

Paulina Ihlenfeldt

Kultur in Hamburg im Vergleich zu anderen europäischen Metropolen und Hafenstädten

TYP DES DOKUMENTS | TYPE OF THE DOCUMENT

Studienarbeit | Study Thesis

Nachnutzung | Reuse

Diese Publikation steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 4.0 International (CC BY 4.0 International). Sofern die Namen der Autor*innen/ Rechteinhaber*innen genannt werden, kann der Inhalt vervielfältigt, verbreitet, öffentlich aufgeführt und kommerziell genutzt werden. Außerdem dürfen Bearbeitungen angefertigt und verbreitet werden. Weitere Informationen und die vollständigen Bedingungen der Lizenz finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.



Kultur in Hamburg im Vergleich zu anderen europäischen Metropolen und Hafenstädten

Paulina Ihlenfeldt

1 Einleitung

1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit

Mit dem Begriff der Metropolen werden Weltstädte verbunden, die eine außerordentliche Bedeutung in Bezug auf Wirtschaft, Innovationen und Kultur besitzen. Bei den drei Städten, die in der Arbeit betrachtet werden, handelt es sich um Metropolen, die zusammen mit ihrem Umland eine Metropolregion gebildet haben. Nach Henner Lüttich versuchen immer mehr Regionen sich bestehenden Metropolregion anzuschließen oder selbst als Metropolregion anerkannt zu werden. Denn Metropolregionen nehmen auch eine Schlüsselposition für die Entwicklung der EU ein.¹

Insbesondere der Kultur in Europa wird eine zunehmende Bedeutung zugesprochen. So ist beispielsweise die Zahl der Unternehmen im Zeitraum 2012 bis 2018 in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland und vielen anderen europäischen Ländern stetig gestiegen.² Aus standortpolitischer Sicht dient Kultur als Anziehung auswärtiger Einkommen und zur Gewinnung und Bindung von Kaufkraft.³ Kulturelle Angebote wie Sportereignisse, Musikaufführungen und Museen prägen eine Metropole, beeinflussen ihr weltweites Image und haben somit besonderen Stellenwert. Kultur kann als weicher Standortfaktor die Lebensqualität und Attraktivität eines Standorts steigern.⁴

In dieser Arbeit wird die Kultur in Hamburg im Vergleich zu Barcelona und Marseille unter der Fragestellung untersucht, was die Kultur in der jeweiligen Metropole kennzeichnet, unterscheidet und wie sich diese zukünftig entwickelt.

Barcelona ist im Vergleich zu den anderen beiden Metropolen die bevölkerungsstärkste und erlangt im Jahre 1992 durch die Austragung der Olympischen Spiele internationale Bekanntheit. Daraufhin gab es einen Aufschwung im Tourismus und ein starkes Wachstum der Bruttowertschöpfung.⁵ Auch war Barcelona der erste Austragungsort des von der Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO) unterstützten Weltkulturfestivals⁶, wodurch Barcelona als europäische Metropole an Relevanz gewann.

Des Weiteren wird die Kultur der Metropole Marseille dargestellt. Marseille gilt als kulturelles und wissenschaftliches Zentrum Südfrankreichs und verfügt gleichzeitig über den viertgrößten Hafen Europas.⁷ Ebenso wurde Marseille im Jahr 2013 als Kulturhauptstadt Europas ernannt, was die kulturelle Bedeutung Marseilles für Europa hervorhebt. Marseille möchte seine Position als Mittelmeerstadt und Bindeglied zwischen Europa und dem Mittelmeerraum nutzen, um den kulturellen Austausch zu festigen.⁸

¹ Vgl. Lüttich (2010): S. 9.

² Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o. J).

³ Vgl. Lammers (2021) S. 27.

⁴ Vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2010): S. 8.

⁵ Vgl. Kuske/Prang (2003): S. 8.

⁶ Vgl. Sánchez (2007): S. 184.

⁷ Vgl. Kuske/Prang (2003): S. 14.

⁸ Vgl. Hôtel de Ville de Marseille (o. J.).

1.2 Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit

Zunächst ist es erforderlich die Begriffe Kultur, Kultur- und Kreativwirtschaft zu definieren und die Begriffe der Metropole und Metropolregion abzugrenzen, da diese für die Beantwortung der Fragestellung relevant sind. Im Anschluss wird die Kultur in drei europäischen Metropolen und Hafenstädten vorgestellt. Für einen Vergleich werden für jede Metropole folgende Aspekte beleuchtet:

- die Entstehung der jeweiligen Metropole,
- die Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Ausprägungen,
- die kulturellen Angebote in der jeweiligen Metropole und
- kulturelle Entwicklungen und Projekte in der Metropole.

Im vierten Kapitel folgt ein zusammenfassender Vergleich der Kultur in der Metropole Hamburg mit den beiden anderen Metropolen. Zudem wird ein Fazit gezogen, indem die wesentlichen Ergebnisse im Hinblick auf die Fragestellung zusammengefasst und zukünftige Entwicklungen dargelegt werden.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Kultur

Eine eindeutige Definition von Kultur gibt es nicht, da der Begriff sehr umfassend ist. Ursprünglich stammt der Begriff aus dem lateinischen Wort 'cultura' und bedeutet „die die Bearbeitung, Pflege, Bebauung und Anbau durch den Menschen in der Land- und Forstwirtschaft“. Demnach beinhaltet der Kulturbegriff alles durch den Menschen materiell und immateriell Geschaffene.⁹ Die UNESCO bezeichnet Kultur als die Gesamtheit der charakteristischen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Merkmale einer Gesellschaft oder einer sozialen Gruppe, die nicht nur Kunst und Literatur, sondern auch Lebensstile, Formen des Zusammenlebens, Wertesysteme, Traditionen und Überzeugungen umfasst.¹⁰

Daran anknüpfend entwickelte die UNESCO einen Kulturzyklus, der die Prozesse der Produktion und Verbreitung von Kultur über den gesamten Produktionszyklus hinweg abbildet. Der Kulturkreislauf umfasst dabei alle verschiedenen Phasen der Schaffung bzw. Entstehung, Produktion und Verbreitung von Kultur. Einige UNESCO-Mitgliedstaaten nutzen das Konzept des Kulturzyklus als Hilfsmittel, um zu verstehen, wie Kultur geschaffen, verbreitet, genutzt und bewahrt werden kann.

⁹ Lammers (2021) S. 8.

¹⁰ Vgl. UNESCO (2001): S. 2.

In der folgenden Abbildung sind die fünf Phasen den Kulturzyklus zu erkennen:

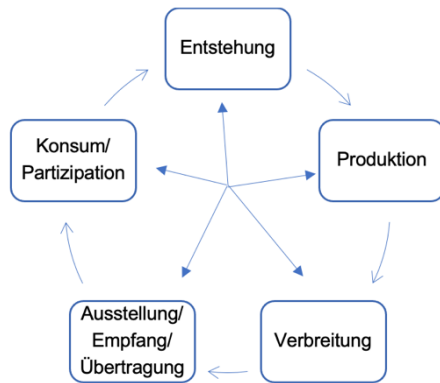


Abbildung 1: Kulturzyklus.
Quelle: In Anlehnung an UNESCO Institute for Statistics (2009): S. 20.

Die Entstehungsphase befasst sich mit dem Hervorbringen und Verfassen von Ideen und Inhalten und die Herstellung von Einzelstücken (z. B. Handwerk, bildende Kunst). In der Phase der Produktion werden die kulturellen Formen hergestellt (z. B. Musikinstrumente, Drucken von Zeitungen). Bei der Verbreitung werden die produzierten Kulturprodukte für Verbraucher und

Aussteller bereitgestellt (z. B. Großhandel, Einzelhandel und Verleih von Musikaufnahmen und Computerspielen). Unter der Ausstellung bzw. Übertragung wird der Ort verstanden, bei dem das kulturelle Wissen für das Publikum gewährt wird (z. B. Organisation von Festivals, Opernhäuser, Theater, Museen). In der letzten Phase folgt der Konsum bzw. die Partizipation. Diese umfasst die Aktivitäten des Publikums und der Teilnehmer, die kulturelle Produkte konsumieren und an kulturellen Aktivitäten und Erfahrungen teilnehmen (z. B. Bücher lesen, Teilnahme an Karnevalsveranstaltungen, Radio hören, Galerien besuchen).¹¹

Darüber hinaus kann Kultur als weicher Standortfaktor verstanden werden. Grundsätzlich sind Standortfaktoren „die Gesamtheit aller Faktoren, die ein Unternehmen bei der Wahl eines Standorts berücksichtigt“.¹² Standortfaktoren bilden alle wesentliche Entscheidungskriterien für Unternehmen ab, sich an einem Standort anzusiedeln.¹³ Neben den kulturellen Angeboten zählen ebenso die soziale Infrastruktur und die Umwelt- und Lebensqualität zu den weichen Standortfaktoren.¹⁴ Dabei dient die Kultur als Bindeglied zwischen Tourismus, Beherbergung, Gaststätten und Einzelhandel und wird somit in ökonomisch wirksame Aktivitäten integriert. Daher können durch kulturelle Angebote auswärtige Einkommen angezogen werden.¹⁵

2.2 Kultur- und Kreativwirtschaft

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie definiert die Kultur- und Kreativwirtschaft folgendermaßen: „Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“ Nach dieser Definition umfasst das Wirtschaftsfeld der Kultur- und Kreativwirtschaft folgende elf Teilmärkte und Branchen, wobei diese auch in weitere Untergruppen aufgeteilt werden können:¹⁶

¹¹ Vgl. UNESCO Institute for Statistics (2009): S. 19 f.

¹² Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (2018c).

¹³ Vgl. Mäding (2012): S. 110.

¹⁴ Vgl. Lahner (2020): S. 456

¹⁵ Vgl. Lammers (2021) S. 27.

¹⁶ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2009): S. 3.

Teilmärkte der Kulturwirtschaft	Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt
Kreativbranchen	Werbemarkt, Software/Games-Industrie (ggf. regionsspezifische neue Teilbranchen wie z. B. das Kunsthandwerk)

Abbildung 2: Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.
 Quelle: Lange (2018): S. 1245.

Die vielen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen auf, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht trennscharf erfasst werden kann.¹⁷ Wodurch die Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft aber charakterisiert werden können, ist dass sie Querschnittsbranchen sind. Das bedeutet, dass sie aus unterschiedlichen Wirtschaftszweigen wie beispielsweise dem Produktions- und Dienstleistungssektor und dem Handelssektor bestehen. Dieses unterscheidet sie von altindustriellen Branchen wie der Automobil- oder Chemieindustrie, die als homogene Wirtschaftszweige verstanden werden.¹⁸

Mit dem Begriff der Kultur- und Kreativwirtschaft befassen sich auch immer mehr internationale Organisationen wie die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) und der UNESCO.¹⁹ Ebenso hat sich die Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung mit der Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt. Sie beschreibt die Kultur- und Kreativwirtschaft als einen dynamischen Sektor im Welthandel, welcher sich aus materiellen Produkten und immateriellen geistigen oder künstlerische Dienstleistungen mit kreativem Inhalt und wirtschaftlichem Wert zusammensetzt.²⁰

2.3 *Metropole und Metropolregion*

Metropolen sind Groß- oder Hauptstädte, die das wirtschaftliche, politische und kulturelle Zentrum eines Landes darstellen.²¹ Nach Mieg sind sie sogenannte Referenzorte und haben eine Leit- und Vorbildfunktion.²² Obwohl sich in der Vergangenheit eingehend mit dem Begriff auseinandergesetzt wurde, fehlen heutzutage allgemein anerkannte Kriterien, nach welchen Metropolen identifiziert werden. Häufig wird die Einwohnerzahl herangezogen, um festzustellen, ob eine Metropole vorliegt. Meistens haben Metropolen zwischen einer und zehn Millionen Einwohner.²³ Darüber hinaus setzt sich das Verständnis für eine Metropole aus einer funktionalen und einer räumlichen Kategorie bzw. Dimension zusammen. Nach der funktionalen Kategorie konzentrieren sich in Metropolen hochwertige Funktionen, die als Motor der Entwicklung fungieren.²⁴ Unter anderem verfügen sie über eine Innovations- und Wettbewerbsfunktion, mit welcher durch kulturelle Einrichtungen wie Theatern und Museen sozialen und kulturelle Innovationen katalysiert werden.²⁵ Das heißt, dass Metropolen eine hohe Innovationskraft und eine sehr gute Infrastruktur vorweisen. Die räumliche Kategorie besagt, dass Metropolen

¹⁷ Vgl. Lange (2018): S. 1245.
¹⁸ Vgl. Söndermann (2007): S. 9.
¹⁹ Vgl. Söndermann (2007): S. 8.
²⁰ Vgl. United Nations (2008): S. 13.
²¹ Vgl. Springer Gabler Verlag (2018a).
²² Vgl. Mieg (2012): S. 11.
²³ Vgl. Lüttich (2010): S. 9.
²⁴ Vgl. Growe (2018): S. 1508.
²⁵ Vgl. Lüttich (2010): S. 10, Blotevogel (2002): S. 346.

aus einer Stadt oder aus mehreren nahen liegenden Städten bestehen, wobei die Stadt die vorher genannte Funktionalität besitzen muss.²⁶

Eine Metropolregion hingegen besitzt eine „überstädtisch-regionale Konzentration zentraler politischer und wirtschaftlicher Steuerungsfunktionen“.²⁷ Die Metropolregionen, die im Rahmen dieser Arbeit betrachtet werden, sind Metropolen, die zusammen mit ihrem Umland eine Metropolregion gebildet haben. In Deutschland wurde der Begriff der europäischen Metropolregion erstmals im Jahr 1995 durch die Ministerkonferenz für Raumordnung im Raumordnungspolitischen Handlungsrahmen eingeführt. In diesem werden sie als räumliche und funktionale Standorte beschrieben, die im internationalen Maßstab herausragende Funktionen einnehmen, welche über nationale Grenzen hinweg ausstrahlen. Demnach sind Metropolregionen national, international und global verflochten. Ebenso sind sie „[...] Motoren der gesellschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung und sollen die Leistungs- und Konkurrenzfähigkeit Deutschlands und Europas erhalten [...]“.²⁸ Allerdings hat sich in den darauffolgenden Jahren der Begriff der Metropolregion durchgesetzt, da die Verbindung zur europäischen Raumentwicklungspolitik nicht allein für eine Metropolregion maßgeblich ist.²⁹ Miege vertritt die Ansicht, dass Metropolregionen neu definiert wurden, um die Metropolfunktionen und die internationale Wettbewerbsfähigkeit einer Metropole zu stärken.³⁰

3 Überblick: Kultur in drei europäischen Metropolen und Hafenstädten

3.1 Hamburg

3.1.1 Entstehung der Metropole

Die Metropolregion Hamburg (MRH) umfasst 5,4 Millionen Einwohner und besteht aus der Freien und Hansestadt Hamburg und Teilen der drei umliegenden Bundesländer Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein. Die Metropolregion Hamburg ist eine von elf Metropolregionen in Deutschland.³¹ Die Kooperation innerhalb der MRH entstand 1960/1962 durch die Gründung von Förderfonds für die Förderung von Projekten kommunaler Gebietskörperschaften, nachdem von 1955 bis 1957 gemeinsame bilaterale Landesplanungen Hamburg und Schleswig-Holstein sowie zwischen Hamburg und Niedersachsen stattfanden.³² Nach der Unterzeichnung eines Staatsvertrags und dem Erarbeiten eines ersten regionalen Entwicklungskonzeptes, wurde die MRH im Jahr 1995 mit fünf weiteren Metropolregionen von der Ministerkonferenz für Raumordnung als europäische Metropolregion in Deutschland anerkannt. Durch die Schaffung der Metropolregionen sollte das Umland abseits des städtischen Zentrums stärker am Globalisierungsprozess teilhaben.³³

²⁶ Vgl. Growe (2018): S. 1508.

²⁷ Springer Gabler Verlag (2018b).

²⁸ Blotevogel (2002): S. 345 f.

²⁹ Vgl. Growe (2018): S. 1508.

³⁰ Vgl. Miege (2012): S. 22.

³¹ Vgl. Metropolregion Hamburg (o. J. a).

³² Vgl. Metropolregion Hamburg (o. J. b).

³³ Vgl. OECD (2019): S. 30, 33.

3.1.2 Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft

In der Freien und Hansestadt Hamburg waren im Jahr 2018 65.000 Personen im Kulturbereich tätig, was einen Anteil von 6,7% aller Erwerbstätigen ausmacht. Damit hat Hamburg im Vergleich zu anderen Bundesländern einen relativen hohen Anteil der Erwerbstätigen im Kulturbereich und liegt über dem Bundesdurchschnitt von 3,1%. Nur Berlin liegt mit 9% vor Hamburg.³⁴ In der Metropolregion Hamburg waren im Jahr 2015 134.175 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig, was etwa 4,7% an der Gesamtwirtschaft der MRH ausmacht. Zudem hat die Kultur- und Kreativwirtschaft der MRH einen Anteil von 8% an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.³⁵

Auffallend sind die regionalen Heterogenitäten innerhalb der Metropolregion im Bereich der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wenn Hamburg als Stadtstaat betrachtet wird, gibt es einen Anteil von 6,7% der Erwerbstätigen im Kulturbereich und als Metropolregionen hingegen nur 4,7%. Dies wurde auch im Datenbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion Hamburg festgestellt. Nach dem Bericht arbeiten 68,7 % aller Erwerbstätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft der MRH in der Freien und Hansestadt Hamburg, während die Hamburger Umlandkreise nur zwischen 2,4 und 3,2% aller Erwerbstätigen im Kulturbereich der MRH ausmachen. Des Weiteren ist zu erkennen, dass ungefähr 75% der Erwerbstätigen in der Software-/Games-Industrie, auf dem Presse- oder Werbemarkt und in der Designwirtschaft arbeiten.³⁶

3.1.3 Kulturelle Angebote

In der Metropolregion Hamburg sind vielfältige Kulturstätten zu finden. Bekannte Kulturstätten sind die Elbphilharmonie, die Speicherstadt und das Kontorhausviertel, welches zusammen mit dem Chilehaus als UNESCO-Welterbe anerkannt wurde. Darüber hinaus weisen die historischen Städte wie Lübeck, Wismar oder Lüneburg in der MRH eine kulturgeschichtliche Bedeutung auf.³⁷ Zudem hat sich Hamburg mit dem Theater im Hafen, der Neuen Flora und dem Operettenhaus zu einer Musicalmetropole entwickelt. Musicals wie ‚Tarzan‘, ‚Sister Act‘ und ‚Mamma Mia‘ wurden in Hamburg von dem Unternehmen Stage Entertainment uraufgeführt.³⁸ Außerdem zählt die Hamburgische Staatsoper mit dem Hamburger Ballett und dem Philharmonischen Staatsorchester zu den führenden Opernhäusern Europas.³⁹

Allerdings fehlt nach der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung eine gemeinsame Marketingstrategie, die die Kultur- und Tourismusangebote bündeln und für ein ausgeglichenes Wachstum in der Region sorgen kann. Mithilfe einer solchen Marketingstrategie könnte die MRH für Fachkräfte, Unternehmen und Touristen attraktiver werden.⁴⁰ Die Heterogenität der MRH könne als Chance genutzt werden, um durch ein breites touristisches Angebot verschiedene Zielgruppen in der ganzen Region anzusprechen. Dabei könnten die unterschiedlichen Möglichkeiten von städtischen und ländlichen Gebieten der MRH hervorgehoben werden, damit die gesamte Region vermarktet werden kann.⁴¹

³⁴ Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2020): S. 66.

³⁵ Vgl. Metropolregion Hamburg (2018): S. 11.

³⁶ Vgl. Metropolregion Hamburg (2018): S. 13, 15.

³⁷ Vgl. OECD (2019): S. 24.

³⁸ Vgl. Hamburg Marketing (o. J.).

³⁹ Vgl. Hamburg.de (o. J.).

⁴⁰ Vgl. OECD (2019): S. 17.

⁴¹ Vgl. OECD (2019): S. 27.

3.1.4 *Kulturelle Entwicklungen und Projekte*

Die Metropolregion Hamburg ist zusammen mit den anderen deutschen Metropolregionen im Initiativkreis Europäische Metropolregionen in Deutschland organisiert, welcher als strategische Plattform dient, um sich über Projekte und aktuelle raumordnerische und europäische Belangen auszutauschen.⁴² Zudem gehört die MRH mit anderen 50 europäischen Metropolregionen dem Network of European Metropolitan Regions and Area an.⁴³ Des Weiteren gibt es in Hamburg Vereine und Stiftungen, die sich für kulturelle Belange einsetzen, wie die Hamburgische Kulturstiftung, die seit 1988 vor allem künstlerischen Nachwuchs sowie Kinder- und Jugendkultur fördert.⁴⁴ Dann gibt es den Stadtkultur Hamburg e.V., welcher als Dachverband die Interessen der Akteure der Hamburger Stadteilkultur vertritt und Freiwilligenformate wie den Bundesfreiwilligendienst im Bereich der Kultur und Bildung stärkt.⁴⁵

3.2 *Marseille*

3.2.1 *Entstehung der Metropole*

Aufgrund seiner geostrategischen Lage fungiert Marseille „als Drehscheibe zwischen dem Mittelmeerraum und dem zentralen Wirtschaftsraum der EU.“ Mit der beginnenden Industrialisierung und der Erschließung der französischen Überseekolonien durchlief Marseille einen Aufschwung und ein starkes Bevölkerungswachstum.⁴⁶ Nach dem Ersten Weltkrieg entwickelten sich die wichtigsten französischen Raffineriestandorte im Gebiet des Étang de Berre und in Fos-sur-mer.⁴⁷ Nach dieser Phase des Aufschwungs, die bis in die 1950er Jahre andauerte, folgten tiefgreifende Transformationsprozesse. Die Verlagerung vieler Hafenfunktionen aus dem Stadtgebiet, demographische Veränderungen und die Folgen der Dekolonisierung und Deindustrialisierung führten in Marseille zu erheblichen Arbeitsplatzverlusten und einer daraus folgenden Abwanderung einkommensstarker Haushalte. Wegen der hohen Arbeitslosenquoten und steigender Armuts- und Kriminalitätsraten entstanden Segregationsprozesse innerhalb der Stadt. Deswegen wurde Marseille lange mit dem Image einer krisenreichen und gefährlichen Stadt, der ‚ville en crise‘, verbunden. Es gab keine Gentrifizierungsansätze oder Entwicklungsstrategien für die Region, sodass Marseille auch fast keine nationalen und internationalen Investitionen vorweisen konnte.⁴⁸

3.2.2 *Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft*

Laut der Agence d’urbanisme de l’agglomération marseillaise (AGAM), dem Stadtplanungsamt für den Ballungsraum Marseille, gab es im Jahr 2016 20.000 kreative Arbeitsplätze, was etwa 8% aller privaten Arbeitsplätze in Marseille ausmacht. Dabei ist die Anzahl der Arbeitsplätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zu dem Jahr 2008 um 7% zurückgegangen,⁴⁹

⁴² Vgl. Initiativkreis Europäische Metropolregionen in Deutschland (o. J.).

⁴³ Vgl. Metrex (o. J.).

⁴⁴ Vgl. Hamburgische Kulturstiftung (o. J.).

⁴⁵ Vgl. Stadtkultur Hamburg e.V. (2018): S. 4, 16.

⁴⁶ Megerle (2008): S. 25.

⁴⁷ Vgl. Megerle (2008): S. 25 zit. n. Pletsch (2003): S. 138.

⁴⁸ Vgl. Megerle (2008): S. 23 ff.

⁴⁹ Vgl. Agence d’urbanisme de l’agglomération marseillaise (2018): S. 3.

obwohl sich die Zahl der kreativen Einrichtungen in Marseille zwischen 2008 und 2017 mehr als vervierfacht hat. Inzwischen befinden sich rund 16.000 kulturelle Einrichtungen in Marseille. Das liegt nach dem AGAM vor allem an der Ernennung Marseilles zur europäischen Kulturhauptstadt im Jahr 2013. Danach hatte sich die kulturelle Dynamik in Marseille deutlich verstärkt.

In den Bereichen der Architektur, in der Werbung und im Marketing befinden sich 60% der kreativen Arbeitsplätze. Weitere 30% der Arbeitsplätze sind in allgemeine Kulturbranchen wie z. B. in bildender Kunst, Musik und Live-Shows zu finden und 10% im lokalen Know-how. Im Bereich der Mode finden sich nur wenige Arbeitsplätze, die im Zusammenhang mit kreativen Prozessen stehen. Dieser Bereich bietet aber ein starkes Potenzial, um die Einzigartigkeit und das Image von Marseille hervorzuheben.⁵⁰

3.2.3 Kulturelle Angebote

Wie eben erwähnt, wurde Marseille im Jahr 2013 als Kulturhauptstadt Europas ernannt. Dass bedeutet, dass sie über ein breites Spektrum an kulturellen Veranstaltungen, Aufführungen, Aktivitäten und Projekten mit europäischer Bedeutung verfügt.⁵¹ Anlässlich der Ernennung wurde im selben Jahr das Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem), also das Museum der Zivilisationen Europas und des Mittelmeers eröffnet. Laut einer Studie des Museums hat das Mucem das Image von Marseille und seinen internationalen Einfluss deutlich verbessert. Demnach ist das Mucem fester Bestandteil der Kulturlandschaft, spielt eine wichtige Rolle für die touristische und kulturelle Anziehungskraft der Region und trägt direkt zur Wahl des Reiseziels bei. Darüber hinaus leistet es einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung Marseilles. Ebenso wurde es in den Kreis der 50 meistbesuchten Museen der Welt aufgenommen⁵² und wie z. B. auch das Louvre-Museum in Paris als nationales französisches Museum eingestuft.⁵³

Neben dem Mucem gibt es in Marseille die Kunst- und Kulturfabrik ‚La Friche la Belle de Mai‘, in der 350 Künstlerinnen und Künstler, Produzenten und Angestellte arbeiten und etwa 600 öffentliche künstlerische Angebote pro Jahr stattfinden. Im Stadtviertel Belle de Mai werden Kunst und Kultur produziert, verbreitet und geteilt, was etwa 450.000 Besucherinnen und Besucher pro Jahr erreicht.⁵⁴ Zudem war Marseille im Jahr 2020 Austragungsort des Jazzfestivals ‚Jazz des Cinq Continents‘ und richtet jedes Jahr das dreitägige Musik-, Sport- und Kunstfestival ‚Le Delta Festival‘ genauso wie das Internationale Filmfestival ‚Le Festival International du Film à Marseille‘ aus.⁵⁵

Trotz der kulturellen Veranstaltungen, der Kunst- und Kulturfabrik und dem Mucem hat die EU-Kommission festgestellt, dass nur etwa 53% der Einwohner in einem Umkreis von zwei Kilometern fußläufig die nächstgelegenen kulturellen Einrichtungen erreichen können. Damit rückt Marseille im internationalen Vergleich auf Platz 51 von 75 Plätzen.⁵⁶ Auch das AGAM merkt an, dass das Verhältnis der kulturellen Angebote zur Einwohnerzahl im Vergleich zu führenden europäischen Kreativstädten niedriger ist. Zwar ist durch die Ernennung Marseilles als Kulturstadt eine neue kulturelle Dynamik entstanden, dennoch ist es Marseille noch nicht

⁵⁰ Vgl. Agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise (2018): S. 8 f.

⁵¹ Vgl. Eurostat (2019): S. 32 f.

⁵² Vgl. Mucem (o. J.): S. 7 f.

⁵³ Vgl. République Française (2021).

⁵⁴ Vgl. Friche la Belle de Mai (o. J.).

⁵⁵ Vgl. Métropole Aix-Marseille-Provence (2018): S. 7 f.

⁵⁶ Vgl. European Commission (2019): S. 84.

gelingen, ein dauerhaftes Image als starke Kulturstadt mit internationaler Ausstrahlung aufzubauen. Trotzdem verfügt Marseille über eine Bandbreite von Aktivitäten und Vorzügen, die, wenn sie gut koordiniert werden, das Image und die Attraktivität der Stadt langfristig verändern können.⁵⁷

3.2.4 *Kulturelle Entwicklungen und Projekte*

Ein zentrales Projekt in Marseille ist das Stadterneuerungsprojekt namens ‚Euroméditerranée‘. Im Rahmen des Projekts wurde die Strandpromenade auf einer Länge von drei Kilometern neugestaltet, um das Stadtzentrum und den Hafen stärker zu verbinden und eine Silhouette - eine Skyline, der Stadt zu schaffen. Diese Umgestaltung markierte die Wiederöffnung der Metropole zum Meer und die Erneuerung der wirtschaftlichen Dynamik. Dabei sollte vor allem die Rolle von Marseille als wichtige Metropole für den kulturellen und wirtschaftlichen Austausch zwischen Europa und dem Mittelmeerraum hervorgehoben werden.⁵⁸ Mittlerweile werden im Rahmen des Projekts auch größere Gebiete wie der Stadtkern von Marseille neu- und umgestaltet, um die Gebiete attraktiver zu machen.⁵⁹

Des Weiteren besteht seit 1958 eine Städtepartnerschaft zwischen Marseille und Hamburg, aus der unter anderem das deutsch-französische Kulturfestival ‚arabesques‘ und die deutsch-französische Gesellschaft ‚Cluny e.V.‘ hervorgingen.⁶⁰ Seit dem Jahr 2018 wurde zusätzlich eine Kooperationsvereinbarung über die Stadtentwicklung zwischen der Hafen City GmbH und dem Stadtentwicklungsprojekt Euroméditerranée geschlossen, um einen regelmäßigen Austausch über Stadtentwicklung und -planung zu etablieren.⁶¹

3.3 *Barcelona*

3.3.1 *Entstehung der Metropole*

Die Metropoloregion Barcelona war mit 5,3 Millionen Einwohnern bereits in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts die zweitgrößte spanische Metropole.⁶² In den Jahren 1888 und 1929 war Barcelona zweimal Austragungsort von Weltausstellungen,⁶³ wodurch die Metropole ihre Relevanz im europäischen und internationalen Kontext festigte. Der anschließende spanische Bürgerkrieg von 1936 bis 1939 und die folgende Diktatur bis 1975 veränderten die katalanische Identität und Kultur. Diese wurde während der politischen Umbrüche verboten, verfolgt und als gefährlich empfunden. Trotzdem konnte sich Barcelona danach als wichtiger spanischer Industrieort etablieren. Aufgrund der Austragung der Olympischen Spiele im Jahr 1992 und das Ausrichten von dem, von der UNESCO unterstützten, Weltkulturfestival im Jahr 2004 erlangte die Metropole international an Bedeutung. Im Zuge der Olympischen Spiele wurden auch der Hafen Port Vell mit der Promenade Moll de la Fusta neugestaltet, um die Uferzone zugänglicher zu machen und Barcelona zum Meer zu öffnen.⁶⁴ Besonders bekannt wurde Barcelona durch seine architektonischen Besonderheiten. Nach den Olympischen Spielen

⁵⁷ Vgl. Agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise (2018): S. 9.

⁵⁸ Vgl. Établissement Public d'Aménagement (o. J.).

⁵⁹ Vgl. Port of Hamburg (2018).

⁶⁰ Vgl. Senatskanzlei (o. J.).

⁶¹ Vgl. Port of Hamburg (2018).

⁶² Vgl. Sánchez (2007): S. 184.

⁶³ Vgl. Archivo General de Fira de Barcelona (o. J.) S. 1.

⁶⁴ Vgl. Schubert (2007): S. 26.

wurde Barcelona beispielsweise der Architekturpreis ‚RIBA-Award‘ von dem Royal Institute of British Architects verliehen, wodurch die Metropole eine städtebauliche Renaissance erlebte. Es wurden viele städtebauliche Projekte wie die Aufwertung der benachteiligten Gebiete im Osten der Stadt, der Ausbau des Hafens und des Flughafens und die Umwandlung des traditionellen Industriestadtviertels Poblenou in den neuen Technologiedistrikt Distrito 22@ durchgeführt.⁶⁵

3.3.2 Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft

Im Jahr 2019 waren 147.309 Menschen in der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt, was 13,4% der Beschäftigung in der Stadt und der Hälfte (51,1%) der kreativen Arbeitsplätze in Katalonien entspricht. Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft haben sich, wie an der nachfolgenden Abbildung zu erkennen ist, vor allem drei Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft herausgebildet:

Employment in creative activities* in Barcelona 2019		
	2019	WEIGHT BCN/CATALONIA
Activities linked to heritage	3,437	73.9%
Architecture and Engineering	18,323	37.9%
Graphic art and printing	3,666	18.7%
Cinema, video and music	4,973	60.6%
Design and photography	18,490	54.4%
Publishing	8,254	68.1%
Writers, performing and visual arts, and artisans	8,040	52.6%
Fashion	1,872	12.0%
Radio and television	1,014	21.0%
Traditional creative (cultural) industries	68,069	41.8%
Creative research and development	11,449	48.9%
Advertising	17,825	65.4%
Software, video games and electronic publishing	49,966	66.5%
Non-traditional creative industries	79,240	63.0%
TOTAL creative industries	147,309	51.1%
% Creative Ind. / total in Barcelona	13.4%	
Total	1,103,180	33.0%

Abbildung 3: Beschäftigung in kreativen Bereichen in Barcelona 2019.

Quelle: Ajuntament de Barcelona (2020): S.

Hierzu zählen in der traditionellen Kreativwirtschaft die Architektur und das Ingenieurwesen mit 18.323 Arbeitsplätzen und Design und Fotografie mit 18.490 Arbeitsplätzen. In den neuen Kreativbranchen sticht der Teilmarkt Software, Videospiele und elektronische Veröffentlichungen mit 49.966 Arbeitsplätzen hervor. Somit ist deutlich zu erkennen, dass die neuen Kreativbranchen mit 63% eine Mehrheit der Arbeitsplätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft bilden. Ebenso auffallend ist, dass Barcelona in den Teilmärkten Veröffentlichungen und Software, Videospiele und elektronische Veröffentlichungen zwischen 66 und 68% der Arbeitsplätze in Katalonien stellt.⁶⁶

⁶⁵ Vgl. Sánchez (2007): S. 184 f.

⁶⁶ Vgl. Ajuntament de Barcelona (2020): S. 23.

3.3.3 Kulturelle Angebote

Zum Ende des 19. Jahrhunderts entwickelte sich in Barcelona eine eigene Form des Jugendstils, der sogenannte katalanische Modernismus. Dieser wurde vor allem durch den in Barcelona lebenden Architekten Antoni Gaudí geprägt. Sieben seiner berühmten Gebäude wurden von der UNESCO als Welterben aufgenommen. Darunter fallen beispielsweise der Stadtpalais Palau Güell, die Casa Milà und die Kirche Sagrada Família.⁶⁷ Neben den Werken von Gaudí sind in Barcelona zwei weitere Welterben der UNESCO. Diese sind der Konzertsaal Palau de la Música Catalana und das Krankenhaus Hospital de Sant Pau.⁶⁸

Neben den Welterben der UNESCO gibt es das Kunstmuseum Museu Picasso in Barcelona, was Jugendwerke von Picasso zeigt und laut Eurostat, dem Statistischen Amt der EU, zu den fünf meistbesuchten Museen in Spanien im Jahr 2018 gehörte.⁶⁹ Neben den Museen und den architektonischen Gebäuden gibt es in Barcelona einige Events und Großereignisse, die das Kulturleben prägen. Wie bereits bei der Entstehung der Metropole erwähnt, war Barcelona Austragungsort der Olympischen Spiele und zweier Weltausstellungen. Darüber hinaus wurde das Jahr 2002 in Barcelona zum offiziellen Jahr Gaudís erklärt, um an seinen 150. Geburtstag zu gedenken und seine Werke zu ehren.⁷⁰

Zusammenfassend kann in Bezug auf die kulturellen Angebote in Barcelona festgehalten werden, dass diese vor allem durch die architektonischen Gebäude, den Museen und Veranstaltungen bestimmt wird. Insgesamt hat die Metropole eine hohe Dichte an kulturellen Angeboten. Das bestätigt auch die EU-Kommission, die festgestellt hat, dass in Barcelona über 78% der Einwohner in einem Umkreis von zwei Kilometern fußläufig die nächstgelegenen kulturellen Einrichtungen erreichen können. Barcelona wird in diesem Ranking auf Platz 5 von 75 betrachteten Städten eingestuft.⁷¹

3.3.4 Kulturelle Entwicklungen und Projekte

Im Jahr 1996 wurde das Kulturinstitut ‚Institut de Cultura‘ vom Stadtrat gegründet, um die städtischen Kultureinrichtungen und -dienste in Barcelona zu verwalten und den Austausch von privaten kulturellen Plattformen und Projekten in der Stadt zu fördern und zu erleichtern. Somit dient das Kulturinstitut als Koordinierungsstelle und informiert zum Beispiel mittels ihrer Website über aktuelle Theater- und Kunstausstellungen, Theateraufführungen und Kinofilme.⁷² Die Metropole ist aber auch auf internationaler Ebene aktiv und hat sich im Jahr 2004 im Rahmen des ‚Forums der Kulturen‘ der Kultur-Agenda 21 angeschlossen. Das ist ein Kulturausschuss der Weltorganisation der Vereinten Städte und Gemeinden (United Cities and Local Governments, UCLG) und eine globale Plattform für Städte, Organisationen und Netzwerke, um Grundlagen und Entwicklungen im Kultursektor für kommende Jahrzehnte zu identifizieren.⁷³ Des Weiteren ist Barcelona Mitglied im UNESCO Creative Cities Network (UCCN) und hat sich zusammen mit anderen 116 Partnerstädten weltweit dazu verpflichtet:

- die Möglichkeiten für Kulturschaffende zu erweitern,

⁶⁷ Vgl. Sánchez (2007): S. 186.

⁶⁸ Vgl. Eurostat (2019): S. 15.

⁶⁹ Vgl. Eurostat (2019): S. 36.

⁷⁰ Vgl. Sánchez (2007): S. 186.

⁷¹ Vgl. European Commission (2019): S. 84.

⁷² Vgl. Ajuntament de Barcelona (o. J.), Sánchez (2007): S. 186.

⁷³ Vgl. United Cities and Local Governments (o. J.), Sánchez (2007): S. 186.

- die Schaffung, Produktion, den Vertrieb und die Verbreitung von kulturellen Aktivitäten, Gütern und Dienstleistungen zu stärken,
- den Zugang zum und die Teilnahme am kulturellen Leben zu verbessern und
- Kultur und Kreativität vollständig in nachhaltige Entwicklungspläne zu integrieren.⁷⁴

4 Fazit und Ausblick

Im Hinblick auf die Fragestellung zu Beginn der Arbeit, was die Kultur in den Metropolen kennzeichnet und unterscheidet, kann festgehalten werden, dass trotz der unterschiedlichen Entstehungsgeschichten der Metropolen, die Ausprägungen der Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Metropolen Gemeinsamkeiten haben. Die Schwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hamburg liegen in der Software-/Games-Industrie, im Presse- oder Werbemarkt und in der Designwirtschaft. In Barcelona gibt ebenfalls viele Arbeitsplätze in der Software- und Videospiegelindustrie und beim Design und der Fotografie, aber auch in der Architektur und im Ingenieurwesen. Der Teilmarkt der Architektur spielt neben der Werbung und dem Marketing in Marseille ebenso eine übergeordnete Rolle.

Obwohl alle betrachteten Metropolen ähnliche Ausprägungen der Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft haben, gestalten sich ihre kulturellen Angebote unterschiedlich. In Hamburg sind vor allem Musicals präsent, während in Marseille das Mucem, Kunst- und Filmfestivals sowie die Kunst- und Kulturfabrik am bekanntesten sind. Besonders sind Hamburg und Marseille auch wegen ihrer gemeinsamen Städtepartnerschaft und der Kooperationsvereinbarung zwischen den Häfen. Barcelona hingegen wird bestimmt durch die künstlerischen und architektonischen Werke von Picasso und Gaudí. Des Weiteren ist auffallend, dass Barcelona in internationalen Berichten wie dem Cultural and Creative Cities Monitor von der EU-Kommission oder in den kulturellen Statistiken von Eurostat deutlich häufiger genannt wird als Hamburg und Marseille und damit womöglich über mehr internationale Ausstrahlungskraft verfügt. Auch ist der Anteil der Erwerbstätigen in Kultur- und Kreativwirtschaft in Barcelona im Vergleich zu Marseille und Hamburg am höchsten.

Eine weitere Frage, die mit der Arbeit beantwortet werden soll, war, wie sich die Kultur in den Metropolen zukünftig entwickeln wird. Für Hamburg kann festgehalten werden, dass die Metropole in den nächsten Jahren die Handlungsempfehlungen der OECD wie zum Beispiel der Aufbau einer gemeinsamen Tourismusmarke umsetzen und die Städtepartnerschaft mit Marseille weiterhin gepflegt und ausgebaut werden sollte. Marseille wird seine Hafenprojekte zur Stadtentwicklung und zum kulturellen Austausch weiter voranbringen und in diesem Zuge versuchen, die sozialen Disparitäten zu verringern. Barcelona wird seine bestehenden kulturellen Angebote weiter erhalten und möglicherweise neue kulturelle Jubiläumsjahre ausrichten.

⁷⁴ Vgl. European Commission (2019): S. 16.

Literaturverzeichnis

Agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise (2018): Marseille, ville creative. URL: <https://www.agam.org/wp-content/uploads/2020/04/ville-creative.pdf> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Ajuntament de Barcelona (2020): Barcelona Data Sheet 2020 – Main economic indicators for the Barcelona area. URL: https://www.barcelona.cat/internationalwelcome/sites/default/files/datasheet2020_web_eng_0_5.pdf (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Ajuntament de Barcelona (o. J.): ICUB – Institut de Cultura. URL: <https://www.barcelona.cat/barcelonacultura/ca> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Archivo General de Fira de Barcelona (o. J.): Fira Barcelona. URL: https://media.firabcn.es/content/institucional/Guia%20Arxivo%20General_cast.pdf (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Blotevogel, Hans Heinrich (2002): Deutsche Metropolregionen in der Vernetzung. In: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 6/7, S. 345-351.

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2010): Metropolräume in Europa. URL: https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/berichte-kompakt/2010/DL_4_2010.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o. J.): Kultur- und Kreativwirtschaft im europäischen Vergleich 2012 bis 2018. URL: <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Standardartikel/Dossier/branche-vergleich.html> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2009): Forschungsbericht Nr. 577 - Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. URL: https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2009/gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kuk.pdf?__blob=publicationFile&v=7 (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Établissement Public d'Aménagement (o. J.): Cité de la Méditerranée. URL: <https://www.euro-mediterranee.fr/projets/cite-de-la-mediterranee> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

European Commission (2019): The Cultural and Creative Cities Monitor. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Eurostat (2019): Culture statistics. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b?t=1571393532000> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Friche la Belle de Mai (o. J.): Le projet. URL: <https://www.lafriche.org/la-friche/le-projet/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Growe, Anna (2018): Metropolregion. In: ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung, S. 1507-1515.

Hamburg.de (o. J.): Hamburgische Staatsoper. URL: <https://www.hamburg.de/oper-musiktheater/13752048/hamburgische-staatsoper/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Hamburgische Kulturstiftung (o. J.): Wissenswertes über die Hamburgische Kulturstiftung URL: <https://www.kulturstiftung-hh.de/ueber-uns.html> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Hamburg Marketing (o. J.): Musicals. URL: <https://marketing.hamburg.de/musical-metropole.html> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Hôtel de Ville de Marseille (o. J.): Marseille, capitale euroméditerranéenne. URL: <https://www.marseille.fr/international/marseille-ouverte-sur-le-monde/marseille-capitale-euro-mediterraneenne> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Initiativkreis Europäische Metropolregionen in Deutschland (o. J.): Über IKM. URL: <http://deutsche-metropolregionen.org/ueber-ikm/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Kuske, Ulrich Werner/Prang, Oliver (2003): Hamburg im internationalen Metropolenvergleich. Hamburg: HSH Nordbank.

Lahner, Jörg (2020): Regionalökonomie und Standortfaktoren in der Wirtschaftsförderung. In: Stember, Jürgen/Vogelsang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink, Alexander (Hrsg.): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 446-465.

Lammers, Uwe (2021): Kultur als Standortfaktor, Skript zum Kurs WS 2021/22.

Lange, Bastian (2018): Kultur- und Kreativwirtschaft. In: ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung, S. 1243-1254.

Lüttich, Henner (2010): Metropolregionen in der EU: Lage, Stärken, Schwächen. Norderstedt: Books on Demand.

Mäding, Heinrich (2012): Strategische Regionsbildung: Ein neuer Ansatz zur Positionierung der Kommunen im Standortwettbewerb. In: Kauffmann, Albrecht/Rosenfeld, Martin T. W. (Hrsg.): Städte und Regionen im Standortwettbewerb. Hannover: Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, S. 108-122.

Megerle, Heidi (2008): Von der "ville en crise" zur Metropolitan European Growth Area: aktuelle Transformationsprozesse der Metropolregion Marseille-Aix-en-Provence. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Raumforschung und Raumordnung, Band 66, S. 23-35.

Metrex (o. J.): METREX Members. URL: <https://www.eurometrex.org/members/page/2/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Métropole Aix-Marseille-Provence (2018): Une politique culturelle aux dimensions métropolitaines. URL: <https://www.ampmetropole.fr/sites/default/files/2018-07/DP%20-%20Politique%20Culture%20VF.pdf> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Metropolregion Hamburg (o. J. a): Träger der Metropolregion Hamburg. URL: <https://metropolregion.hamburg.de/traeger/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Metropolregion Hamburg (o. J. b): Eine Erfolgs-Geschichte – Zusammen wachsen. URL: <https://metropolregion.hamburg.de/geschichte-historie/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Metropolregion Hamburg (Hrsg.) (2018): Datenbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion Hamburg. URL: <https://metropolregion.hamburg.de/contentblob/12139992/aa2607c0b469f628786b031d1df0a2a8/data/gutachten-kultur-und-kreativwirtschaft.pdf>. (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Mieg, Harald A. (2012): Metropolen: Begriff und Wandel. In: Oberste, Jörg (Hrsg.): Metropolitat in der Vormoderne. Band 7: Forum Mittelalter. Regensburg: Verlag Schnell & Steiner, S. 11-33.

Mucem (o. J.): Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée. URL: https://www.mucem.org/sites/default/files/2017-04/mucem_plaquette_institutionnelle_fr.pdf (Datum der Recherche: 08.11.2021).

OECD (2019): OECD-Berichte zur Regionalentwicklung. Metropolregion Hamburg, Deutschland. Paris: OECD Publishing.

Port of Hamburg (2018): Hamburg und Marseille: Eine starke Partnerschaft seit 60 Jahren - Enge Kooperationen in der Stadtentwicklung und zwischen den Häfen beschlossen URL: <https://www.hafen-hamburg.de/de/presse/news/hamburg-und-marseille-eine-starke-partnerschaft-seit-60-jahren-enge-kooperationen-in-der-stadtentwicklung-und-zwischen-den-36010/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

République Française (2021): Dcret n45-2075 du 31 aout 1945 portant application de l'ordonnance relative  l'organisation provisoire des musees des beaux-arts. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000495879/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Sanchez, Noemı Fernandez (2007): Innovationskultur in der Metropolregion Barcelona. In: Zeitschrift für Angewandte Geographie 31, S. 184-188.

Schubert, Dirk (2007): Revitalisierung von (brachgefallenen) Hafen- und Uferzonen in Seehafenstadten - Anlässe, Ziele, Ergebnisse sowie Forschungsansätze und -defizite. In: Schubert, Dirk (Hrsg.): Hafen- und Uferzonen im Wandel. Analysen und Planungen zur Revitalisierung der Waterfront in Hafenstädten. 3., durchgesehene und teilweise überarbeitete Auflage, Originalausgabe, Berlin: Leue (Edition Stadt und Region, 3), S. 15-36.

Senatskanzlei (o. J.): Partnerstädte – Akteure Marseille. URL: <https://www.hamburg.de/marseille/205860/akteure-marseille/> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Söndermann, Michael (2007): Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft: Eine neue Diskussion für Deutschland. In: Fesel, Bernd (Hrsg.): Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren – Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006. Berlin, S. 8-20.

Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (2018a): Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Metropole. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/metropole-38815/version-262236> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (2018b): Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Metropolregion. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/metropolregion-40415/version-263798> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Springer Gabler Verlag (Hrsg.) (2018c): Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Standortfaktoren. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/standortfaktoren-45787/version-269075> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Stadtkultur Hamburg e.V. (2018): Stadtkultur Hamburg – Dachverband für lokale Kultur und kulturelle Bildung. URL: https://www.stadtkultur-hh.de/wp-content/uploads/2018/03/Broschüre_STADTKULTUR_2018.pdf (Datum der Recherche: 08.11.2021).

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2020): Kulturindikatoren auf einem Blick - Ein Ländervergleich. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Kultur/Publikationen/Downloads-Kultur/kulturindikatoren-1023018209004.pdf?__blob=publicationFile (Datum der Recherche: 08.11.2021).

UNESCO (2001): UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. URL: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc10/BG-FCS-E.pdf> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

UNESCO Institute for Statistics (2009): The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS). URL: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc10/BG-FCS-E.pdf> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

United Cities and Local Governments (o. J.): The Committee on culture of the world organization of United Cities and Local Governments (UCLG). URL: <https://www.agenda21culture.net/who-we-are/committee-on-culture> (Datum der Recherche: 08.11.2021).

United Nations (2008): Creative Economy Report 2008. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf (Datum der Recherche: 08.11.2021).