

Impactstudie:

Der KHM-Museumsverband

Erstellt für: Paul Frey, Sabine Haag

Erstellt von: Agnes Streissler-Führer, Daniel Kon, Clara Krainhöfner

Datum: Dezember 2014

Executive Summary	5
Zur Einleitung	9
Die Bedeutung des KHM-Museumsverbands für den Standort Österreich	10
Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte	10
Methode und Quellen	10
Der KHM-Effekt: 42 Millionen Euro und 1.000 Arbeitsplätze	11
Effekte von Kunst und Kultur	13
Der KHM-Museumsverband als Standortfaktor	16
Der KHM-Museumsverband als Impulsgeber	18
Kohäsion: Identität und Toleranz	18
Kreativität, Innovation und Forschung	20
Kreativwirtschaft	20
Innovation nicht ohne Kreativität	20
Bildung	21
Forschung im KHM-Museumsverband	23
Innovation im KHM-Museumsverband	27
Der KHM-Museumsverband als guter Arbeitgeber	33
Literatur	37
Agentur agnes streissler - wirtschaftspolitische projektberatung	40

Executive Summary

- ▶ Die Museen des KHM-Museumsverbands gehören zu den meist besuchten Museen in Österreich. Der Verband ist ein wichtiges Unternehmen und hat einen hohen volkswirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Impact auf den Standort Österreich.
- ▶ Das Unternehmen KHM-Museumsverband hatte im vergangenen Jahr eine Wertschöpfung von 26 Mio Euro und beschäftigte 728 Personen. Durch Nachfrage bei Zulieferern und den dadurch ausgelösten indirekten und induzierten Effekten generiert der KHM-Museumsverband 42 Mio Euro insgesamt für die Inlandswertschöpfung und sichert direkt und indirekt 1.000 Arbeitsplätze.
- ▶ Die von der öffentlichen Hand bereitgestellte Leistungsabgeltung kommt dem österreichischen BIP durch die im KHM-Museumsverband generierte Wertschöpfung somit 1,8 mal zugute.
- ▶ Die Wirkung des KHM-Museumsverbands geht weit über seine Funktion als Unternehmen hinaus. Kunst- und Kulturinstitutionen im Allgemeinen und die Einrichtungen des KHM-Museumsverbands im Besonderen haben vielfältige positive Effekte für Wirtschaft und Gesellschaft.
- ▶ Die Kulturlandschaft eines Landes ist ein wesentlicher Faktor der Lebensqualität und des Wohlbefindens seiner Bürger. Die Museen und Einrichtungen des KHM-Museumsverbands sind ein integraler Bestandteil der österreichischen Kulturlandschaft und tragen daher wesentlich zum hohen Lebensstandard in Österreich bei.
- ▶ Die Attraktivität eines Wirtschafts- und Lebensstandorts hängt untrennbar mit seinem kulturellen Angebot zusammen. Sowohl für Unternehmen, als auch für hochqualifizierte Personen sind Standorte mit einer ausgeprägten Kulturlandschaft besonders attraktiv. Daher ist der Beitrag des KHM-Museumsverbands auch in diesem Zusammenhang nicht zu unterschätzen. Nicht zuletzt auch dank seiner Reputation und Bedeutung für die Wiener Kulturlandschaft wird der Wirtschaftsstandort Wien gestärkt, was in weiterer Folge sowohl Wirtschaftswachstum als auch Lebensqualität sichert und erhöht.
- ▶ Ein bedeutender Wirtschaftszweig in Österreich ist der Tourismus. Kunst und Kultur spielen hier eine entscheidende Rolle und auch hier ist das Kunsthistorische Museum gemeinsam mit allen mit ihm verbundenen Museen und Einrichtungen ein zentraler Faktor. Sowohl für Wien, als auch für Innsbruck gilt das Kulturangebot als Hauptgrund eines touristischen Besuchs. In beiden Städten gehören die Museen des KHM-Museumsverbands zu den meist besuchten Sehenswürdigkeiten. Sie sind ein nicht wegzudenkender Bestandteil von Stadtbild, Kulturlandschaft und Identität ihrer Stadt.

- ▶ Die Bedeutung von Kunst und Kultur für Integration, Identität und damit für soziale Kohäsion darf nicht außer Acht gelassen werden. Gerade in der heutigen Zeit sind diese Werte notwendig für die Stabilität von Wirtschaft und Gesellschaft. Es ist unabdingbar das Vergangene zu verstehen und vom Fremden zu lernen. Der KHM-Museumsverband bietet hierfür wichtige Beiträge. Durch bewusstes Agendasetting und spezifische Ausstellungskonzepte werden BesucherInnen dazu gebracht, kritisch über gesellschaftlich relevante Themen, wie zB Identität, Migration und Fremdheit, zu reflektieren. Dadurch wird ein Diskurs angeregt und zum friedlichen Zusammenleben in unserer Gesellschaft beigetragen.
- ▶ Als großer Player in der Kunstszene hat der KHM-Museumsverband einen erheblichen Einfluss auf die Kreativwirtschaft, die ein wichtiger Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung einer Region ist. Durch seine Aktivitäten trägt er zu einem attraktiven Umfeld für die kreative Szene bei und übt eine Anziehungskraft auf kunst- und kulturbezogene Unternehmen aus. Außerdem wird durch die Auseinandersetzung mit Kunstwerken nachweislich die Inspiration und Kreativität Einzelner angeregt, wodurch innovative Impulse entstehen.
- ▶ Offenheit, Kreativität, Innovation, Flexibilität sowie die Fähigkeit zur kritischen Reflexion sind entscheidende Anforderungen um in einer modernen Wirtschaft und Gesellschaft bestehen zu können. In zahlreichen Studien wurde belegt, dass die kritische Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur diese Fertigkeiten schult. Durch aktive Bildungsvermittlung ist der KHM-Museumsverband in diesem Bereich tätig. Zahlreiche und vielfältige Aktivitäten für Kinder, Jugendliche und Erwachsene aller Bevölkerungsschichten erweitern nicht nur deren Horizont, sondern leisten auch einen großen Beitrag zur künftigen Wettbewerbsfähigkeit großer Teile der österreichischen Gesellschaft.
- ▶ Ein weiterer Wachstums- und Wohlstandstreiber ist Forschung. Das Kunsthistorische Museum und die mit ihm verbundenen Einrichtungen sind auch in diesem Bereich ein wichtiger Player. Zwölf Prozent der in der außeruniversitären Forschung im Sektor Staat Beschäftigten arbeiten im KHM-Museumsverband. Die Forschungsaktivitäten sind dabei vielfältig, sowohl von der Methode als auch der Thematik. Im Vordergrund stehen geisteswissenschaftliche Disziplinen, aber auch im naturwissenschaftlich-technischen Bereich ist der KHM-Museumsverband aktiv und hat etwa mit einem eigenen naturwissenschaftlichen Labor ein Alleinstellungsmerkmal in der österreichischen Museumslandschaft. Durch zahlreiche Kooperationen mit Universitäten und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen im In- und Ausland leistet der KHM-Museumsverband seinen Beitrag zur Etablierung und Stärkung des Forschungsstandorts Österreich.
- ▶ Kunst und Kultur regt nicht nur die Innovationskraft von BetrachterInnen an, auch im Unternehmen KHM-Museumsverband selbst spielen Innovationen eine zentrale Rolle. Neue Ansätze und Ausstellungskonzepte in den einzelnen Sammlungen, alternative Zugänge zu Kunstvermittlung, Marketing und KundInnenbindung, modernes Gebäude-

und Klimamanagement – dies sind nur einige Beispiele für die hohe Innovationstätigkeit im KHM-Museumsverband. Dabei sind alle in der Fachliteratur vorkommenden Innovationsarten vertreten.

- ▶ **In einem Benchmark-Vergleich zeigt sich die hohe Qualität der Arbeitsplätze im KHM-Museumsverband: Eine ausgeglichene Altersstruktur, gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie für Männer und Frauen, gute Verdienstmöglichkeiten und die Chance zum Erwerb von zusätzlichen Qualifikationen zeichnen das Unternehmen aus.**

Zur Einleitung

Ein Museum ist zu allererst eine Kulturinstitution. Ist es daher zulässig eine ökonomische Analyse einer derartigen Institution zu machen und die Frage nach den volkswirtschaftlichen Auswirkungen zu stellen?

Droht die Gefahr der Ökonomisierung nicht Kunst auf eine „niedrigere“, von kommerziellen Interessen getriebene Ebene zu bringen?

Derartige Bedenken sind berechtigt und es ist Aufgabe der Ökonomie damit sensibel umzugehen.

Es sei daher der vorliegenden Studie vorausgeschickt, dass eine ökonomische Analyse einer Institution wie dem KHM-Museumsverband eine notwendige, sicherlich aber keine hinreichende Perspektive ist.

Notwendig ist sie, da der KHM-Museumsverband öffentliche und private Sponsoren und Geldgeber hat und sich daher mit dem Return on Investment auseinandersetzen muss. Allerdings wird im Folgenden auf eine sehr breite, nicht nur quantifizierende Definition des Return on Investment rekurriert.

Unter Berücksichtigung dieser Vorbehalte und Einschränkungen lautet die ökonomische Frage daher:

Welche wirtschaftliche Bedeutung hat der KHM-Museumsverband als Kunst-Unternehmen und als Auslöser katalytischer Effekte für den Wirtschafts- und Lebensstandort Wien und Österreich?

In einem ersten Teil wird der KHM-Museumsverband als nachhaltig agierendes Unternehmen hinsichtlich Wertschöpfung, Beschäftigung und Standortfaktor analysiert.

Nachhaltigkeit heißt „Verantwortung über Generationen hinweg“ – ein Konzept, das einem Museum inhärent ist, bewahrt und erklärt es doch die Vergangenheit für die Gegenwart und Zukunft.

Im zweiten Teil werden entlang einzelner Themenfelder die umfassenden Wirkungseffekte des KHM-Museumsverbands in die österreichische Volkswirtschaft dargestellt.

Schließlich wird der KHM-Museumsverband als Arbeitgeber betrachtet.

Die Bedeutung des KHM-Museumsverbands für den Standort Österreich

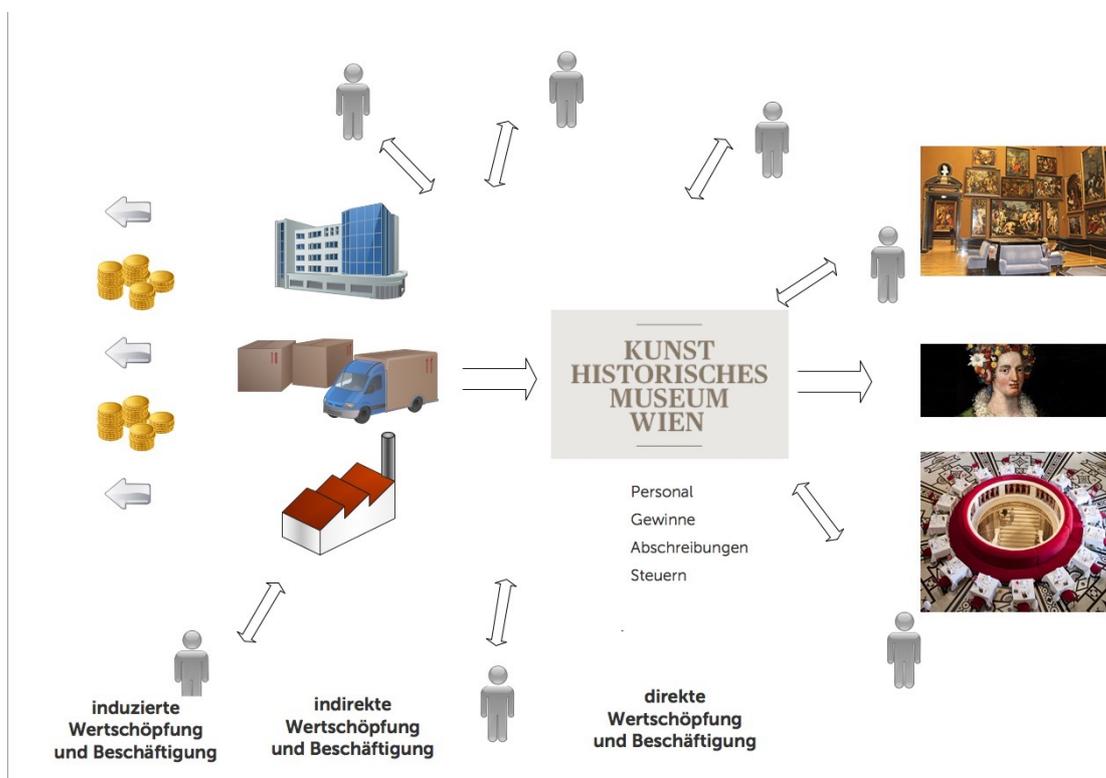
Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte

Methode und Quellen

► Wie entsteht Wertschöpfung?

Zwei der wichtigsten Informationen, die man einem Unternehmen aus volkswirtschaftlicher Perspektive zuordnen kann, sind die generierten Wertschöpfungs- und Beschäftigungszahlen. Ein Unternehmen ist immer Teil einer Wertschöpfungskette. Es bezieht Leistungen von Zulieferern, reichert diese mit eigener Wertschöpfung an und gibt das so entstandene Produkt / die Dienstleistung an seine KundInnen weiter. Der wirtschaftliche Mehrwert wird somit nicht nur im Unternehmen selbst, sondern auch in seinem Umfeld erzielt. Dies kann anhand direkter, indirekter und induzierter Effekte analysiert werden. Abbildung 1 soll hierfür als erste Veranschaulichung dienen.

Abbildung 1: Die Wertschöpfungseffekte des Unternehmens KHM-Museumsverband



▶ **Direkte, indirekte und induzierte Effekte ...**

Die Analyse erfolgt dabei anhand folgender Fragestellungen:

- Wie hoch ist die im Unternehmen selbst generierte Wertschöpfung und Beschäftigung?
- Wie hoch ist die durch Nachfrage des Unternehmens bei den Zulieferern (und auch deren Lieferanten) entstehende Wertschöpfung und Beschäftigung?
- Und wie hoch sind schließlich die damit ausgelösten weiteren Einkommens- und Beschäftigungseffekte?

▶ **... geschätzt auf Basis der Input-Output-Statistik**

Im Rahmen der Erstellung von Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen werden von den nationalen Statistikinstitutionen auch sogenannte Input-Output-Tabellen publiziert. Diese stellen den volkswirtschaftlichen Kreislauf von Waren und Dienstleistungen sowie die Generierung von Einkommen im Produktionsprozess in einem geschlossenen und abgestimmten System dar.

Mit Hilfe dieser Statistiken kann also geschätzt werden, welche Wertschöpfung im KHM-Museumsverband selbst (direkter Effekt) und welche Wertschöpfung bei den Zulieferern des Unternehmens und wiederum deren Zulieferern (indirekter Effekt) generiert wird.

Bei allen über diese Systematik mit dem Museumsverband verbundenen Unternehmen entstehen durch die Wertschöpfung Einkommen in Form von Löhnen, Gehältern und Gewinnen. Diese fließen zu einem großen Teil als Nachfrageimpuls in die Wirtschaft zurück und lösen damit ihrerseits wieder Wertschöpfung aus (induzierter Effekt).

Der KHM-Effekt: 42 Millionen Euro und 1.000 Arbeitsplätze

▶ **Berechnung der Wertschöpfung**

Basierend auf den vom KHM-Museumsverband zur Verfügung gestellten Zahlen kann seine Wertschöpfung im vergangenen Jahr auf 25,84 Millionen Euro geschätzt werden. Es sind 728 Menschen im KHM-Museumsverband beschäftigt.

▶ **Belebender Effekt für die Wiener Wirtschaft**

Der KHM-Museumsverband fragte im vergangenen Jahr externe Waren und Dienstleistungen im Wert von rund 16,1 Millionen Euro nach. Davon wurden rund 10,4 Millionen Euro, also etwas weniger als zwei Drittel, in Wien ausgegeben.

▶ **Profitierende Branchen**

Die Branche, die im vergangenen Jahr am meisten von der Nachfrage des KHM-Museumsverbands profitiert hat, ist mit einem Anteil von knapp zwölf Prozent der Bereich

„Wirtschaftliche Dienstleistungen“ (insbesondere Sicherheit und Gebäudebetreuung). Weiters wurden im vergangenen Jahr Leistungen in größerem Umfang bei Unternehmen aus den Bereichen „Energie“, „Transport“ und „Werbung und Marktforschung“ nachgefragt. Ebenso erscheint der Bereich „Wissenschaftliche und technische Dienstleistungen“ als Zulieferer des KHM-Museumsverbands erwähnenswert.

All diese genannten Bereiche kommen ungefähr auf jeweils fünf Prozent der gesamten Ausgaben für Leistungen von Zulieferern. Insgesamt hat der KHM-Museumsverband im vergangenen Jahr aber bei Unternehmen aus 60 Branchen Waren und Dienstleistungen nachgefragt.

► **Induzierte Effekte**

Die 728 Beschäftigten des KHM-Museumsverbands sowie die Beschäftigten bei den Zulieferern beziehen ein Einkommen, das sie ihrerseits wieder zu einem großen Teil „verkonsumieren“, womit sie einen weiteren Impuls auf die Nachfrage und damit die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung in Österreich auslösen.

► **In Summe: 42,3 Mio für das BIP und 1.000 Arbeitsplätze**

Summiert man nun in Tabelle 1 die für den KHM-Museumsverband festgestellte Wertschöpfung und Beschäftigung mit den indirekten (Wertschöpfung bei den Zulieferern und deren Zulieferern) und induzierten (gestiegene Konsumnachfrage) Effekten, ergibt sich eine vom KHM-Museumsverband ausgelöste Wertschöpfung von 42,3 Millionen Euro. Durch indirekte und induzierte Effekte werden nochmals 270 Beschäftigungsstellen gesichert, was insgesamt zu geschätzten 998 gesicherten Arbeitsplätzen in Österreich führt ¹.

Tabelle 1: Wertschöpfung und Beschäftigung, ausgelöst durch den KHM-Museumsverband

KHM-Museumsverband	Wertschöpfung in Mio Euro	Beschäftigung
direkt	25,8	728
indirekt und induziert	16,5	270
gesamt	42,3	998

Quelle: Eigene Berechnungen und Schätzungen anhand der Input-Output-Statistik der Statistik Österreich; basierend auf Informationen des Kunsthistorischen Museums für das Geschäftsjahr 2013

¹ Die hier angewandten Schätzungen sind deutlich größer als beispielsweise die Simulation durch das MultiREG Modell von WIFO und Joanneum Research, das eine regionale Feingliederung erlaubt und auch steuerliche Effekte berechnen kann. Es sollten die hier dargestellten Schätzzahlen daher weniger in ihrer absoluten Höhe interpretiert, sondern eher als Veranschaulichung der Dimensionen verstanden werden.

▶ **2,5 Mio Euro Wertschöpfung im Raum Innsbruck**

Da im Schloss Ambras in Innsbruck 43 Personen beschäftigt sind, kann man davon ausgehen, dass anteilmäßig rund 2,5 Millionen Euro an direkter und indirekter Wertschöpfung im Raum Innsbruck generiert werden.

▶ **Leistungsabgeltung kommt 1,8 mal zurück**

Diese Zahlen weichen von den Ergebnissen der von Felderer et al (2008) erstellten IHS-Studie ab. Aufgrund unterschiedlicher Zahlen und Annahmen stimmen zwar die Einschätzungen von Arbeitsplatzeffekten und der gesamten Wertschöpfung weitestgehend überein, ein Unterschied besteht jedoch bezüglich direkter, indirekter und induzierter Wertschöpfung.

Auf jeden Fall lässt sich festhalten, dass die vom KHM-Museumsverband generierte Wertschöpfung die Leistungsabgeltung von rund 23,8 Millionen Euro deutlich übersteigt. Von jedem von der öffentlichen Hand in den KHM-Museumsverband investierten Euro profitiert das österreichische BIP rund 1,8 mal soviel.

Effekte von Kunst und Kultur

▶ **Wertschöpfung ist nicht alles**

Betrachtet man die Wertschöpfung des KHM-Museumsverbands sowie seinen Effekt auf den Arbeitsmarkt, so sind diese Werte zwar beachtlich und nicht zu vernachlässigen. Im Vergleich etwa mit großen Industriebetrieben sind diese Ergebnisse jedoch vergleichsweise klein. Dieser Umstand dürfte wenig überraschen, schließlich handelt es sich hier nicht um ein privates, profitorientiertes Unternehmen.

Die Bedeutung von Kunst- und Kulturinstitutionen im Allgemeinen und damit auch der Einrichtungen des KHM-Museumsverbandes geht aber weit über die rein wirtschaftlichen Kennzahlen hinaus. In einem Bericht des Europarats, zum Beispiel, heißt es, dass Kunst die soziale Umwelt bereichert und Kreativität und Innovation fördert. Kunst und Kultur seien das kollektive Gedächtnis einer Gesellschaft und die Basis intellektueller Errungenschaften künftiger Generationen. Die Lebensqualität werde durch kulturelle Einrichtungen erheblich verbessert (vgl. The European Task Force on Culture and Development, 1997).

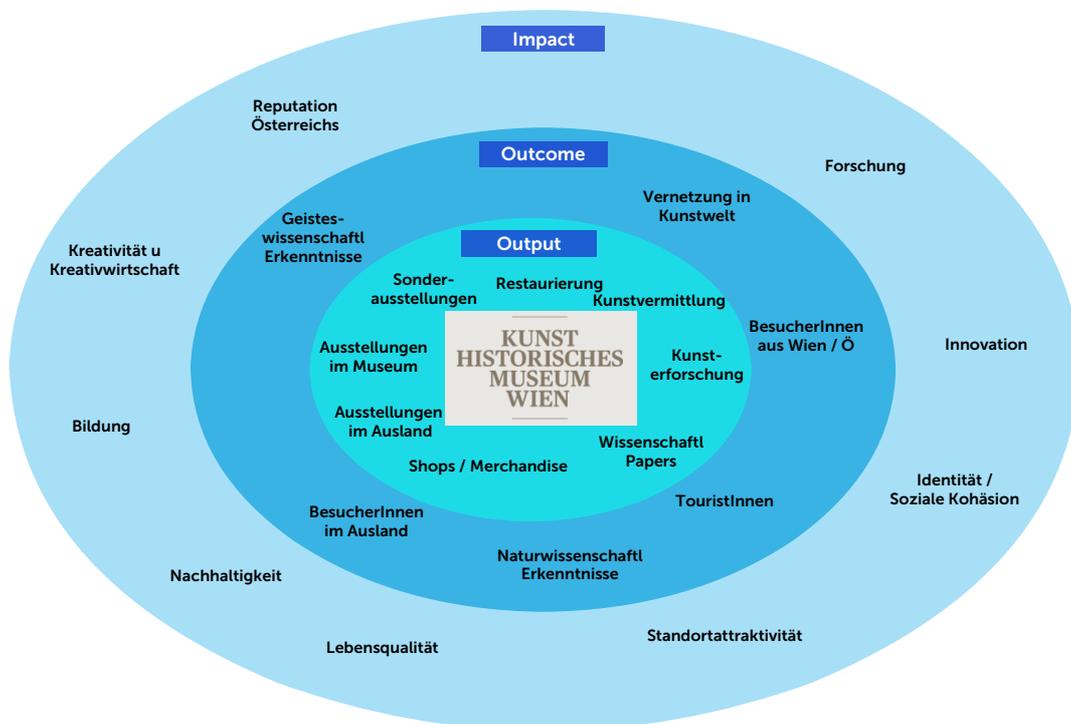
Sowohl auf individueller als auch auf kollektiver Ebene wird Kunst und Kultur eine nachhaltige Wirkung nachgesagt. Von Stressbefreiung durch die Möglichkeit einer angenehmen Freizeitbeschäftigung reichen diese Effekte bis zu einem gesteigerten Verständnis für das Fremde und sind damit sowohl identitätsstiftend als auch toleranzfördernd. Auch der soziale Aspekt darf nicht außer Acht gelassen werden. Museen sind auch Orte der Begegnung, wo

man auf Menschen treffen kann, denen man sonst nicht begegnet wäre (vgl. Guetzkow, 2002).

► **Vielfältige Effekte**

In der einschlägigen Literatur wird davon ausgegangen, dass Kultureinrichtungen auf drei Ebenen auch zur städtischen Entwicklung beitragen: Einerseits sind sie wichtige Wirtschaftsfaktoren, die Arbeitsplätze schaffen und ökologisch und sozial nachhaltig agieren, andererseits sind auch die physische und ästhetische Umgebung sowie die Identitätsfindung wichtig für die Entwicklung einer Stadt.

Abbildung 5: Die Leistungen des KHM-Museumsverbands und ihr ökonomischer Impact



Die Einrichtungen des KHM-Museumsverbands bewirtschaften historische Gebäude und tragen damit zur Erhaltung dieser ästhetischen physischen Umgebung bei und machen sie für die Öffentlichkeit zugänglich.

Nicht zuletzt sind Museen ein wichtiger Freizeitfaktor. Mit wenig Aufwand und verhältnismäßig günstig bieten sie anspruchsvolle Unterhaltung und die Möglichkeit eines angenehmen Zeitvertreibs, ob alleine oder in Begleitung.

Kultureinrichtungen insgesamt leisten einen wichtigen, wenn auch nicht in Zahlen darstellbaren Beitrag zur menschlichen Entwicklung, egal ob durch Bildung oder als Freizeitfaktor, der das Wohlbefinden erhöht (vgl. Gottschalk 2006). Die Museen des KHM-Museumsverbands sind hier ein essenzieller Bestandteil des diesbezüglichen Angebots in Österreich.

Während Innovation und Kreativität ganz entscheidende Faktoren für das Wirtschaftswachstum eines Landes oder einer Region sind, hat die kulturelle Landschaft erhebliche Effekte auf die Qualität des Wirtschaftsstandorts, den Tourismus, den sozialen Zusammenhalt einer Gesellschaft und insgesamt auf die Lebensqualität.

Ein weiterer, gerne übersehener Aspekt der Bedeutung des KHM-Museumsverbands ist die Tatsache, dass es sich hier um eine der größten außeruniversitären Forschungseinrichtungen Österreichs handelt, in der Wissenschaft auf höchstem Niveau betrieben wird.

► **Entscheidender Beitrag zu Lebensqualität und Wohlbefinden**

Kunst- und Kultureinrichtungen sind ein wesentlicher Bestandteil des Unterhaltungsangebots in Österreich, welches wiederum einen großen Anteil an der hohen Lebensqualität hat. Seit 1995 sind laut Statistik Austria die Ausgaben der privaten Haushalte für Freizeit- und Kulturaktivitäten in Österreich stetig gestiegen, von knapp unter 10 Milliarden Euro 1995 auf rund 18 Milliarden Euro im Jahr 2013. Es profitieren jedoch nicht nur die BesucherInnen einer Kultureinrichtung von deren Existenz. In der Literatur werden fünf Kategorien von ihrem sozialen Wert beschrieben:

1. Optionswert: Es ist nicht entscheidend, ob das Angebot genutzt wird oder nicht. Die Tatsache, dass die Option einer Nutzung bei Bedarf oder Belieben besteht, ist ein Wert für sich.
2. Existenzwert: Historische Bauten, denen dieser Wert unterstellt wird, haben für eine Gesellschaft durch ihre pure Existenz einen Wert, auch wenn sie von einzelnen Individuen nie genutzt werden.
3. Vermächtniswert: Um Kunstwerke für nachfolgende Generationen zu erhalten, dürfen sie nicht verloren gehen, auch wenn sie im Moment nicht hoch im Kurs stehen mögen.
4. Prestigewert: Kunst hebt das Prestige und die kulturelle Identität einer Gesellschaft. Davon profitieren auch diejenigen, die sich gar nicht für Kunst interessieren.
5. Bildungswert: Durch künstlerische Aktivitäten werden Kreativität und Bildung ästhetischer Maßstäbe gefördert (vgl. Gottschalk, 2006).

All dies trägt entscheidend zu Lebensqualität und Wohlbefinden bei.

Der KHM-Museumsverband als Standortfaktor

► Der KHM-Museumsverband ist ein essenzieller Bestandteil der Kulturlandschaft...

Österreich und insbesondere Wien leben nicht unwesentlich von ihrer Reputation als wichtige Standorte für Kunst und Kultur. Gerade auch für Unternehmen sind Standorte besonders attraktiv, die auch über ein reichhaltiges Kulturangebot verfügen. Hochqualifizierte Personen sind eher zu einem Umzug in eine andere Stadt geneigt, wenn diese auch kulturell attraktiv ist - einer der Gründe, warum Wien in Studien zur Lebensqualität regelmäßig Top-Plätze belegt. Auch die über 630.000 ÖsterreicherInnen, die im vergangenen Jahr die Museen des KHM-Museumsverbands besuchten, und insbesondere die 100.000 Besuche durch JahreskartenbesitzerInnen bestätigen dies.

Unternehmen und Privatpersonen wird die Möglichkeit geboten Räumlichkeiten des KHM-Museumsverbands zu mieten, eine weitere Art ihre Identifikation mit dem Standort Wien zu erhöhen.

► ...und des Tourismusangebots

Tourismus ist ein bedeutender Wirtschaftszweig in Österreich. Laut Statistik Austria leistete er im vergangenen Jahr einen Beitrag von über sieben Prozent zum BIP. 7,9 Prozent der selbstständig Beschäftigten und 7,2 Prozent der unselbstständig Beschäftigten werden der Tourismusbranche zugerechnet. Laut der Wiener Gästebefragung 2004-2009 ist das Kunst- und Kulturangebot der Hauptgrund für die Entscheidung nach Wien zu kommen. 71 Prozent der Befragten gaben dies an. 69 Prozent der Befragten besuchten während ihres Aufenthalts in Wien ein Museum und eine überwiegende Mehrheit war mit dem diesbezüglichen Angebot sehr zufrieden.

Laut Geschäftsbericht besuchten im vergangenen Jahr mehr als 1,4 Millionen Menschen die Standorte des KHM-Museumsverbands. Mehr als die Hälfte davon kam nicht aus Österreich. Laut Wienkultur.Info gehört das Kunsthistorische Museum zu den am meisten besuchten Sehenswürdigkeiten Wiens, insgesamt konnte der KHM-Museumsverband die meisten MuseumsbesucherInnen im vergangenen Jahr verzeichnen.

Auch in Innsbruck ist laut einer Besucherbefragung des Management Center Innsbruck das Kulturangebot der Stadt der Hauptgrund für einen Besuch. Die Tiroler Landestourismusorganisation weist das Schloss Ambras als eine der meist besuchten Sehenswürdigkeiten Innsbrucks aus.

► Durch gesellschaftliche Trends wird die Bedeutung noch steigen

Gesellschaftliche und demographische Entwicklungen lassen noch Wachstumspotenzial im Bereich der „KulturtouristInnen“ erkennen. Vor allem in Europa geht der Trend in Richtung

häufigerer, dafür aber kürzerer Reisen. Spezielle Angebote, wie Sonderausstellungen, machen bestimmte Destinationen für solche kürzeren Reisen besonders attraktiv. Außerdem steigen sowohl der Anteil älterer Bevölkerungsgruppen als auch das allgemeine Bildungsniveau. Dies bedeutet auch ein erhöhtes Interesse an Kunst und Kultur und dürfte zu einem Anstieg von Reisen mit einem solchen Hintergrund führen (vgl. Felderer et al., 2008). Diese Zahlen und Entwicklungen unterstreichen die enorme Bedeutung des KHM-Museumsverbands für einen der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren des Landes.

Der KHM-Museumsverband als Impulsgeber

Kohäsion: Identität und Toleranz

▶ **Beiträge zu Integration, Vielfalt und regionaler Identität – Elemente einer funktionierenden Gesellschaft**

Integration und Schaffung von regionaler Identität wirken verstärkend auf die gesellschaftliche Kohäsion. Letztere ist nicht nur integrativer Bestandteil des Wertekatalogs der Europäischen Gemeinschaft, sie hat aufgrund ihrer stabilisierenden Wirkung auch wesentliche Bedeutung für die wirtschaftliche Entwicklung einer Region oder eines Landes (siehe etwa Dayton-Johnson 2001). Die OECD (2003, 5) betont dabei ganz klar, dass Integration und Vielfalt nicht im Widerspruch zu regionaler Identität stehen:

On the contrary, cohesion can be achieved in a pluralist society through the interaction of different communities that build a bond through the recognition of both difference and interdependence. Multi-dimensional notions of identity, multiple senses of belonging and attachment often add self-confidence and thus stability to social networks. Far from hampering the process of integration, they can add a layer of respect and recognition to social interaction, thus deepening the cohesion of communities.

Etwas anders formuliert es Küng (2006, 105): Im Zeitalter der europäischen Einigung und der voranschreitenden Globalisierung erfüllt das Konstrukt der regionalen Identität zwei wichtige Funktionen. Es dient einerseits als Fundament für die Ausbildung einer nationalen bzw europäischen Identität, andererseits befriedigt es das verstärkte Bedürfnis nach Sicherheit, Stabilität und Vertrauen.

▶ **Identitätsstiftung: Im Museum Vergangenes verstehen und vom Fremden lernen ...**

Museen sind Orte der regionalen Identität und der Vielfalt. Schon die Gebäude, in denen sich die Museen des KHM-Museumsverbands befinden, sind wichtige Bestandteile der Identifikation mit Wien.

Es sind aber vor allem die Sammlungen der Museen, die über Jahrhunderte hinweg entstanden sind, die es den BesucherInnen ermöglichen einen Überblick über die eigene Geschichte und Kultur zu erlangen. Gleichzeitig regen sie dazu an, über den Tellerrand zu blicken ohne dafür notwendigerweise den eigenen Wohnort verlassen zu müssen. Sie tragen somit dazu bei, das Eigene zu verstehen und vom Fremden zu lernen (vgl Scott 2011).

▶ **...und weitergeben**

Eine solche kritische Beschäftigung mit der eigenen Geschichte hilft Identität einerseits zu stiften und andererseits zu hinterfragen. Alleine in der Auseinandersetzung mit Kunstwerken

und deren sozialen und historischen Kontexten werden diese Fähigkeiten durch den KHM-Museumsverband an kommende Generationen weitergegeben.

Er setzt konkrete Schritte, um eine solche soziale Kohäsion innerhalb der Gesellschaft zu fördern. Im Zuge der "Wiener Integrationswoche" wurden etwa spezielle Führungen für Kinder angeboten, die die Vielfalt sowohl im Museum als auch in der Gesellschaft aufzeigten. Gerade auch das Weltmuseum spielt eine wichtige integrative Rolle, da BesucherInnen dort kulturelle Vielfalt erleben und erforschen können.

► **Diskursförderung durch Agendasetting**

Museen machen durch ihre Ausstellungs- und Vermittlungstätigkeiten, durch das bewusste Setzen thematischer Schwerpunkte, auf gesellschaftliche Fragen aufmerksam und helfen, das kritische Reflexionsvermögen von Menschen zu steigern, eine Fähigkeit, die nachhaltige gesellschaftliche Entwicklung stärkt.

Als Beispiel sei hier das Theatermuseum erwähnt, das bewusst aktuelle Themen auf die Tagesordnung setzt und auf diese Weise den gesellschaftlichen Diskurs anfährt. In der jüngeren Vergangenheit beschäftigte man sich im Zuge einer Ausstellung zu Stefan Zweig etwa mit hochaktuellen Fragen der europäischen Identität, Flucht, Migration und Fremdheit. Die Ausstellung zu Richard Strauss bot die Gelegenheit sich intensiv mit Opportunismus und Mitläufertum zu beschäftigen. Diese Thematiken wurden zum Beispiel in Workshops mit Schulklassen unmittelbar vermittelt.

Studien haben gezeigt, dass der Besuch von Kunstmuseen die Fähigkeit von SchülerInnen kritisch zu denken stark fördert. Umso mehr tritt dieser Effekt bei SchülerInnen, die gesellschaftlichen Minderheiten angehören und/oder aus bildungsferneren Milieus stammen, hervor (vgl Bowen et al 2013).

Museen leisten damit auf ihre Art einen Beitrag soziale Spannungen zu verringern, wodurch sowohl ökonomischer als auch gesellschaftlicher Frieden gefördert wird.

► **Soziale Kohäsion als Auftrag**

Soziale Kohäsion heißt aber auch jenen Zugang und Teilhabe zu bieten, die nicht von alleine ohne weiteres „mitkönnen“. Auch dies sieht der KHM-Museumsverband als wichtigen gesellschaftlichen Auftrag. Barrierefreiheit ist eine Selbstverständlichkeit. Gefördert wird aber beispielsweise auch die Integration von blinden und sehbehinderten Menschen, denen Führungen mit begreifbaren Materialien und eingehenden Beschreibungen durch KunstvermittlerInnen angeboten werden.

Kreativität, Innovation und Forschung

Kreativwirtschaft

▶ Ein wichtiger Wirtschaftszweig

Die Kreativwirtschaft wird zunehmend zu einem entscheidenden Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen. Im Jahr 2010 konnte man laut WKO 17,5 Prozent der Wiener Unternehmen dem Bereich der Kreativwirtschaft zuordnen. Österreichweit erwirtschafteten in der Kreativwirtschaft tätige Unternehmen 3,5 Prozent der Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft und stellten rund drei Prozent aller Beschäftigten, in etwa genau so viele wie das Finanz- und Versicherungswesen.

▶ Die Anziehungskraft des KHM auf kreative...

Neben der wirtschaftlichen Leistung und den Arbeitsplätzen, die der KHM-Museumsverband selbst auslöst, besitzt er auch hohe Anziehungsfaktoren: Denn wo große kreative Player angesiedelt sind, entsteht auch ein attraktives Umfeld für die kreative Szene und neue Unternehmen aller Größen, die in der Kunst und Kulturwirtschaft tätig sind (vgl Häferle et al, 2005).

▶ ..und nicht-kreative Unternehmen

Gleichzeitig haben auch Unternehmen außerhalb der Kreativwirtschaft ein Interesse daran diese und vor allem auch die Aktivitäten von Kunstmuseen zu fördern. Dies dürfte sicherlich teilweise marketingtechnische Gründe haben, ist aber auch von Interesse sobald Fragen von Lebensqualität für die eigenen Angestellten in den Vordergrund treten. Heilbrun und Gray sprechen in diesem Zusammenhang von einer wechselseitigen Beziehung zwischen Kulturorganisationen und lokaler Wirtschaft:

If the arts deserve local support, it is because they make an indispensable contribution to the well-being of the women and men who make up the local community. (Heilbrun; Gray 2010)

Innovation nicht ohne Kreativität

▶ Kreativität wird angeregt...

Arthur Koestler sagte treffend, dass Kreativität die Überwindung der Gewohnheit durch Originalität sei, eine Formulierung, die Innovation und Kreativität eng miteinander verbindet. Bei beiden handelt es sich um soziale Prozesse, die nicht nur Auswirkungen auf die Institutionen haben, innerhalb derer sie stattfinden, sondern auch auf die Gesellschaft. Auch der KHM-Museumsverband ist einerseits selbst innovativ (siehe Kapitel „Innovation im KHM-

Museumsverband“), kann aber andererseits auch durch Ausstellungen und Veranstaltungen Kreativität und damit verbundene innovative Fähigkeiten bei BesucherInnen wecken. Ein eigenes Atelier ermöglicht es Interessierten an Studienkursen und Workshops teilzunehmen und dabei selbst kreativ tätig zu werden.

Besonders markante Beispiele für die Verbindung von innovativen Tätigkeiten mit kreativen Mitteln sind etwa Teile der Werbe- und Informationskampagne für die Neueröffnung der Kunstammer: So konnten mit Hilfe von 3D-Technologien Kunstwerke des KHM als „Sneak-Preview“ noch während des Umbaus der Kunstammer betrachtet werden.

Auch die Smartphone-App des KHM ist ein innovatives Produkt, das es möglich macht, den Besuch eines Museums auch für die eigene Kreativität nutzbar zu machen und Kunst zu teilen.

▶ **...und kennt keine Grenzen**

Als eines von fünf österreichischen Museen nimmt der KHM-Museumsverband außerdem am „Google Art Project“ teil und bietet virtuelle Museumsrundgänge sowie Digitalisierungen vieler Objekte an. Wenn, wie bei den hier genannten Beispielen, technologische Fortschritte über kreative Kanäle transportiert werden, hat dies nachhaltige Effekte auf eine Gesellschaft: Kunst kann auf spielerische Weise vermittelt werden und bleibt nicht nur auf einen physischen Raum beschränkt. Der KHM-Museumsverband wirkt durch online verfügbare Inhalte weit über den Standort Wien hinaus und kann Menschen auf der ganzen Welt zur Schaffung von Neuem inspirieren.

▶ **Inspiration für Kreative**

Durch das bloße Betrachten eines Kunstwerks können kreative Prozesse angeregt werden. Dies wurde unter anderem in einer Studie für die Europäische Kommission konstatiert (vgl. KEA European Affairs, 2009). Demzufolge gehören Kunst und Kultur zu den wichtigsten externen Faktoren, die das kreative Denken eines Menschen anregen. Dieser Effekt kann enorme Auswirkungen auf die Produktivität oder Innovationskraft Einzelner haben, ist aber nur schwer oder gar nicht messbar.

Bildung

▶ **Kulturelle Bildung wirkt in vielen Bereichen**

Im von der UNESCO (2006) veröffentlichten „Leitfaden für kulturelle Bildung“ heißt es:

„Alle Menschen haben kreatives Potential. Kunst schafft ein praxisbezogenes Umfeld, in dem die Lernenden in kreative Erfahrungen, Prozesse und Entwicklungen aktiv eingebunden werden. Untersuchungen zeigen, dass das Heranführen Lernender an künstlerische Prozesse und die Einbindung von Elementen aus ihrer eigenen Kultur in jedem Einzelnen Sinn für Kreativität und Initiative, eine fruchtbare Vorstellungskraft, emotionale Intelligenz und moralische Leitlinien ebenso fördert, wie die Fähigkeit zu

kritischer Reflexion, Selbständigkeit, Gedanken- und Handlungsfreiheit. Kunsterziehung und Bildung durch die Kunst regen auch die kognitive Entwicklung an und können Inhalte und Methoden relevanter für die Bedürfnisse der modernen Gesellschaften machen, in denen die Lernenden leben.“

Weiters wird mit Bezug auf die ökonomischen Entwicklungen hin zu einer wissensbasierten Wirtschaft folgendes festgestellt:

„Die Gesellschaften des 21. Jahrhunderts verlangen zunehmend Arbeitskräfte, die kreativ, flexibel, anpassungsfähig und innovativ sind, und Bildungssysteme müssen sich auf Grund dieser wechselnden Bedingungen weiterentwickeln. Kulturelle Bildung stützt die Lernenden mit diesen Fähigkeiten aus, die es ihnen erlauben, sich auszudrücken, ihre Umgebung kritisch wahrzunehmen und aktiv an verschiedenen Aspekten des menschlichen Lebens teilzunehmen“ (UNESCO, 2006).

Um in einer zunehmend wissensbasierten Gesellschaft, in der Wachstum und allgemeines Wohlergehen eng mit Innovation verbunden sind, konkurrenzfähig zu sein, wurden von der Europäischen Kommission konkrete, dafür notwendige individuelle Kompetenzen definiert. In den USA oder auf OECD-Ebene gibt es ähnliche Initiativen. Viele dieser Kompetenzen (Ideen hinterfragen, Probleme finden, Grenzen des Wissens verstehen, Zusammenhänge herstellen, Vorstellungskraft entwickeln, Ausdauer, Selbstvertrauen, Zusammenarbeit, Kommunikation) sind schwierig zu vermitteln.

Winner et al (2013) bieten einen Survey einer Reihe von Studien, die den Zusammenhang zwischen diesen Kompetenzen und kultureller Bildung untersucht haben. Eines der Ergebnisse ist, dass die Auseinandersetzung mit kulturellen Inhalten (Musik, Theater, bildende Kunst, usw) einen ganz entscheidenden Anteil an der Entwicklung besagter Kompetenzen und Fähigkeiten hat. Kritisches und kreatives Denken wird gefördert, das Selbstvertrauen wird gestärkt, die Fähigkeiten in Kommunikation und Kooperation werden geschult und das Selbstvertrauen profitiert. SchülerInnen, die sich mit kulturellen Inhalten befassen, weisen auch bessere Leistungen in nicht-künstlerischen Fächern wie Naturwissenschaften, Lesen, Schreiben oder Mathematik auf.

In den USA konnte nachgewiesen werden, dass SchülerInnen, die sich an kulturellen Aktivitäten beteiligen, bei standardisierten Sprach- und Mathematiktests bessere Ergebnisse erzielen als jene, die das nicht oder in einem geringeren Ausmaß tun, unabhängig vom sozioökonomischen Hintergrund. SchülerInnen, die sich besonders mit dem Theater beschäftigen, weisen höhere Fähigkeit zu Empathie sowie bessere soziale und sprachliche Kompetenzen auf. Diejenigen SchülerInnen, die auch in bildenden Künsten unterrichtet werden, profitieren mit einer besseren geometrischen Denkfähigkeit auch in anderen Bereichen (vgl Winner et al, 2013).

Von künstlerischer und kultureller Bildung profitiert also eine gesamte Gesellschaft, indem erworbene Fähigkeiten in andere Bereiche „transportiert“ werden und die dadurch gewonnenen Kompetenzen in vielen Bereichen des ökonomischen und sozialen Lebens angewendet werden können, nicht zuletzt durch gesteigerte Innovationskraft potenzieller ArbeitnehmerInnen. Auf diese Weise können die oben erwähnten Anforderungen einer modernen Wirtschaft besser erfüllt werden.

► **Aktive Bildungsvermittlung im KHM-Museumsverband**

Vor diesem Hintergrund ist das Engagement und die Bedeutung des KHM-Museumsverbands im Bildungsbereich besonders zu erwähnen. Kinder und Jugendliche werden in speziellen Workshops oder interaktiven Führungen dazu angeregt, sich kritisch mit Kunstwerken und damit zusammenhängenden Themen und Fragestellungen auseinanderzusetzen.

Im hauseigenen Atelier können sich sowohl Kinder als auch Erwachsene jeden Alters unter professioneller Anleitung selbst kreativ betätigen.

Im vergangenen Jahr nahmen 87.800 BesucherInnen (ohne Theatermuseum) an Führungen, Workshops, Ferienspielaktionen und Vorträgen teil. Dies entspricht einem Anstieg von 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Etwa 45 Prozent dieser BesucherInnen waren SchülerInnen im Klassenverband. Damit spielt der KHM-Museumsverband sowohl in der Schul- als auch der Erwachsenenbildung eine beachtliche Rolle.

Durch Lehraufträge, Diplomarbeitbetreuungen, wissenschaftliche Publikationen, Vorträge und Ähnlichem tragen MitarbeiterInnen des KHM-Museumsverbands auch außerhalb der Kunstvermittlung aktiv zum Bildungsangebot bei.

Nicht zu vernachlässigen ist auch die simple Tatsache, dass über 1,3 Millionen Menschen im vergangenen Jahr die Museen des KHM-Museumsverbands besucht haben ohne vom Angebot einer organisierten Aktivität Gebrauch zu machen. Auch diese BesucherInnen haben selbstverständlich einen Beitrag zu ihrer kulturellen Bildung geleistet.

Forschung im KHM-Museumsverband

► **Forschung ist Wachstums- und Wohlstandstreiber**

Forschung und Wissenschaft beeinflussen letztendlich jeden Aspekt unseres Lebens. In der Fachliteratur ist man sich weitestgehend darüber einig, dass Forschung und wissenschaftliche Tätigkeiten auch für das Wirtschaftswachstum eines Landes von enormer Bedeutung sind. Von der Ansiedlung von Wissenschaftsbetrieben profitieren ganze Regionen, ein großer Teil des Wachstums der vergangenen Jahrzehnte ist letztlich auf Forschungstätigkeiten zurückzuführen (vgl. Hulton, 2009).

▶ **Der KHM-Museumsverband als wichtiger Faktor in der Forschungslandschaft**

Von den 728 Beschäftigten im KHM-Museumsverband werden 150 MitarbeiterInnen ausdrücklich dem wissenschaftlichen Betrieb zugeordnet. Dies entspricht einem Anteil von rund 20 Prozent. Betrachtet man die Vollzeitäquivalente, liegt der Anteil der wissenschaftlichen MitarbeiterInnen laut Geschäftsbericht sogar bei 30 Prozent, da diese seltener in Teilzeitverhältnissen beschäftigt sind.

Laut Österreichischem Forschungs- und Technologiebericht besteht die außeruniversitäre Forschung in Österreich aus der Akademie der Wissenschaften, dem privaten gemeinnützigen Sektor, dem kooperativen Bereich im Unternehmenssektor und dem Sektor Staat, dem der KHM-Museumsverband zugeordnet werden kann.

Insgesamt sind in der außeruniversitären Forschung im Sektor Staat 6.185 Menschen beschäftigt. 11,8 Prozent davon sind Beschäftigte des KHM-Museumsverbands. Damit ist dieser KHM-Museumsverband eine der bedeutendsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen Österreichs.

▶ **Forschungsvielfalt mit geisteswissenschaftlichem Schwerpunkt**

Eine Besonderheit ist dabei vor allem die Vielfalt der Forschungsdisziplinen innerhalb des KHM-Museumsverbands. Ein besonderes Hauptaugenmerk gilt den Bereichen Kunstgeschichte, Archäologie, Numismatik, Sozialanthropologie, Theater- oder Geschichtswissenschaft. Aber auch die Restaurierung ist international hoch anerkannt, wodurch auch andere Häuser sich bedenkenlos mit Leihgaben an den Ausstellungen beteiligen können.

▶ **Neue Erkenntnisse durch naturwissenschaftliche Forschung**

Im Bereich der naturwissenschaftlichen, technologischen angewandten Forschung hat der KHM-Museumsverband mit seinem naturwissenschaftlichen Labor ein Alleinstellungsmerkmal in der österreichischen Museenlandschaft. Auch international leisten sich Museen nur vereinzelt eine solche Abteilung.

In enger Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen aller Sammlungen, RestauratorInnen sowie der Klimabeauftragten kümmert sich das naturwissenschaftliche Labor um präventive Konservierung und zerstörungsfreie Analysen der Exponate. In zahlreichen wissenschaftlichen Publikationen widmet man sich hier so unterschiedlichen Forschungsfragen wie der Erhaltung historischer Objekte, der Analyse diverser Materialien, Schadstoffmessungen oder verschiedenen Methoden der Restaurierung. Es werden Methoden und Geräte entwickelt, Projekte in Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Kooperationspartnern durchgeführt und laufend Ergebnisse auf Fachtagungen im In- und Ausland sowie in eigenen Publikationen vorgestellt. Außerdem bietet das naturwissenschaftliche Labor seine Dienste auch externen Museen, Sammlungen, Restauratoren usw an.

► **Beitrag zur Bedeutung des Forschungsstandorts**

Forschung, die vor Ort stattfindet, ist jedoch nur ein Teil der wissenschaftlichen Tätigkeit des KHM-Museumsverbands. Es findet auch eine rege Kooperation mit Universitäten und anderen Einrichtungen im In- und Ausland statt. Diese Tätigkeiten reichen von gemeinsamen Forschungsprojekten oder Führungen für Gruppen von Studierenden und fachspezifischen Lehrveranstaltungen bis hin zu Praktika für StudentInnen aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen und der Betreuung von Abschlussarbeiten in allen Bereichen des KHM-Museumsverbands. Es wird also einerseits von MitarbeiterInnen selbst geforscht aber andererseits auch Know-How und Infrastruktur für die Forschung Anderer zur Verfügung gestellt. Somit werden im KHM-Museumsverband nicht nur eigene wissenschaftliche Erkenntnisse geschaffen und geteilt sondern es wird auch der Wissenschafts- und Forschungsstandort Wien und Österreich gestärkt.

► **Wissenschaftliche MitarbeiterInnen produzieren beachtlichen Output**

Der wissenschaftliche Output der MitarbeiterInnen des KHM-Museumsverbands im vergangenen Jahr ist im Jahresbericht dokumentiert. Insgesamt wurden 394 wissenschaftliche Tätigkeiten hervorgebracht. Die Bandbreite reicht von Artikeln in wissenschaftlichen Journalen über Vorträge vor Fachpublikum bis zu Lehrveranstaltungen an Universitäten. Mit den "Technologischen Studien" und dem „Jahrbuch des Kunsthistorischen Museums“ werden regelmäßig eigene wissenschaftliche Publikationen in den verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen veröffentlicht.

Wenig überraschend betrifft ein Großteil des Outputs die Kunstgeschichte. Aber auch in den Bereichen Provenienzforschung, Kunstvermittlung, Konservierung/Restaurierung, Theaterwissenschaft, Numismatik, Archäologie oder Geschichtswissenschaft waren die MitarbeiterInnen des KHM-Museumsverbands im vergangenen Jahr wissenschaftlich tätig.

Tabelle 3: Wissenschaftlicher Output der MitarbeiterInnen des KHM-Museumsverbands nach Art

Art	Anzahl	Anteil
Artikel in wissenschaftlichen Journalen	101	25,6 %
Lehrveranstaltungen	39	9,9 %
Beiträge zu Ausstellungskatalogen	60	15,2 %
Vorträge/Präsentationen bei Fachtagungen	133	33,8 %
Kuratieren von Ausstellungen	33	8,4 %
Publikation von Büchern	8	2,0 %
Bestandskataloge/Monographien	5	1,3 %
Wissenschaftliche Exkursionen	4	1,0 %
Wissenschaftliche Workshops	6	1,5 %
Wissenschaftliche Interviews	2	0,5 %
Diplomarbeitsbetreuungen	3	0,8 %
Insgesamt	394	

Quelle: KHM Jahresbericht 2013. Eigene Darstellung.

Tabelle 4: Wissenschaftlicher Output der MitarbeiterInnen des KHM-Museumsverbands nach Fachrichtung

Fachrichtung	Anzahl	Anteil
Kunstgeschichte	165	41,9 %
Provenienzforschung	16	4,1 %
Kunst/Kunstvermittlung	25	6,3 %
Konservierung/Restaurierung	59	15,0 %
Archäologische Fächer	45	11,4 %
Numismatik	30	7,6 %
Theaterwissenschaft	20	5,1 %
Geschichtswissenschaft	22	5,6 %
Sonstige	12	3,0 %
Insgesamt	394	

Quelle: KHM Jahresbericht 2013. Eigene Darstellung.

Innovation im KHM-Museumsverband

► Ein vielstrapazierter Begriff

Innovationen sind neue oder merklich verbesserte Produkte oder Dienstleistungen, die das Unternehmen auf dem Markt eingeführt hat.

Innerhalb des Unternehmens handelt es sich dabei um neue bzw merklich verbesserte Prozesse, Verfahren, organisatorische Neuerungen oder Neuerungen im Marketing.

Innovation ist zudem der wichtigste Wachstumstreiber für Unternehmen bzw Regionen, schafft Beschäftigung und sichert den Standort.

► Innovationen in vielen Bereichen des KHM-Museumsverbands

In vielen Bereichen des KHM-Museumsverbands wird auf vielfältige Art und Weise sehr innovativ gearbeitet. Die Innovationen reichen von Ausstellungskonzepten und neuen Wegen der Kunstvermittlung über organisatorische Veränderungen bis hin zu innovativen Ansätzen bei Gebäudenutzung oder Forschungsfragen. Auch in den Bereichen Fundraising, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing versucht man mit neuen Ideen zusätzliche Geldquellen und BesucherInnenschichten zu erschließen. Alle von der Fachliteratur identifizierten

Innovationsarten (Produktinnovation, Prozessinnovation, Organisatorische Innovation, Marketinginnovation) sind dabei vertreten.

▶ **Kunstvermittlung**

Während traditionelle Kunstvermittlung aus kaum mehr als Führungen bestand, findet sie inzwischen auf vielfältige und kompetente Art und Weise statt. Seit 2010 gibt es etwa ein Atelier, in dem BesucherInnen des Kunsthistorischen Museums sich selbst kreativ betätigen können. Kinder- und SchülerInnengruppen, aber auch Erwachsene werden in Workshops und anderen interaktiven Vermittlungsmethoden dazu ermutigt sich kritisch mit Kunstwerken und den von ihnen behandelten Themen auseinanderzusetzen. Besonders innovative Konzepte, wie die Beteiligung von Flüchtlingen oder Opfern von Gewalt an SchülerInnenworkshops, um Kindern die Aktualität dieser seit jeher in der Kunst behandelten Themen vor Augen zu führen, wurden in der Vergangenheit auch durch Fördermittel des Bildungsministeriums unterstützt.

▶ **Theatermuseum**

Das Theatermuseum ist durch die Abwesenheit des behandelten Themas, nämlich des Theaters an sich, gezwungen, besonders innovativ zu sein. Durch inszenierte Ausstellungen, dem Zwischenspiel zwischen Archiv und Museum, der Anwendung von verschiedensten Vermittlungsmethoden, dem Abhalten von Lesungen, Konzerten, Symposien und auch Aufführungen wird das jeweilige Thema auf vielfältigste Weise umspielt. Darüber hinaus nimmt das Theatermuseum durch zahlreiche Veranstaltungen eine Rolle als Vernetzer zwischen Oper, Filmarchiv, Universitäten, Bühnen, Schulen und anderen Einrichtungen wahr. Der Beitrag des Theatermuseum zur sozialen Kohäsion durch Themensetzung wird bereits weiter oben beschrieben.

▶ **Münzkabinett**

Auf ebenfalls sehr spezifische Weise innovativ ist man im Münzkabinett des Kunsthistorischen Museums. Einerseits wurden neue, digitale Möglichkeiten gefunden um die Sammlung einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, andererseits wurde durch intensive Forschung mit einem Stickstoffschränk eine neue Methode zur Aufbewahrung von Münzen entwickelt um Korrosionen zu verhindern.

Gemeinsam mit der Universität Wien und der Akademie der Wissenschaften wurde ein digitaler Bestandskatalog erstellt und in Zusammenarbeit mit dem Israelmuseum in Jerusalem weiterentwickelt. Auch mit den Staatlichen Museen zu Berlin und der Münze Österreich gibt es Kooperationen um gemeinsame Webplattformen, digitale Archive und neue Ausstellungskonzepte zu entwickeln.

► **Jahreskarte**

Im November 2009 hat der KHM-Museumsverband mit der Einführung der KHM-Jahreskarte für eine Neuheit in der Museumslandschaft gesorgt. Zum Preis von derzeit 34 Euro ist darin der Besuch aller sieben Museumsstandorte ein Jahr ab Kauf enthalten. Strategisches Ziel der Einführung einer KHM-Jahreskarte war die Schaffung eines preiswerten Ticketangebots, insbesondere für Gäste aus dem Einzugsgebiet Wien, das den wiederholten Besuch fördert und die Bindung zum Museum erhöht. Seit ihrer Einführung wurde die Jahreskarte über 150.000 mal verkauft.

► **Marketing, Kommunikation und Tourismusattraktion**

In den Bereichen Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising und Tourismus setzt man im KHM-Museumsverband auf innovative Zugänge um einerseits der Würde der Einrichtung zu entsprechen und um andererseits durch das Ablegen eines verstaubten Images neue Besucher zu gewinnen.

Eine tiefenpsychologische Studie des KHM-Museumsverbands führte zu der Erkenntnis, dass einer der Hauptgründe das Kunsthistorische Museum nicht zu besuchen, eine Art von Prüfungsangst sei. Ausbleibende BesucherInnen haben Angst sich durch mangelndes Wissen von Kunst und Geschichte zu blamieren und damit „unwürdig“ zu sein, diese große Kunst zu konsumieren. Dieser meist irrationalen Angst versucht man durch neue Positionierung bewusst entgegen zu wirken. Man steigert seine Präsenz im öffentlichen Raum durch das Verkaufen von Fahrradhelmen, nimmt an Streetart-Projekten teil und versucht ständig aufs Neue zu überraschen.

Auch im Fundraising versucht man durch das Angebot von Kunstpatenschaften, Erbschaftsfundraising oder Crowdfunding-Projekten neue Wege zu gehen.

Weitere innovative Zugänge sind audiovisuelle Elemente auf der Website oder maßgeschneiderte Führungen für EventkundInnen zu jedem nur erdenklichen Thema (so werden etwa ÄrztInnen zu Exponaten mit medizinischem Bezug geführt oder Unternehmensberater zu Gemälden, die Beratungssituationen darstellen).

Auch wird inzwischen vermehrt Wissenschafts-PR betrieben um den KHM-Museumsverband auch als Forschungseinrichtung zu positionieren (siehe auch den Abschnitt dazu weiter oben).

Um auch in Zukunft eine besondere Tourismusattraktion zu bleiben, ist der KHM-Museumsverband Kooperationen mit Reiseveranstaltern, Fremdenführern sowie dem Wien-, Tirol- und Österreich-Tourismus eingegangen. Spezifische Aktivitäten wie die „Kunstkammer on Tour“, um die Wiedereröffnung der Kunstkammer in ganz Europa zu bewerben oder das Erscheinen von Werbebannern mit einem Link zum KHM-Onlineshop bei potenziellen

Kunden in spezifischen Zielmärkten beim Buchen eines Wien-Flugs sind besonders innovative Herangehensweisen in diesem Bereich.

Eine integrierte Kommunikation über Website, Blog, Newsletter und Social Media haben alle diese Bereiche gemein. Auch das ist im österreichischen Kulturbereich eine Novität.

► **Gebäudemanagement**

Eine der größten technischen Herausforderungen der Gegenwart besteht darin empfindliche Kunstgegenstände und Exponate in historischen Bauten sachgerecht aufzubewahren und zu präservieren. Um gleichzeitig auch Energie zu sparen und das Wohlbefinden der Museumsbesucher nicht außer Acht zu lassen, muss hier auf ein komplexes Zusammenspiel aus Licht-, Luft- und Klimaverhältnissen geachtet werden. Auf diese Herausforderungen reagierte der KHM-Museumsverband im Jahr 2011 als erste Museumseinrichtung Österreichs mit der Einstellung einer eigenen Klimabeauftragten. Die Existenz dieser Stelle allein muss schon als Innovation bezeichnet werden. Sie dient als „Schaltstelle“ zwischen Haustechnik und RestauratorInnen und ist für alle Fragen bezüglich Raumtemperatur, Lichtverhältnisse, Luftzirkulation usw. zuständig. In enger Zusammenarbeit mit dem naturwissenschaftlichen Labor wird ein regelmäßiger Klima Jour Fixe mit allen Abteilungen abgehalten. Die Innovationen in diesem Bereich sind vielfältig, sie betreffen sowohl neuartige Produkte als auch Prozesse und umfassen online Klimamonitoring (Echtzeitüberwachung von Luftfeuchtigkeit und Temperatur über WLAN, etwa in der Schatzkammer), thermische Gebäudesimulationen um Auswirkungen bestimmter Maßnahmen vorhersehen zu können, Strömungssimulationen, Etablierung einer Software zur Bestimmung von Verglasungsvarianten uvm.

Zusätzlich betreibt die Klimabeauftragte, teilweise in Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen, Forschung zu Wärme, Licht und Beschattungssystemen. Immer wieder werden aktuellste Maßnahmen und Techniken für den Museumsbetrieb adaptiert und angewandt. Man war auch an der Entwicklung und Verbesserung von fachspezifischen Softwareprogrammen beteiligt und durfte diese dadurch auch vor deren Markteinführung nutzen.

Die Forschungsergebnisse und erworbenen Expertisen werden mit anderen Museen und Eigentümern historischer Gebäude geteilt. Das Klimamanagement fungiert daher nicht nur als Vorbild für andere Einrichtungen, sondern diese profitieren auch direkt von den Innovationen des KHM-Museumsverbands in diesem Bereich.

► **Depot**

Im Jahr 2009 wurde im KHM-Museumsverband der Beschluss gefasst, ein neues, zentrales Depot zu errichten und die Sammlungsbestände von den vorherigen neun Standorten dorthin zu übersiedeln. Durch den Neubau des Depots in Himberg ist der Lagerbedarf des

Kunsthistorischen Museums ebenso wie der angeschlossenen Häuser für 30 Jahre gedeckt. Auf einer Fläche von rund 14.000 Quadratmetern wurde das Projekt innerhalb von acht Monaten fertiggestellt, der Umzug aller extern gelagerten Bestände ist seit 2011 abgeschlossen. Durch die verwendeten Materialien und Technologien konnten sowohl optimale klimatische Bedingungen als auch ein minimaler Energieverbrauch sichergestellt werden. Ein innovatives, hocheffizientes und gleichzeitig einfaches Gebäudekonzept unterscheidet dieses Depot von bisher üblichen Depotneubauten.

► **Notfallverbund**

Auf Initiative des Sicherheitsmanagements des KHM-Museumsverbands wurde ein Verbund österreichischer Museen und Bibliotheken geschaffen, die einander im Notfall Ressourcen (Material, Manpower, Depotfläche, Know-how) zur Verfügung stellen. Damit konnte erstmalig in Österreich ein solcher Zusammenschluss erreicht werden. Derzeit hat dieser Verbund 25 Mitglieder.

Ziel des Notfallverbundes ist es, den Verlust oder die Beschädigung österreichischen Kulturgutes durch Brand, Wasser, Umwelteinflüsse, technische Defekte oder andere unvorhersehbare Ereignisse sowie Ereignisse höherer Gewalt zu verhindern bzw. zu minimieren.

Die gegenseitige Hilfestellung besteht aus einer Bündelung materieller, räumlicher und personeller Ressourcen sowie der Vernetzung vorhandener Fachkompetenzen.

Mitglieder erhalten ein Passwort, das ihnen Zugang zu einem speziellen Bereich der Website des Notfallverbunds gewährt. In diesem Mitgliederbereich werden Informationen über verfügbare Ressourcen und Ansprechpartner zur Verfügung gestellt. Im Notfall kann sich ein betroffenes Mitglied so rasch Überblick verschaffen und benötigte Hilfsmittel anfordern oder um fachlichen Rat fragen.

Im Sinne einer intensiven Zusammenarbeit von Institutionen mit ähnlichen Aufgaben und Problemstellungen sowie mit Einsatzkräften der Blaulichtorganisationen soll der Notfallverbund ein Forum zum regen gegenseitigen Austausch bieten.

Einmal jährlich findet ein Treffen der Partner des Notfallverbundes statt, bei dem Vorträge und Workshops zum Notfall- und Krisenmanagement angeboten werden. Auch Vertreter von Polizei und Feuerwehr nehmen daran teil. In einem vierteljährlichen Newsletter an die Mitglieder wird Aktuelles zum Themenbereich Notfall- und Krisenmanagement diskutiert.

► **Personalmanagement**

Hier nimmt der KHM-Museumsverband mit seinen organisatorischen Innovationen eine Pionierrolle in der österreichischen Kunst- und Kulturlandschaft ein. Im Jahr 1999 wurde der erste Kollektivvertrag im Bereich der Museen geschaffen und 2009 aktualisiert. Diesen Kollektivvertrag kann man ohne Weiteres als Orientierungshilfe in der Vertragsgestaltung in

anderen Museen und kulturellen Einrichtungen bezeichnen. Durch seine Vorreiterrolle wurde der KHM-Museumsverband hier zu einem österreichweiten Vorbild. Nicht nur der Kollektivvertrag selbst ist eine Novität in der Branche, auch inhaltlich kann man ihn als innovativ bezeichnen. So findet sich darin ein bezahlter „Papamonat“ in den ersten drei Lebensmonaten des Kindes. Der KHM-Museumsverband war eines der ersten Unternehmen in Österreich, das eine solche Regelung vertraglich garantierte.

Weiters gibt es im KHM-Museumsverband seit 2010 erstmalig in Österreich maßgeschneiderte, kollektivvertraglich gesicherte Regelungen für KunstvermittlerInnen. In einer Art Hybrid-System zwischen Anstellung und Arbeit auf Honorarbasis profitieren die Betroffenen von der Sicherheit eines Angestelltenverhältnisses ohne ausschließlich an Einrichtungen des KHM-Museumsverbands gebunden zu sein.

Eine weitere Innovation betrifft den Bereich der geringfügig Beschäftigten (vor allem StudentInnen) im Aufsichtsdienst. Hier wurde ein Pool als Kapazitätspuffer geschaffen und die Beschäftigungsverhältnisse werden ebenfalls im Kollektivvertrag geregelt. Die Qualität wird durch verpflichtende Trainings vor Arbeitsbeginn sichergestellt.

Der KHM-Museumsverband als guter Arbeitgeber

► **Stabile Beschäftigungsverhältnisse im Vordergrund**

Im KHM-Museumsverband setzt man auf sichere Beschäftigungsverhältnisse. Die 728 Beschäftigten sind mit fixen Verträgen ausgestattet.

► **Viele Teilzeitarbeitsplätze mit hoher Qualität**

Die Teilzeitquote beträgt knapp 60 Prozent, wobei 44 Prozent der beschäftigten Männer und 69 Prozent der beschäftigten Frauen im Unternehmen Teilzeit arbeiten. Im Vergleich zu allen Erwerbstätigen in Österreich sind diese Zahlen überdurchschnittlich hoch. Österreichweit beträgt die Teilzeitquote bei unselbstständig Beschäftigten 26,5 Prozent. Der österreichweite Unterschied zwischen den Geschlechtern ist dabei sehr groß, knapp 46 Prozent der unselbstständig beschäftigten Frauen aber nur 8,5 Prozent der unselbstständig beschäftigten Männer arbeiten Teilzeit.

Um die Teilzeitquoten der MitarbeiterInnen des KHM-Museumsverbands besser einordnen zu können, lohnt es sich jedoch auf Zahlen aus den Bereichen „Kultur“ und „Forschung und Entwicklung“ zurück zu greifen:

Die letzte diesbezügliche Erhebung von Statistik Austria im F&E-Bereich im Jahr 2011 besagt, dass zwar knapp 107.950 Personen in Forschung und Entwicklung beschäftigt sind, dies aber nur 61.170 Vollzeitäquivalenten, also mehr als 43 Prozent weniger, entspricht. Daraus lässt sich zwar keine Teilzeitquote schließen, es ist aber ein Hinweis auf weit verbreitete Teilzeittätigkeiten in der Branche.

Von den 179.800 Personen, die laut Statistik Austria im Jahr 2012 einer Tätigkeit mit Kulturbezug nachgegangen sind, waren 119.500, oder rund 66,5 Prozent, in einem Teilzeitverhältnis.

Nimmt man also Kultur und Forschung, die beiden Branchen, in welche die MitarbeiterInnen des KHM-Museumsverbands am ehesten einzuordnen sind, als Maßstab, erscheinen deren Teilzeitquoten nicht mehr als außerordentlich hoch, sie liegen sogar unter dem Gesamtwert der Kulturberufe insgesamt.

Erwähnenswert ist auch der hohe Anteil an Männern, die Teilzeit arbeiten. Dies hängt auch damit zusammen, dass es sich hier trotz Teilzeit nicht um prekäre, sondern um sichere und gut bezahlte Dienstverhältnisse handelt.

Knapp 22 Prozent der MitarbeiterInnen leisten regelmäßig Über- bzw Mehrstunden, was etwas über dem Österreich-Schnitt von 19,4 Prozent liegt.

► **Ausgeglichene Altersstruktur**

Knapp 64 Prozent der Beschäftigten im KHM-Museumsverband sind jünger als 45, 12,5 Prozent sind älter als 55 Jahre. Die Altersstruktur ist damit relativ ausgeglichen – verglichen etwa mit Industriebeschäftigung sind sowohl die jüngeren als auch die älteren Altersgruppen stärker repräsentiert.

Nimmt man die Erwerbstätigen im Kulturbereich als Maßstab, entspricht die Altersstruktur der Belegschaft des KHM-Museumsverbands ziemlich genau dem Gesamtbild der Branche. Der Anteil der Beschäftigten zwischen 15 und 24 Jahren ist mit 12,37 Prozent größer als in der gesamten Branche insgesamt (9,9 Prozent), jener der MitarbeiterInnen zwischen 25 und 49 dafür etwas kleiner (63,27 Prozent vs 65,9 Prozent). Der Anteil der Beschäftigten über 50 ist annähernd gleich (24,37 Prozent vs 24,2 Prozent).

► **Gut gerüstet für demographische Entwicklungen**

In Zukunft werden weniger junge Nachwuchskräfte zur Verfügung stehen: Die erwerbstätige Bevölkerung in Österreich wird zwar bis zum Jahr 2020 um 130.000 Personen zunehmen, wobei aber bei den Jüngeren (15 bis 45 Jahre alt) eine Abnahme um 240.000 und bei den Älteren eine Zunahme von 370.000 prognostiziert wird (Quelle: Statistik Austria).

In Hinblick auf diese demographischen Veränderungen sind spezielle Maßnahmen zur Sicherstellung der Leistungsfähigkeit der älteren MitarbeiterInnen sinnvoll, zumal ihre Erfahrung und Potenziale wichtige Ressourcen im Unternehmen sind. Durch interne Qualifizierungsmaßnahmen und Ausbildung junger Beschäftigter, deren relativ hohen Anteil an der Gesamtbelegschaft sowie ungebrochenes Vertrauen in ältere ArbeitnehmerInnen dürfte der KHM-Museumsverband aber für diese Entwicklung gut gerüstet sein.

► **MitarbeiterInnen bleiben durchschnittlich 6,9 Jahre im Betrieb...**

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit der aktuellen Belegschaft von 6,9 Jahren liegt unter dem Österreichdurchschnitt von 9,6 Jahren für unselbstständig Beschäftigte.

(vgl Statistik Austria Arbeitsmarktstatistiken 2013: Detaillerggebnisse).

Bei den unselbstständig Beschäftigten nur in Kunst- bzw Forschungsbetrieben liegt der Durchschnitt jedoch auch nur bei 7,0 bzw 7,4 Jahren. Damit weicht der KHM-Museumsverband in dieser Hinsicht nicht vom Branchen-Durchschnitt ab. Auch der hohe Anteil junger Beschäftigter dürfte zu dieser relativ hohen Volatilität beitragen.

► **...und verdienen dort entsprechend ihren Qualifikationen**

Der durchschnittliche Bruttojahresverdienst als MitarbeiterIn des KHM-Museumsverbands beträgt 41.300 Euro und liegt damit deutlich über dem Österreichdurchschnitt von 36.258 Euro für Angestellte. Dies dürfte an der durchwegs hohen Qualifikation der Beschäftigten des KHM-Museumsverband liegen und entspricht laut Einkommensbericht der Statistik Austria

dem Einkommen von akademischen Berufen im Bereich „JuristInnen, SozialwissenschaftlerInnen und Kulturberufe“ (arithmetisches Mittel 40.789 Euro).

▶ **Frauen verdienen sogar noch mehr als Männer**

Von einer Diskriminierung der weiblichen Angestellten durch niedrigere Gehälter kann im KHM-Museumsverband im Gegensatz zu weiten Teilen der Wirtschaft keine Rede sein. Im Gegenteil, die Durchschnittslöhne der Frauen liegen mit 41.500 Euro knapp über jenem der Männer (41.000 Euro). Der Anteil der weiblichen Führungskräfte liegt mit knapp 30 Prozent im österreichischen Durchschnitt.

▶ **Der KHM-Museumsverband ist attraktiver Arbeitgeber für Beschäftigte mit Familien...**

Eltern eine möglichst frühe Rückkehr in den Beruf zu ermöglichen gilt als wesentlicher Erfolgsfaktor um qualifizierte MitarbeiterInnen langfristig im Unternehmen halten zu können und den Abbau von Humankapital zu verhindern (siehe zB OECD 2012). Wichtig dabei ist es auch Elternkarenzen insbesondere auch für Männer attraktiv zu machen, was offenbar im KHM gilt: 21 Prozent der karenzierten MitarbeiterInnen im KHM sind Männer. Österreichweit sind es lediglich 8,4 Prozent (2011) männliche Karenzgeldbezieher.

Außerdem bleiben sowohl bei den Mitarbeiterinnen als auch bei den Mitarbeitern 100 Prozent langfristig nach der Rückkehr aus der Karenz (und nach Ablauf der Behaltefrist) im Unternehmen.

▶ **...und für hochqualifizierte MitarbeiterInnen**

25 Prozent der Belegschaft des KHM-Museumsverbands haben einen Universitäts- bzw Fachhochschulabschluss, was deutlich über der österreichweiten AkademikerInnenquote von 19 Prozent liegt.

Neben der anspruchsvollen Tätigkeit in den Museen des KHM-Museumsverbands wird diesen Expertinnen auch die Möglichkeit geboten, sich über Netzwerke, wie etwa ICOM Österreich, mit anderen zu vernetzen und damit immer auf dem neuesten internationalen Forschungsstand zu sein.

▶ **Best Practice für die Branche: Qualification für den Besucherdienst**

Typischerweise wird der Bereich Besucherdienst in Museen ausgesourct, meistens an Sicherheitsfirmen. Dadurch fehlt es in diesem Bereich oft an der nötigen Sensibilität und fachlichen Kompetenz um den BesucherInnen zB als Auskunftsperson zur Verfügung zu stehen. Um eine stärkere KundInnenorientierung zu gewährleisten, setzt der KHM-Museumsverband daher auf eine interne Lösung. Als zweiter Kulturbetrieb Österreichs ist er dem Qualifizierungsprogramm Echocast beigetreten. In diesem Rahmen wurde ein internes Trainerteam installiert, das für die Qualifizierung der MitarbeiterInnen des Besucherdienstes zuständig ist. Neben der höheren Qualität der KundInnenbetreuung in den eigenen

Einrichtungen wird dadurch auch eine de-facto Qualifikation für Aufsichtspersonal geschaffen, woran sich wiederum die gesamte Branche in Österreich orientieren kann.

► **Durch sicheren Arbeitsplatz Krankheitstage verringern**

Die durchschnittlich 9,9 Krankenstandstage pro MitarbeiterIn des KHM-Museumsverbands sind unter dem Österreichdurchschnitt (Statistik Austria: 13 Tage pro ArbeitnehmerIn). Auch in der Wirtschaftsklasse „Kunst, Unterhaltung und Erholung“ fallen mit 11,3 mehr Krankenstandstage pro MitarbeiterIn an. Der Anteil der Krankenstandstage, die durch Arbeitsunfälle verursacht wurden, ist laut WIFO Fehlzeitenreport 2013 mit 0,2 Prozent verschwindend gering und nicht überraschend sehr deutlich unter dem österreichischen Durchschnitt von 6,5 Prozent (in den natürlich auch Arbeitsunfälle in der Sachgüterproduktion und der Bauwirtschaft einfließen). Die Krankenstandsquote (Summe aller Krankenstandstage dividiert durch das Arbeitsvolumen im Jahr, ein Indikator für den Verlust an Jahresarbeitstagen aufgrund von Krankenständen) liegt mit 2,7 Prozent knapp unter der durchschnittlichen Krankenstandsquote von 2,9 Prozent in der Wirtschaftsklasse „Kunst, Unterhaltung und Erholung“.

Literatur

Aghion, Philippe et al (2008). Science, technology and Innovation for Economic Growth. Stanford Institute for Economic Policy Research.

Bowen, Daniel et al (2013). Learning to think critically: A visual art experiment. In: Educational Researcher, Vol. 43, No. 1. 37-44

Dayton-Johnson, Jeff (2001). Social Cohesion and Economic Prosperity.

European Task Force on Culture and Development (1997). In from the margins. Straßburg: Council of Europe Publishing.

Felderer, Bernhard et al (2008). Prüfung ausgewählter geförderter Kunst- und Kultureinrichtungen bezüglich ihrer ökonomischen Wirkungen in Österreich. IHS.

Godin, Benoit/Dore, Christian (2005). Measuring the Impacts of Science: Beyond the Economic Dimension.

Gottschalk, Ingrid (2006). Kulturökonomik. Probleme, Fragestellungen und Antworten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Guetzkow, Joshua (2002). How the Arts Impact Communities: An introduction to the literature on arts impact studies. Princeton University Center for Arts and Cultural Policy Studies.

Häferle, Eva et al (2005). Die wirtschaftliche Bedeutung von Kultur und Creative Industries. Wien im Städtevergleich mit Barcelona, Berlin, London, Mailand und Paris. österreichische kulturdokumentation.

Heintschel, Katrin (2009). Wiener Gästebefragung 2004-2009. WienTourismus.

Helibrun, James/Gray, Charles M. (2010). The Economics of Arts and Culture. Second Edition. Cambridge et al: Cambridge University Press.

Hulton, Charles R. (2009). Growth Accounting.

National Bureau of Economic Research.

KEA European Affairs (2009). The Impact of Culture on Creativity.
Generaldirektion für Bildung und Kultur, Europäische Kommission.

KHM, MVK, ÖTM (2014). Geschäftsbericht 2013.
KHM mit MVK und ÖTM.

Küng, Nina (2006). Regionale Identität durch den ORF: Eine Untersuchung am Beispiel der Fernsehsendung „Vorarlberg Heute“. Diplomarbeit Fakultät für Sozialwissenschaften Wien.
OECD (2003). The Economic and Social Aspects of Migration.

Kunsthistorisches Museum Wien (2014). Jahresbericht 2013.
KHM.

Lehar, Günther (2008). Besucherbefragung: Innsbruck und seine Feriendörfer.
Management Center Innsbruck.

Österreich Werbung (2014). Besucherzahlen von Sehenswürdigkeiten 2013.
http://www.austriatourism.com/wp-content/uploads/2014/07/2014e_besucherzahlen-von-sehenswuerdigkeiten-2013-ohne-wien1.pdf

Scott, Carol (2011). Museums: Impact and Value. In: Cultural Trends, Vol. 15, No. 1. 45-75.

Theatermuseum Wien (2014). Jahresbericht 2013.
KHM.

UNESCO (2006). Leitfaden für kulturelle Bildung.
http://www.unesco.at/bildung/kulturbildung_roadmap_de.pdf

van der Pol, Hendrik (2006). Key role of cultural and creative industries in the economy.
UNESCO Institute for Statistics.

http://www.wienkultur.info/wien_besucherzahlen.html

Winner, Ellen et al (2013). Kunst um der Kunst Willen? Ein Überblick.
OECD Publishing.

WKO (2013). Kreativwirtschaft Wien 2013.

Zorich, Diane M. (2012). Transitioning to a Digital World: Art History, its Research Centers, and Digital Scholarship. In: Journal of Digital Humanities, Vol. 1, No. 2. <http://journalofdigitalhumanities.org/1-2/transitioning-to-a-digital-world-by-diane-zorich/>

Agentur agnes streissler - wirtschaftspolitische projektberatung

▶ **Volkswirtschaftliche Strategieberatung**

In Strategieprozessen für Institutionen, Geschäftsbereiche oder Unternehmen analysieren wir deren relevantes Umfeld nach ökonomischen, politischen und sozialen Aspekten. Dies setzen wir in einer systemorientierten Strategieberatung in Beziehung zu den jeweiligen Kernkompetenzen und erarbeiten mögliche Zukunftsoptionen. Letztendlich führt dies zu einer klaren Vorstellung von Visionen und deren Umsetzungsmöglichkeiten.

▶ **Sozio-ökonomische Impact-Studien und Nicht-finanzielles Reporting**

Ein Unternehmen ist viel mehr wert als eine Zahl in einem Budget oder einer Bilanz! Über vielfältige Verbindungen in das Wirtschafts-, Sozial- und Ökosystem multiplizieren sich Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte. Wir analysieren diese Verbindungen entlang aller Nachhaltigkeitsaspekte, so dass sich am Ende ein umfassendes quantitatives und qualitatives Bild der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Unternehmens ergibt sowie die Risiken im Hinblick auf nicht-finanzielle Indikatoren richtig eingeschätzt werden können.

▶ **Querdenken im Stakeholder-Dialog**

Wirtschaftspolitische Fragen sind komplex und können immer öfter nur im Netzwerk und durch neue Impulse gelöst werden. Wir bieten solche Netzwerke an – „Just In Time Think Tanks“. Wir finden genau die benötigten ExpertInnen und erarbeiten neue, frische und individuelle Lösungen. Gemeinsam werden die wichtigsten Stakeholder identifiziert und deren Meinungen und Anliegen in den Strategieprozess zurück gespiegelt.

▶ **Fact Scouting**

Nicht für jede Fragestellung braucht es eine Studie Studie. Vieles liegt bereits vor. Wir analysieren maßgeschneidert für jede Aufgabenstellung relevante vorhandene Untersuchungen, Studien, Statistiken, bereiten Zahlen, Daten, Fakten auf, stellen Argumentarien zusammen und bereiten die Ergebnisse umsetzungsorientiert auf.

▶ **Pro Bono Leistungen**

Wir bieten ausgewählten KundInnen im Non Profit Bereich auch Pro Bono Leistungen an: Alljährlich stellen wir einen gewissen Teil unserer Arbeitszeit und Expertise für Evaluierungen und Strategieberatungen unentgeltlich für gemeinnützige Projekte zur Verfügung.

Für Referenzen und Details siehe:

www.agnesstreissler.at