0,29 / 17,7 / 4,30
- Bereich darstellende Kunst	16.694 0,03 / 70,0 / 0,88	7.140 0,04 / 30,0 / 1,44	1.984 0,01 / 8,3 / 0,50	5.156 0,15 / 21,6 / 5,24
- Bereich Musik	40.511 0,06 / 77,0 / 0,97	12.117 0,07 / 23,0 / 1,11	5.712 0,04 / 10,9 / 0,65	6.405 0,19 / 12,2 / 2,95
- Bereich Bildende Kunst	57.691 0,09 / 78,0 / 0,98	16.312 0,10 / 22,0 / 1,06	5.725 0,04 / 7,7 / 0,46	10.587 0,31 / 14,3 / 3,47
Sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte	21.408.773 32,9 / 80,7 / 1,02	5.112.201 29,9 / 19,3 / 0,93	4.070.008 29,7 / 15,3 / 0,92	1.042.193 30,7 / 3,9 / 0,95
Bevölkerung	65.122.400 100 / 79,2 / 1	17.097.900 100 / 20,8 / 1	13.706.400 100 / 16,7 / 1	3.391.500 100 / 4,1 / 1

^a Erste Zeile: Absoluter Wert; Zweite Zeile: Anteil der Berufsgruppe an der Bevölkerung in Prozent (links), Anteil der Berufsgruppe nach Kreistyp in Prozent (mitte), Standortkoeffizient (rechts).

4.2 Was bestimmt die regionalen Anteile Kreativer?

Bei der Analyse der Determinanten der räumlichen Verteilung der kreativen Bevölkerung testen wir drei von Richard Florida (2004) aufgestellte Hypothesen.

- *Erstens*: Die Lebensqualität in einer Region hat für die Standortwahl der Kreativen wesentliche Bedeutung. Als Indikatoren für die Lebensqualität einer Region verwenden wir zum einen die Reichhaltigkeit und Vielfalt des kulturellen Angebots, operationalisiert mit dem Anteil der freiberuflichen Künstler und angestellten Bohemiens an der Bevölkerung (Bohemien-Index). Zum anderen messen wir die regionale Lebensqualität anhand des Niveaus der öffentlichen Versorgung, im Speziellen mit dem Anteil der Beschäftigten im Gesundheits- und Bildungswesen (Abschnitt M und N der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2003) an der Gesamtbevölkerung (Public-Provision-Index).

- *Zweitens*: Kreative schätzen ein regionales Umfeld, dass durch Offenheit und Toleranz geprägt ist. Als Maß für die Offenheit und Toleranz einer Region verwenden wir den Anteil der dort lebenden ausländischen Bevölkerung (Offenheits-Index). Dieses Maß ist analog zu dem von Florida (2004) verwendeten Melting-Pot Index.
- *Drittens*: die Ergiebigkeit des Arbeitsmarktes ist für die Wohn- und Arbeitsplatzwahl der Kreativen relativ unbedeutend. Wir approximieren die Ergiebigkeit des regionalen Arbeitsmarktes mit dem Wachstum der Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten während der vorangegangenen drei bzw. sieben Jahre. Diese unterschiedlichen Bezugszeiträume dienen der Unterscheidung zwischen kurz- und längerfristiger Arbeitsmarktentwicklung.

Um die Bedeutung des Einflusses der verschiedenen unabhängigen Variablen auf den Anteil der Kreativen miteinander vergleichen zu können führen wir die standardisierten Regressionskoeffizienten (Beta-Koeffizienten) auf. Je größer der absolute Wert eines Koeffizienten, desto stärker ist der Einfluss der entsprechenden Variablen auf den Anteil der Kreativen. Räumliche Untersuchungseinheit sind die 438 Kreise der Bundesrepublik Deutschland. Tabelle 8 enthält deskriptive Statistiken zu den verwendeten Variablen.

Tabelle 8: Deskriptive Statistik für die Verteilung der Variablen im Jahr 2004

Variable	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Anteil Kreative Klasse (ohne angestellte Bohemiens und freiberufliche Künstler)	10,56	5,04	4,08	39,98
Anteil Hochkreative	2,83	1,79	0,70	16,68
Anteil angestellte Bohemiens	0,32	0,40	0,04	4,76
Anteil freiberufliche Künstler	0,17	0,14	0,03	1,11
Anteil Künstler & angestellte Bohemiens	0,49	0,50	0,12	5,23
Public-Provision-Index	5,08	2,34	1,13	16,37
Offenheits-Index	6,97	4,79	0,73	26,83
Bevölkerungsdichte (Einwohner pro km ²)	509,73	655,91	40,05	3.895,50
Wachstum Beschäftigung drei Jahre	-4,82	3,82	-17,52	6,78
Wachstum Beschäftigung sieben Jahre	-3,79	9,99	-57,25	30,35

Tabelle 9: Determinanten des Anteils der Kreativen Klasse (ohne Bohemiens) im Jahr 2004^a

	Anteil Kreative Klasse (ohne Bohemiens / Ln)			
	(I)	(II)	(III)	(IV)
Anteil Künstler & angestellte Bohemiens (Ln)	0,362** (9,58)	0,360** (8,41)	0,348** (8,04)	0,331** (7,76)
Public-Provision-Index (Ln)	0,466** (14,60)	0,465** (14,55)	0,466** (14,60)	0,481** (15,39)
Offenheits-Index (Ln)	0,479** (10,05)	0,468** (9,15)	0,456** (9,00)	0,452** (9,10)
Bevölkerungsdichte	–	0,014 (0,37)	0,029 (0,74)	0,034 (0,84)
Ost (Dummy)	0,404** (8,22)	0,360** (7,56)	0,417** (7,66)	0,461** (7,84)
Ost-Offenheit (Interaktion)	-0,173** (5,23)	-0,171** (4,96)	-0,171** (4,87)	-0,179** (5,19)
Wachstum Beschäftigung drei Jahre	–	–	0,056* (2,08)	–
Wachstum Beschäftigung sieben Jahre	–	–	–	0,106** (3,09)
R ²	0,8495	0,8496	0,8517	0,8547

^a Ergebnisse robuster Kleinstquadrate-Regressionen. Angegeben sind die Beta-Koeffizienten. T-Werte in Klammern. ** Statistisch signifikant auf dem 1 % Niveau, * Statistisch signifikant auf dem 5 % Niveau.

Tabelle 10: Determinanten des Anteils der Hochkreativen im Jahr 2004^b

	Anteil Hochkreative (Ln)			
	(I)	(II)	(III)	(IV)
Anteil Künstler & angestellte Bohemiens (Ln)	0,348** (8,59)	0,351** (7,55)	0,344** (7,37)	0,324** (7,09)
Public-Provision-Index (Ln)	0,412** (12,35)	0,412** (12,57)	0,414** (12,55)	0,428** (13,27)
Offenheits-Index (Ln)	0,592** (11,40)	0,598** (10,26)	0,590** (10,18)	0,583** (10,22)
Bevölkerungsdichte	–	-0,009 (0,22)	0,001 (0,03)	0,010 (0,27)
Ost (Dummy)	0,658** (12,25)	0,663** (11,12)	0,677** (10,98)	0,727** (11,12)
Ost-Offenheit (Interaktion)	-0,202** (5,73)	-0,203** (5,61)	-0,203** (5,54)	-0,211** (5,86)
Wachstum Beschäftigung drei Jahre	–	–	0,038 (1,29)	–
Wachstum Beschäftigung sieben Jahre	–	–	–	0,105** (2,77)
R ²	0,8310	0,8311	0,8360	0,8360

^b Ergebnisse robuster Kleinstquadrate-Regressionen. Angegeben sind die Beta-Koeffizienten. T-Werte in Klammern. ** Statistisch signifikant auf dem 1 % Niveau, * Statistisch signifikant auf dem 5 % Niveau.

Wie die Ergebnisse der Regressionsanalysen (Tabelle 9 und 10) zeigen, hat die Lebensqualität einer Region, namentlich der Anteil der angestellten Bohemiens und freiberuflichen

Künstler sowie der Anteil der Beschäftigten im Bildungs- und Gesundheitssektor, einen deutlich positiven Einfluss auf die Standortwahl von Kreativen und Hochkreativen. Kreative bzw. hochkreative Menschen leben und arbeiten aber vor allem in Regionen, die durch ein hohes Maß an Offenheit gekennzeichnet sind. Um die spezielle Situation in Ostdeutschland zu berücksichtigen fügen wir für die ostdeutschen Kreise eine Dummy-Variable (Ostdeutschland einschließlich Berlin =1, Westdeutschland = 0) sowie eine Interaktionsvariable zwischen dem Dummy Ost und dem Offenheits-Index ein. Der signifikant positive Wert für die Ost-Dummyvariable zeigt an, dass bei Berücksichtigung der anderen im Modell enthaltenen Einflüsse die Neuen Bundesländer eher einen höheren als einen geringeren Anteil an Kreativen bzw. Hochkreativen aufweisen als die Regionen in Westdeutschland. Das negative Vorzeichen für den Koeffizienten der Interaktionsvariable der Ost-Dummy mit dem Offenheits-Index bedeutet, dass ein Anstieg des Grades der Offenheit in den ostdeutschen Regionen mit einer geringeren Erhöhung des Anteils der Kreativen verbunden ist als in Westdeutschland.

Da viele regionale Charakteristika (z.B. die Ausstattung mit physischer Infrastruktur, Mieten und Bodenpreise) mit der Bevölkerungsdichte in einem engen statistischen Zusammenhang stehen, kann die Bevölkerungsdichte als ein allgemeiner Indikator für die regionalen Gegebenheiten aufgefasst werden. Bei Einbeziehung der Bevölkerungsdichte in die Regression (Modelle II-IV in Tabelle 9 und 10) ergeben sich keine grundlegenden Änderungen für die Koeffizienten der anderen Variablen. Es ist also weniger die Verdichtung an sich, die mit einem hohen Anteil kreativ tätiger Menschen verbunden ist, sondern vor allem die Offenheit und die Versorgung mit öffentlichen Gütern. Bei Einbeziehung des Beschäftigtenwachstums in den vorangegangenen drei bzw. sieben Jahren (Modelle III und IV in Tabelle 9 und 10) zeigt sich vor allem ein signifikant positiver Einfluss der längerfristigen Entwicklung. Verglichen mit den anderen Variablen ist dieser Einfluss der Beschäftigungsentwicklung aber ziemlich gering.

Tabelle 11: Determinanten des Anteils der angestellten Bohemiens im Jahr 2004^a

	Anteil angestellte Bohemiens (Ln)			
	(I)	(II)	(III)	(IV)
Public-Provision-Index (Ln)	0,496** (14,46)	0,446** (12,06)	0,444** (11,96)	0,455** (12,31)
Offenheits-Index (Ln)	0,778** (13,45)	0,538** (7,29)	0,518** (7,12)	0,497** (6,91)
Bevölkerungsdichte	–	0,239** (4,17)	0,252** (4,42)	0,256** (4,32)
Ost (Dummy)	0,612** (8,22)	0,444** (5,86)	0,466** (5,96)	0,526** (6,45)
Ost-Offenheit (Interaktion)	-0,102 (1,88)	-0,075 (1,45)	-0,075 (1,45)	-0,087 (1,69)
Wachstum Beschäftigung drei Jahre	–	–	0,062 (1,75)	–
Wachstum Beschäftigung sieben Jahre	–	–	–	0,146** (3,24)
R ²	0,6625	0,6889	0,6917	0,6992

^a Ergebnisse robuster Kleinstquadrate-Regressionen. Angegeben sind die Beta-Koeffizienten. T-Werte in Klammern. ** Statistisch signifikant auf dem 1 % Niveau, * Statistisch signifikant auf dem 5 % Niveau.

Tabelle 12: Determinanten des Anteils der freiberuflichen Künstler im Jahr 2004^b

	Anteil freiberufliche Künstler (Ln)			
	(I)	(II)	(III)	(IV)
Public-Provision-Index (Ln)	0,132** (3,13)	0,086 (1,92)	0,081 (1,84)	0,010* (2,21)
Offenheits-Index (Ln)	0,619** (8,15)	0,394** (4,51)	0,357** (4,07)	0,338*** (3,82)
Bevölkerungsdichte	–	0,223** (2,95)	0,249** (3,27)	0,247** (3,19)
Ost (Dummy)	-0,013 (0,14)	-0,170 (1,80)	-0,129 (1,37)	-0,057 (0,58)
Ost-Offenheit (Interaktion)	0,113 (1,37)	0,137* (2,07)	0,138* (2,15)	0,121 (1,87)
Wachstum Beschäftigung drei Jahre	–	–	0,122** (2,73)	–
Wachstum Beschäftigung sieben Jahre	–	–	–	0,203** (2,72)
R ²	0,4104	0,4334	0,4435	0,4531

^b Ergebnisse robuster Kleinstquadrate-Regressionen. Angegeben sind die Beta-Koeffizienten. T-Werte in Klammern. ** Statistisch signifikant auf dem 1 % Niveau, * Statistisch signifikant auf dem 5 % Niveau.

Auch bei der Analyse des Anteils der angestellten Bohemiens (Tabelle 11) ergibt sich für die Dummy-Variable Ost ein signifikant positiver Koeffizientenwert. Eine Erklärung für diese vergleichsweise hohe Konzentration der angestellten Bohemiens im Osten der Republik könnte die dort zu beobachtende hohe Dichte kultureller Einrichtungen, wie Theater und

Opern, sein. Ein überragender Einfluss ergibt sich hier für den Offenheits-Index. Dieser Einfluss schwächt sich allerdings deutlich ab, wenn man für die regionale Bevölkerungsdichte kontrolliert (Modell II bis IV). Das Beschäftigungswachstum (Modell III und IV) weist wiederum nur in der langen Frist einen positiv signifikanten Effekt auf die Standortwahl der sozialversicherungspflichtig angestellten Bohemiens auf.

Freiberufliche Künstler sind im geringeren Maße als angestellte Bohemiens in ihrer Arbeit an Kultureinrichtungen gebunden. Daher überrascht es auch nicht, dass die Dummy-Variable Ost keinen signifikanten Einfluss auf die regionale Verteilung der freiberuflichen Künstler hat (Tabelle 12). Wesentlich bedeutender sind dagegen die Indikatoren der Lebensqualität, deren Einfluss sich allerdings bei Einbeziehung der Bevölkerungsdichte (Modell II bis IV) wieder deutlich abschwächt. Sowohl der Anteil der freiberuflichen Künstler als auch der Anteil der angestellten Bohemiens steht in einem signifikant positiven Zusammenhang mit der Bevölkerungsdichte. In den Analysen für die Anteile der Kreativen und Hoch-kreativen erwies sich der Einfluss der Bevölkerungsdichte hingegen als insignifikant. Die kurz- und langfristige Beschäftigungsentwicklung der vorangegangenen Jahre hat dagegen einen deutlich positiven Effekt auf den Anteil der freiberuflichen Künstler.

5. Schlussbemerkungen

Gegenstand dieses Aufsatzes war die räumliche Verteilung kreativ tätiger Menschen in Deutschland. Dabei konnten wir feststellen, dass die Kreativen in Deutschland höchst ungleich verteilt sind. Insbesondere auffällig ist die Ballung kreativ tätiger Menschen in bestimmten Regionen im Westen und Süden der Republik, sowie die Konzentration auf die Agglomerationsräume. Trotz dieser Konzentrationstendenz finden sich auch in diversen kleineren Städten und sogar in eher ländlichen Gebieten relativ hohe Anteile an kreativ tätigen Personen. Dies deutet darauf hin, dass – jedenfalls in Deutschland – die Kreativität keinesfalls auf die großen Zentren beschränkt ist, sondern dass auch in anderen Regionen gute Voraussetzungen für schöpferische, innovativ gestaltende Tätigkeit bestehen.

Richard Florida (2004) führt diese Standortentscheidung auf Faktoren wie die Lebensqualität und Offenheit sowie Toleranz in einer Region zurück. Er argumentiert weiterhin, dass die Ergiebigkeit des Arbeitsmarktes eher eine untergeordnete Bedeutung bei der Wahl von Wohn- und Arbeitsort der Kreativen spielen. Diese drei Hypothesen wurden durch unsere Analysen im Wesentlichen bestätigt. Erklärungsbeiträge bezüglich der Standortwahl liefern sowohl die Lebensqualität einer Region (gemessen an der Vielfalt des kulturellen Angebots und der Bedeutung des Bildungs- und Gesundheitssektors) als auch die Offenheit einer

Region (gemessen am Anteil der ausländischen Bevölkerung). Die Ergiebigkeit des regionalen Arbeitsmarktes hat demgegenüber – gemessen an der Beschäftigungsentwicklung – einen deutlich geringeren Einfluss, der vor allem längerfristig zum tragen kommt.

Die sich daran anschließende Frage betrifft die von Florida (2004) und anderen behaupteten Wirkungen auf die Regionalentwicklung. Sind die Regionen mit einem hohen Anteil Menschen in kreativen Berufen tatsächlich besonders innovativ? Führt ein hoher Anteil an Kreativen zu Wachstum? Entsprechende Analysen zeigen einen positiven Zusammenhang zwischen dem regionalen Anteil an kreativ tätigen Personen und dem Niveau der Gründungsaktivitäten, mit der Innovativität (gemessen anhand der Anzahl der Patente pro Einwohner bzw. pro Beschäftigtem) sowie mit dem Beschäftigtenanteil in High-Tech-Branchen. Da der Bevölkerungsanteil der Kreativen eng mit dem Anteil der hoch qualifizierten Beschäftigten korreliert ist, fällt eine eindeutige empirische Beurteilung der Wirkungen auf das regionale Wachstum allerdings schwer. Alles in allem deuten diese Ergebnisse darauf hin, dass die von Richard Florida aufgestellten Behauptungen zu den Effekten kreativ arbeitender Personen durchaus in die richtige Richtung zielen. Für eine genauere Klärung der Zusammenhänge sind allerdings weitere, tiefer gehende Untersuchungen erforderlich.

Literatur

- Andersen, Kristina Vaarst und Mark Lorenzen (2005): *The geography of the Danish Creative Class*.
- Arora, Ashish, Richard Florida, Gary J. Gates und Mark Kamlet (2000): *Human Capital, Quality of Place, and Location*, Working Paper, H.J. Heinz III School of Public Policy, Pittsburgh: Carnegie Mellon University <http://www.heinz.cmu.edu/~florida/>, (10.03.2006).
- Audretsch, David B. (1995): *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge (Mass): MIT Press.
- Böltken, Ferdinand et al. (1996): Neuabgrenzung von Raumordnungsregionen nach den Gebietsreformen in den neuen Bundesländern, Bonn: Arbeitspapier 5/1996 der Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung.
- Brixey, Udo und Michael Fritsch (2002): Die Betriebsdatei der Beschäftigtenstatistik der Bundesanstalt für Arbeit, in: Michael Fritsch and Reinhold Grotz (Hrsg.), *Das Gründungsgeschehen in Deutschland - Darstellung und Vergleich der Datenquellen*, Heidelberg 2002: Physica, 55-77.
- Desrochers, P. (2001): Local Diversity, Human Creativity and Technological Innovation, *Growth and Change*, 32.
- Elias, Peter (1997): *Occupational Classification (ISCO 88): Concepts, Methods, Reliability, Validity and Cross-national Comparability*, Labour Market and Social Policy Occasional Papers No. 20, Paris: OECD.
- Feldman, Maryann (2000): Location and Innovation: The New Economic Geography of Innovation, Spillovers, and Agglomeration, in: Gordon Clark, Meric Gertler and Maryann Feldman (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, 373-394, Oxford: Oxford University Press.
- Florida, Richard und G. Gates (2001): *Technology and Tolerance: The Importance of Diversity on High Technology Growth*, Washington D.C., Brookings Institution.
- Florida, Richard L. (2002a): The Economic Geography of Talent, *Annals of the Association of American Geographers*, 92, 743-755.
- Florida, Richard L. (2002b): Bohemia and economic geography, *Journal of Economic Geography*, 2, 51-77.
- Florida, Richard L. (2003): Entrepreneurship, Creativity and Regional Economic Growth, in: David M. Hart (Hrsg.), *The emergence of entrepreneurship policy: governance, start-ups, and growth in the US knowledge economy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Florida, Richard L. (2004): *The Rise of the Creative Class*, revised Paperback edition, New York: Basic Books.
- Fritsch, Michael und Pamela Müller (2004): Effects of New Business Formation on Regional Development over Time, *Regional Studies*, 38, 8, 961-975.
- Gesetz über die Sozialversicherung der selbstständigen Künstler und Publizisten vom 27. Juli 1981 (BGB1. I 1981, 705), zuletzt geändert durch das Gesetz zur Vereinfachung der Verwaltungsverfahren im Sozialrecht vom 21. März 2005 (BGB1. I 2005, 818).

- Glaeser, Edward L. (2004): Review of Richard Florida's *The Rise of the Creative Class*, <http://www.creativeclas.org/acrobat/GlaeserReview.pdf>, (16.03.2006).
- Haak, Carroll (2005): Künstler zwischen selbstständiger und abhängiger Erwerbsarbeit, *Schmollers Jahrbuch – Journal of Applied Social Science Studies*, 125, 4, 573-595.
- Hartley, John und Stuart Cunningham (2002): Creative Industries: from Blue Poles to fat pipes, in: Malcolm Gillies, Mark Carroll and John Dash (Hrsg.), *The National Humanities and Social Sciences Summit: Position Papers*, Canberra. DEST.
- Jacobs, Jane (1970): *The Economy of Cities*, New York: Vintage Book.
- Jacobs, Jane (1985): *Cities and the Wealth of Nations*, New York: Vintage Book.
- Klepper, Steven und Sally D. Sleeper (2005): Entry by Spinoffs, *Management Science*, 51: 1291-1306.
- Lang, Robert und Karen Danielsen (2005): Review Roundtable: Cities and the Creative Class, *Journal of the American Planning Association*, 71, 2, 203-220.
- Lee, Sam Youl, Richard Florida und G. Gates (2002): Innovation, Human Capital, and Creativity, Working Paper, Carnegie Mellon University.
- Lee, Sam Youl, Richard Florida und Zoltan Acs (2004): Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation, *Regional Studies*, 38, 8, 879-891.
- Lucas, Robert E. (1988): On the Mechanics of Economic Development, *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42.
- Markusen, Ann und David King (2003): *The Artistic Dividend: The Hidden Contributions of the Arts to the Regional Economy*, Project on Regional and Industrial Economics, Minneapolis: University of Minnesota.
- Markusen, Ann (2006): Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from the Study of Artists, *Journal of Regional Analysis and Policy*, 36, 2, forthcoming.
- Mueller, Pamela (2006): Exploring the knowledge filter: How entrepreneurship and university-industry relationships drive economic growth, *Research Policy*, 35, forthcoming.
- Romer, Paul (1986): Increasing Returns and Long-Run Growth, *Journal of Political Economy*, 84, 5, 1002-1037.
- Romer, Paul (1993): Economic Growth, in: David R. Henderson (Hrsg.), *The Fortune Encyclopedia of Economics*, Time Warner Books, New York.
- Schumpeter, Joseph A. (1911): *Die Theorie wirtschaftlicher Entwicklung*, Berlin: Duncker & Humblot.
- Statistisches Bundesamt (1992): *Klassifizierung der Berufe - Systematisches und alphabetisches Verzeichnis der Berufsbenennungen*, Stuttgart: Metzler-Poeschel.
- Wennekers, Sander und Roy Thurik (1999): Linking Entrepreneurship and Economic Growth, *Small Business Economics*, 13, 27-55.