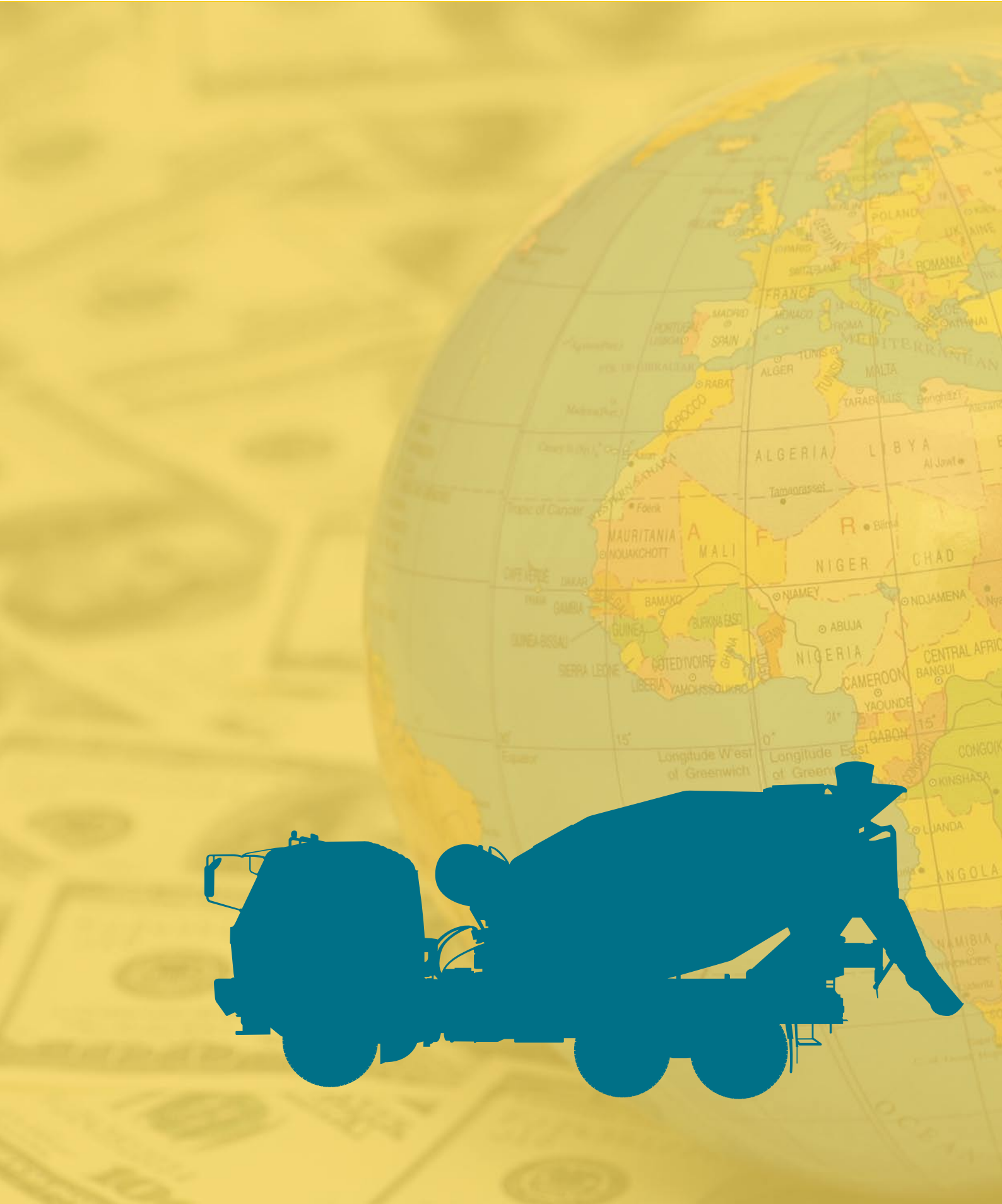




**MEGATREND
GLOBALISIERUNG**





GLOBALISIERUNG

Die Globalisierung ist eine der zentralen Herausforderungen für die Welt des 21. Jahrhunderts. Doch entgegen vieler negativer Überzeugungen, die die Medien und öffentliche Meinung bestimmen, haben sich viele globale Trends in den letzten Jahrzehnten zum Positiven entwickelt.

DANK DER WIRTSCHAFTLICHEN GLOBALISIERUNG PARTIZIPIEREN DIE ENTWICKLUNGSLÄNDER ZUNEHMEND AM WELTHANDEL. Die Internationalisierung der Märkte und Unternehmen gibt den aufstrebenden Schwellenländern – China, Indien & Co. – die Chance, im Wettbewerb mit den klassischen Industrienationen zu punkten. Es sind also keineswegs nur die reichen Industrieländer, denen die Globalisierung nützt.

GLOBALISIERUNG SORGT DAFÜR, DASS DIE WELT GEWISSERMASSEN ZUM DORF WIRD. Entfernungen und Grenzen sind viel leichter zu überwinden. Auch davon profitieren viele Länder, sei es der Dienstleistungssektor durch das steigende internationale Reiseaufkommen oder ganze Volkswirtschaften durch die Zuwanderung motivierter und qualifizierter Köpfe.

Letztlich ist die wirtschaftliche Dimension der Globalisierung aber nur ein Teil dieses Megatrends, der sich in immer mehr gesellschaftlichen Bereichen auswirkt: vom Bildungssystem und Konsum über die Massenmedien und Kultur bis hin in die privaten Lebens- und Beziehungswelten der Menschen.

TOURISMUS IN DEUTSCHLAND

Ankünfte Ausländer

Übernachtungen Ausländer

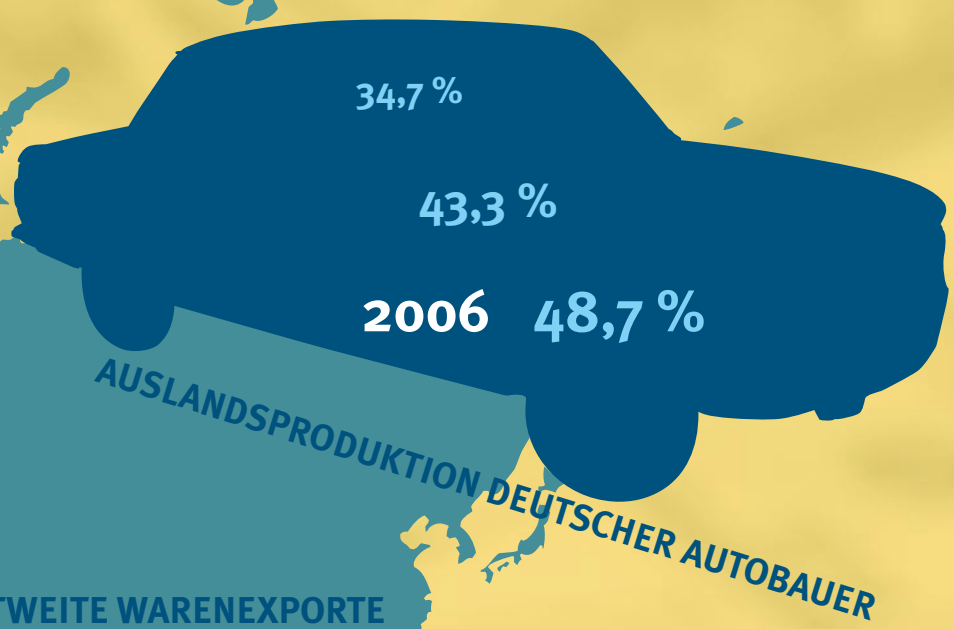
| | | |
|-------------|-------------------|-------------------|
| 1995 | 14.838.000 | 35.462.000 |
| 2005 | 21.499.000 | 48.243.000 |
| 2015 | 27.300.000 | 61.200.000 |

GLOBALISIERUNG



INTERNATIONAL STUDIERENDE

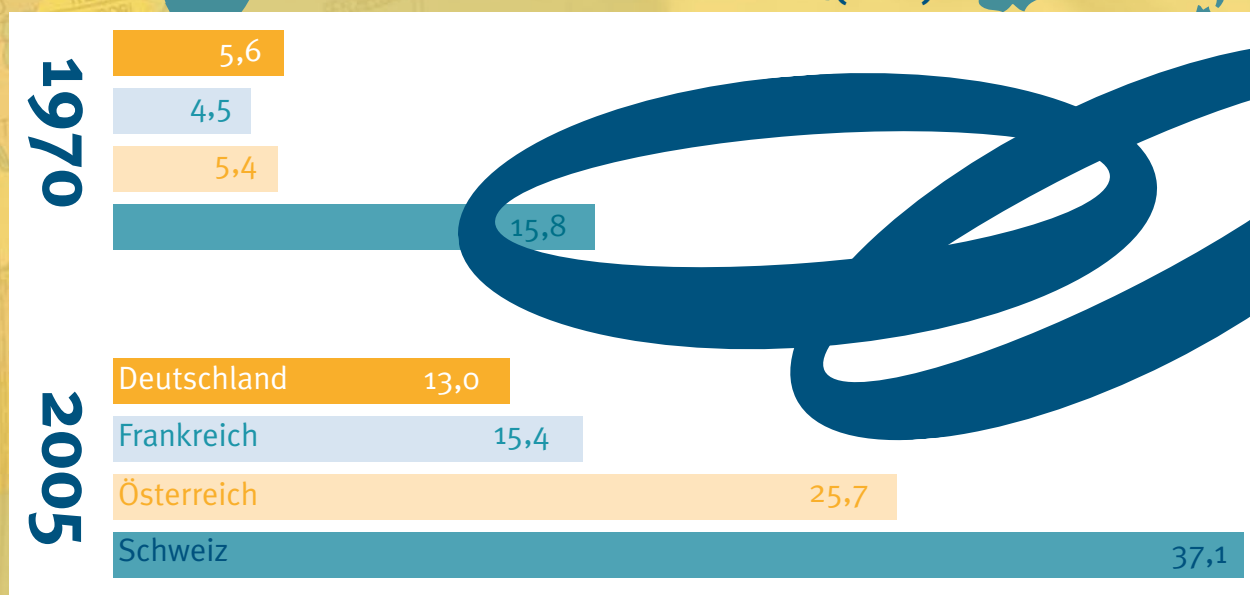
| Herkunft | 2005 | 2025 |
|-------------------------|-------------|-------------|
| Afrika | 219.000 | 561.000 |
| Naher + Mittlerer Osten | 143.000 | 327.000 |
| Asien/Ozeanien | 1.150.000 | 5.004.000 |
| Nordamerika | 90.000 | 133.000 |
| Mittel- und Südamerika | 78.000 | 154.000 |
| Europa | 636.000 | 963.000 |



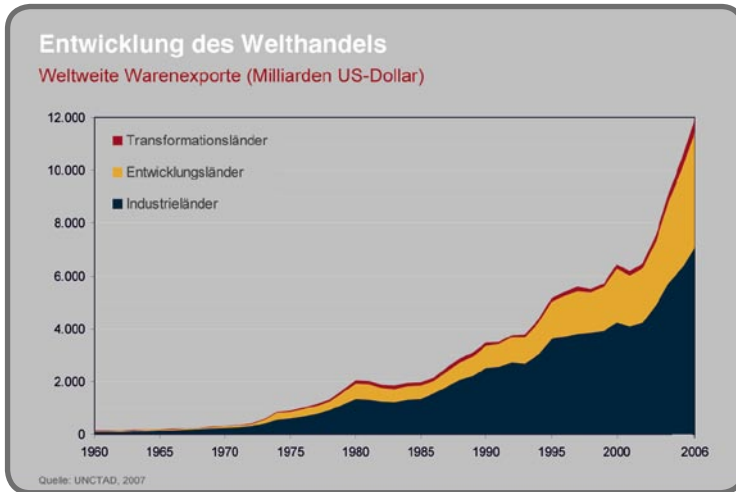
WELTWEITE WARENEXPORTE

| | 1960 | 1990 | 2006 | |
|-----------------------|------|-------|-------|------------|
| Transformationsländer | 7 | 129 | 489 | |
| Entwicklungsländer | 32 | 843 | 4.409 | |
| Industrieländer | 91 | 2.506 | 7.085 | Mrd. US-\$ |

ANTEIL BINATIONALER EHSCHLIESSUNGEN (IN %)



1

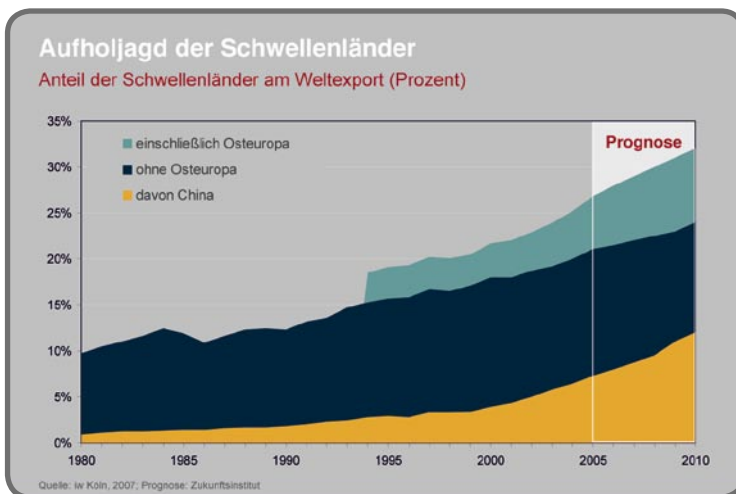


Welthandel

Die fortschreitende Globalisierung zeigt sich sehr deutlich an der Entwicklung des Welthandels. Wie kaum ein Indikator verdeutlicht er die Internationalisierung der Märkte und Unternehmen. Aus heutiger Sicht betrachtet, begann die wirtschaftliche Globalisierung ihre Entfaltung so richtig in den 1970er Jahren. Während in den 1980er und 1990er Jahren das Exportvolumen etwa im gleichen Maß oder nur leicht stärker anstieg als das gesamte Weltwirtschaftsergebnis, kommt es seit 2003 zu einer **Zunahme des Welthandels, die deutlich über dem Wachstum der Weltwirtschaft liegt**.

Die Abbildung zeigt zudem den wachsenden Anteil der Entwicklungs- und Transformationsländer, die zunehmend am Welthandel partizipieren. 2006 kamen 41 Prozent des globalen Exportvolumens aus diesen „Nachzügler“-Ökonomien: 4 von 10 Dollar, die mit Warenexporten weltweit verdient wurden, flossen somit in die Entwicklungs- und Transformationsländer. **Es sind also keineswegs nur die Industrieländer, die von der Globalisierung der Wirtschaft profitieren.**

2

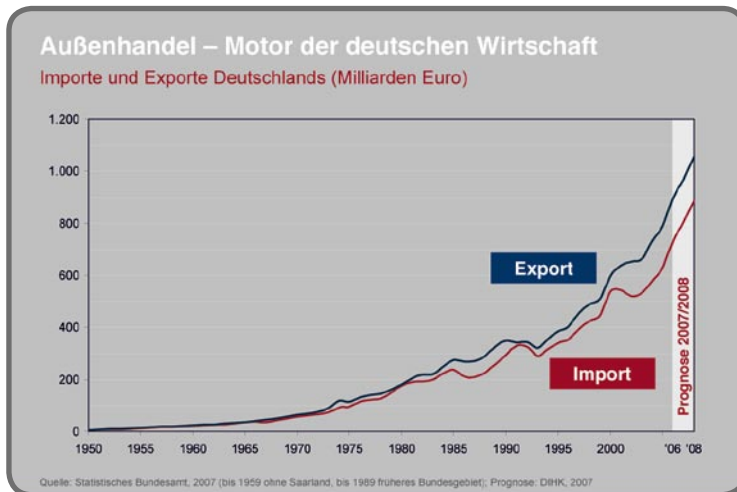


Anteil der Schwellenländer am Welthandel

Die Globalisierung der Wirtschaft gibt vor allem den aufstrebenden Schwellenländern die Chance, im Wettbewerb mit den klassischen Industrienationen zu punkten. China & Co. sind bei Hightech-Erzeugnissen mächtig im Kommen: Sie exportieren inzwischen Softwareprogramme, hochwertige Handys, selbst Spezialmaschinen und Oberklasseautos. Wie sehr diese „Nachzügler“ auf dem Vormarsch sind, zeigt ihr steigender Anteil am Weltexport. Zu dieser Gruppe von Staaten, die aufgrund ihrer wirtschaftlichen Leistungskraft nicht mehr zu den Entwicklungsländern, aber auch noch nicht zu den Industrieländern gerechnet werden können, werden hier Argentinien, Brasilien, Chile, China, Hongkong, Indien, Indonesien, Malaysia, Mexiko, die Philippinen, Singapur, Südafrika, Südkorea, Thailand und die Türkei gezählt. Aus Osteuropa: Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Russland, die Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn. **2010 werden sie schätzungsweise rund ein Drittel des Welthandels ausmachen.**

Die deutsche Wirtschaft ist in hohem Maße exportorientiert und somit auch exportabhängig. Ohne den erfolgreichen Außenhandel wäre die Entwicklung des BIP seit dem Jahr 2000 deutlich schwächer verlaufen. So gilt der Export zu Recht als treibende Kraft für Deutschlands Konjunktur. Als rohstoffarmes Land ist Deutschland zugleich auch auf Importe angewiesen, insbesondere im Energiesektor. 2006 wurden Waren im Wert von 896 Milliarden Euro aus Deutschland ausgeführt und im Wert von 731,5 Milliarden Euro importiert. Damit lagen Aus- wie auch Einfuhren so hoch wie nie. Der Außenhandelsaldo erreichte einen Rekordüberschuss von 164,6 Milliarden Euro.

Im Jahr 2007 wuchsen die deutschen Exporte nach Schätzungen des Deutschen Industrie- und Handelskammertags um 8 Prozent und 2008 um 9 Prozent. So wird bei den deutschen Exporten 2008 die Schallmauer von einer Billion Euro durchbrochen. Die deutschen Exporte steigen somit nur noch in etwa im gleichen Tempo wie der Welthandel. Deutschlands Anteil am Welthandel bleibt damit konstant.



Außenhandel Deutschland

Die deutschen Exporte in die 25 bedeutendsten Partnerländer bei der Ausfuhr haben sich seit 1995 wertmäßig weit mehr als verdoppelt (plus 136 Prozent). Fast zwei Drittel (62 Prozent) aller deutschen Ausfuhren im Gesamtwert von 896 Milliarden Euro im Jahr 2006 flossen in die EU-Länder (8 der 10 wichtigsten Bestimmungsländer waren EU-Staaten), nach Amerika und Asien je 12 Prozent. Seit über vier Jahrzehnten ist Frankreich beim Export der wichtigste Handelspartner Deutschlands. In das Nachbarland gingen im Jahr 2006 rund 10 Prozent aller deutschen Exporte. Wie auch im Vorjahr folgten auf Rang zwei und drei die USA mit einem Anteil von knapp 9 Prozent an den deutschen Ausfuhren und Großbritannien mit gut 7 Prozent. Innerhalb der EU gewinnen die osteuropäischen Neumitglieder, vor allem Polen, immer größere Bedeutung. So stieg beispielsweise der Wert der nach Polen ausgeführten Waren zwischen 2003 und 2006 von 16,4 auf 28,8 Milliarden Euro und hat sich damit fast verdoppelt. China liegt auf Platz 11.



Außenhandelspartner Deutschlands

5



Exporte nach Warengruppen

Im Jahr 2006 wurden Waren im Wert von 896 Milliarden Euro aus Deutschland exportiert. **Mit einem Anteil von 18,5 Prozent (166 Milliarden Euro) sind dabei Kraftwagen und Kraftwagenteile Deutschlands wichtigste Exportgüter.** Auf den Rängen zwei und drei der wichtigsten Exportgüter folgen Maschinen (14,1 Prozent, 126 Milliarden Euro) und chemische Erzeugnisse (13,1 Prozent, 117 Milliarden Euro). Diese drei Branchen machen 45,7 Prozent der deutschen Exporte aus. Insgesamt nahmen die deutschen Ausfuhren 2006 gegenüber dem Vorjahr um 14,0 Prozent zu. Die Exporte von Kraftwagen und -teilen stiegen um 7,6 Prozent, die Exporte von Maschinen um 10,6 Prozent, die chemischer Erzeugnisse um 12 Prozent.

Wie sehr die deutsche Wirtschaft vom Auslandsge- schäft abhängig ist, zeigt sich an der Exportquote der deutschen Industrie von über 42 Prozent. Das heißt, mehr als 40 Prozent des Gesamtumsatzes der deutschen Industrie werden im Ausland erzielt.

6



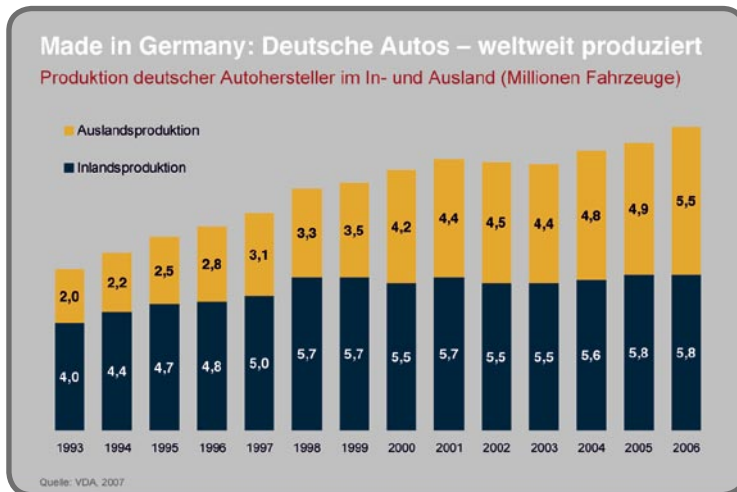
Exporte Deutschlands und Chinas

Deutschland wurde 2006 zum vierten Mal in Folge Weltmeister beim Export von Gütern und auch 2007 wird es wieder der erste Platz sein (nimmt man den Export von Dienstleistungen hinzu, standen 2006 nach wie vor die USA an erster Stelle). Zugleich muss die Bundesrepublik aber um diesen wichtigen Titel fürchten. Zwar wird der Wert der deutschen Exporte nach Prognosen des Deutschen Industrie- und Handelskammertages und der deutschen Auslands- handelskammern 2008 erstmals die Schallmauer von einer Billion Euro durchbrechen. **Dennoch wird Deutschland den Titel des Exportweltmeisters vermutlich schon 2008 an China verlieren, weil die chinesischen Ausfuhren mit einem Wachstum von rund 20 Prozent pro Jahr noch stärker zulegen als die der deutschen Wirtschaft.**

Schon seit Anfang der 1980er Jahre weist die Volks- republik stark ansteigende Exporte auf und befindet sich seit 1997 unter den 10 größten Exportnationen, seit 2004 sogar auf dem dritten Rang nach den USA.

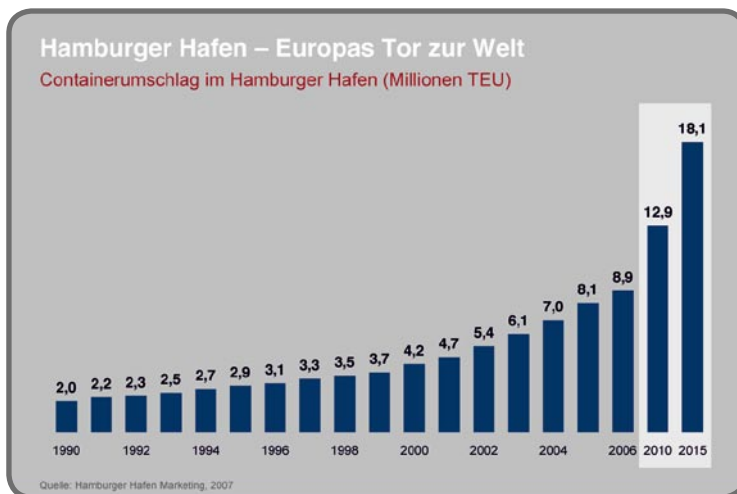
Die Globalisierung zeigt sich auch an der zunehmend internationalen Ausrichtung der deutschen Automobilindustrie. Mit der Herstellung von 11,3 Millionen Kraftwagen erzielte die Branche 2006 in ihren weltweit 23 Produktionsländern ein neues Rekordergebnis (plus 6 Prozent gegenüber 2005). Damit trugen knapp 17 Prozent aller weltweit produzierten Autos ein deutsches Markenzeichen. Im Ausland bauten deutsche Autohersteller 5,5 Millionen Fahrzeuge, 11 Prozent mehr als 2005. Damit hat sich die Auslandsfertigung in den letzten zehn Jahren nahezu verdoppelt. Heute läuft fast jedes zweite deutsche Fahrzeug (49 Prozent) im Ausland vom Band, noch in der ersten Hälfte der 1990er Jahre war es höchstens jedes dritte.

Bei der Produktion deutscher Pkws blieb Spanien auch 2006 der größte ausländische Produktionsstandort deutscher Autobauer, gefolgt von China, wo die deutschen Hersteller ihre Vor-Ort-Produktion allein bei den Pkws um 44 Prozent auf 620.000 Einheiten ausbauen konnten.



7

Produktion deutscher Autohersteller



8

Containerumschlag im Hamburger Hafen

Der Hamburger Hafen ist die bedeutendste europäische Drehscheibe für die interkontinentalen Warenströme zwischen Mittel- und Osteuropa und den Weltmärkten – insbesondere der Boomregion Fernost – und rangiert auf Platz 9 der weltgrößten Containerhäfen. Seit Anfang der 1990er Jahre hat sich der Containerumschlag hier mehr als vervierfacht, allein zwischen 2000 und 2006 ist das Umschlagvolumen um 112 Prozent gestiegen.

Gemessen werden die Containermengen in TEU (Twenty Foot Equivalent Unit). Diese genormten Standardcontainer werden weltweit als Maßeinheit zur einheitlichen Zählung verwendet. Nach der Prognose des Instituts für Seeverkehrswirtschaft und Logistik wird von einer Verdoppelung des Umschlagvolumens für den Hamburger Hafen bis zum Jahr 2015 auf dann 222 Millionen Tonnen ausgegangen (2006: 135 Millionen Tonnen). Dementsprechend wird der Containerumschlag zwischen 2006 und 2015 von 8,9 Millionen auf 18,1 Millionen TEU steigen.

9



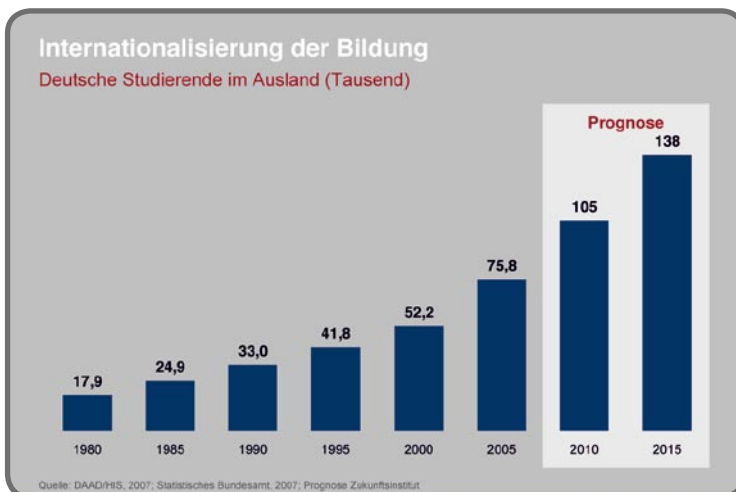
Auslandstourismus in Deutschland

Die Dynamik der Globalisierung zeigt sich auch am weltweit steigenden internationalen Reiseverkehr. Deutschland wird für Millionen Reisende aus der ganzen Welt als Ziel immer beliebter und wächst bei den internationalen Ankünften schneller als der europäische Durchschnitt. Das Gastgewerbe machte im Jahr 2005 43 Milliarden Euro Umsatz. Das deutsche Beherbergungsgewerbe als wichtiger Teil der Tourismusbranche konnte 2006 mehr als 351 Millionen Übernachtungen verbuchen. Dabei hatte erstmals jede siebte Übernachtung ihren Ursprung im Ausland. Die wichtigsten Herkunftsländer ausländischer Gäste sind die Niederlande, die USA und Großbritannien.

Auch künftig ist beim Tourismus in Deutschland mit einer deutlichen Wachstumsdynamik aus den ausländischen Märkten zu rechnen. So rechnet z.B. die Deutsche Zentrale für Tourismus mit über 61 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste im Jahr 2015.



10



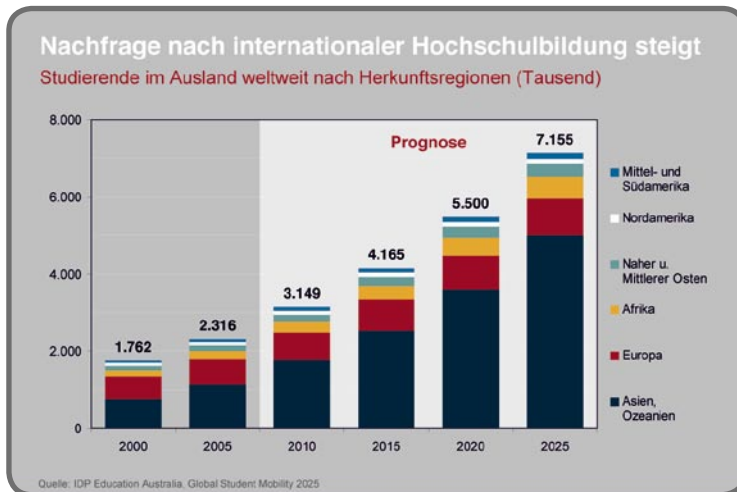
Deutsche Studierende im Ausland

Globalisierung macht sich nicht zuletzt an der Internationalisierung der (Hochschul-)Bildung bemerkbar. Noch nie haben mehr deutsche Studierende einen Auslandsaufenthalt absolviert als heute: 2005 waren es rund 75.800, die an ausländischen Hochschulen eingeschrieben waren, ganze 45 Prozent mehr als im Jahr 2000.

Die Bereitschaft der deutschen Studierenden zu Studienaufenthalten im Ausland ist in den letzten zehn Jahren kontinuierlich gestiegen. Während 1995 auf 1.000 deutsche Studierende an inländischen Hochschulen noch 24 deutsche Studierende an Hochschulen im Ausland kamen, waren es 2005 bereits 44. Die drei beliebtesten Zielländer waren 2005 die Niederlande mit 16 Prozent aller deutschen Studierenden im Ausland, Großbritannien mit 15 Prozent und Österreich mit 13 Prozent, gefolgt von den USA (12 Prozent), der Schweiz (10 Prozent) und Frankreich (9 Prozent). Diese sechs Länder zusammen nahmen ca. 75 Prozent der im Ausland studierenden Deutschen auf.

Globalisierung führt dazu, dass die weltweite Nachfrage nach internationaler Hochschulbildung enorm steigt. Nach Prognosen von IDP Education Australia wird es 2015 ca. 4,2 Millionen internationale Studierende geben. Die größte Nachfrage wird künftig aus Asien kommen. Die Hochschulen reagieren verstärkt auf diesen Trend mit der Einführung einer internationalen und interkulturellen Dimension in das Lehr-, Forschungs- und Dienstleistungsangebot. So verlassen in der globalisierten Wissensgesellschaft auch die Hochschulsysteme zunehmend nationale Grenzen.

Der globale Bildungsmarkt umfasst heute ca. 2,2 Billionen US-Dollar pro Jahr; ca. 20 Prozent fließen an Privatunternehmen. Sowohl das Gesamtvolumen als auch der Anteil der Privatwirtschaft werden künftig wachsen. Die USA verdienen jährlich über 13 Milliarden US-Dollar an Gaststudenten. Für Australien ist der Export von Bildungsdienstleistungen inzwischen der viertgrößte Exportfaktor (jährliche Einnahmen: 6,8 Milliarden US-Dollar).



Nachfrage nach internationaler Hochschulbildung

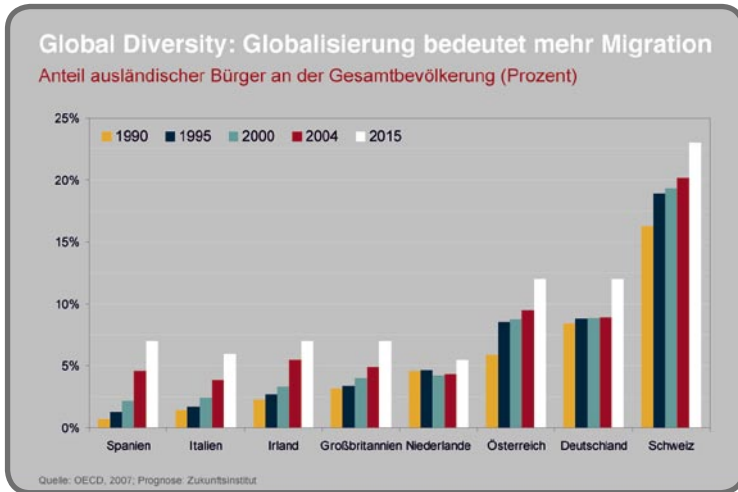
Deutschland wird als Wissenschafts- und Bildungsstandort für High Potentials aus der ganzen Welt in den letzten Jahren immer beliebter, wie die steigende Zahl ausländischer Hochschulabsolventen zeigt. Darüber hinaus ist die Zahl ausländischer Studierender, die vorübergehend für ein Auslandsstudium nach Deutschland kommen, noch weitaus höher: Laut Deutsche Bank Research sind derzeit mehr als 2,5 Millionen internationale Studierende auf dem Globus unterwegs, immerhin 11 Prozent davon zieht es nach Deutschland. So belegt die Bundesrepublik im globalen Ranking der beliebtesten Studienorte den dritten Platz hinter den USA (23 Prozent) und Großbritannien (12 Prozent).

Diese systematische Mobilität bei der höheren Bildung wird im globalen Wissenszeitalter weiter steigen und einen neuen Wachstumsmarkt erzeugen. Die größte Nachfrage wird auch künftig aus Asien kommen: Im Jahr 2025 werden über 50 Prozent der internationalen Studierenden Chinesen und Inder sein.



Wissenschaftsstandort Deutschland

13



Ausländische Bevölkerung

Globalisierung hat dafür gesorgt, dass Entfernungen viel leichter zu überwinden sind. **So bedeutet Globalisierung weltweit mehr Migration, Auswanderung ebenso wie Zuwanderung.** Unter dem Strich hat sich in nahezu allen OECD-Ländern der Anteil der ausländischen Bevölkerung in den vergangenen anderthalb Jahrzehnten vergrößert. Lediglich in Ländern, die ohnehin bereits einen großen Anteil eingebürgerter Immigranten haben, z.B. Großbritannien, die Niederlande oder Deutschland, fallen die Anstiege geringer aus. Im Durchschnitt der wohlhabenden Länder nähert sich der Anteil der Zuwanderer an der arbeitenden Bevölkerung den 10 Prozent. Langfristig sind die meisten Industrieländer wie gerade auch Deutschland auf Einwanderung angewiesen, weil sie angesichts des demografischen Wandels – sinkende Geburtenraten, Alterung der Gesellschaft – auf einen Fachkräftemangel zusteuern, dem u.a. nur durch Zuwanderung motivierter, qualifizierter Köpfe effektiv begegnet werden kann.

14



Deutsche Auswanderer

Neben dem wachsenden Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund steigt im Zuge der Globalisierung in vielen Industrieländern aber auch die Zahl der Auswanderer. **2006 haben rund 155.000 Bundesbürger Deutschland den Rücken gekehrt, um im Ausland ihr Glück zu suchen – so viele wie seit 1950 nicht mehr.** Und das sind nur diejenigen, die sich offiziell abgemeldet haben. Hinzu kommen jene, die regelmäßig pendeln oder ihren deutschen Wohnsitz formal behalten. Bis vor einigen Jahren waren deutsche Globetrotter größtenteils Akademiker, die neue Erfahrungen oder bessere Karrierechancen suchten. Inzwischen ziehen aber auch immer öfter Arbeiter und Facharbeiter fort. Viele kommen zwar irgendwann auch wieder zurück. Die anderswo für viele Berufsgruppen zum Teil besseren Jobaussichten bzw. wirtschaftlichen Chancen sowie die wachsende Bedeutung international erfahrener Mitarbeiter und Expatriates für Unternehmen werden aber auch künftig immer mehr Deutsche veranlassen, ins Ausland zu gehen.

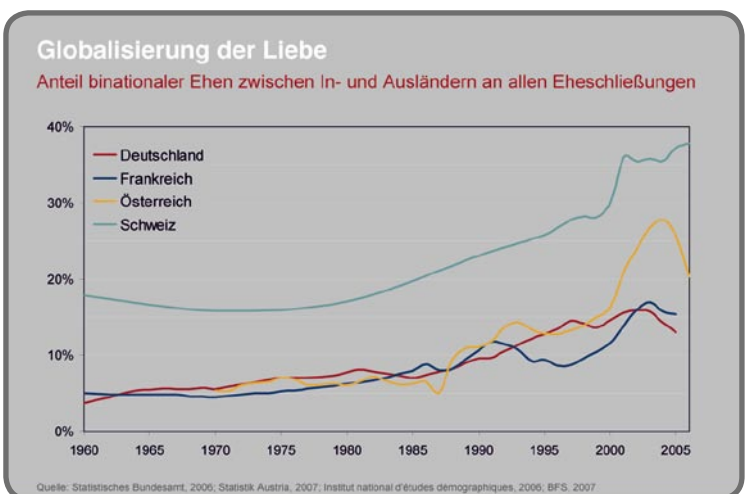
Im Jahr 2006 haben rund 155.000 Deutsche ihrem Land „Adieu“ gesagt, um im Ausland ihr Glück zu suchen. Dabei war die Schweiz zum zweiten Mal in Folge Zielland Nummer eins vor den USA, Österreich und Großbritannien. Auf Platz fünf der beliebtesten Länder deutscher Auswanderer rangierte als erstes weder deutsch- noch englischsprachige Land Polen.

Die anderswo für viele Berufsgruppen besseren Chancen werden in Zukunft neben Akademikern auch immer mehr (Fach-)Arbeiter veranlassen, als „Job-Nomaden“ zumindest vorübergehend ins Ausland zu gehen. Hinzu kommt, dass Auslandsaufenthalte für die Karriere in globalen Unternehmen ohnehin längst ein Muss sind. **Wir erleben einen neuen „War for Talents“ im globalen Wettbewerb, in dem Deutschland bislang nicht unbedingt gut dasteht:** Mehr als 800.000 Deutsche mit akademischer oder vergleichbarer Ausbildung leben mittlerweile in anderen OECD-Ländern. Umgekehrt arbeiten nur rund 270.000 Hochqualifizierte aus anderen OECD-Ländern in der Bundesrepublik.

Der Globalisierung der Märkte folgt die Globalisierung der Liebe. Die Zahl binationaler Ehen nimmt nicht nur in Deutschland, sondern in vielen Industrieländern seit Jahren mehr oder weniger kontinuierlich zu. So ist der Anteil der Ehen zwischen In- und Ausländern, wie die Abbildung zeigt, seit der zweiten Hälfte der 1980er Jahre deutlich gestiegen. Inzwischen stammt bei 13 Prozent der Eheschließungen in Deutschland einer der Partner aus einem anderen Land, in Frankreich sind es 15 Prozent aller Eheschließungen. Bei jeder fünften Ehe, die in Österreich geschlossen wird, ist einer der Eheleute Ausländer, in der Schweiz liegt die Quote sogar bei 38 Prozent. Trotz des leichten Rückgangs seit 2003 in Frankreich, Österreich und Deutschland ist die langfristige Tendenz nicht übersehbar: **Die Entwicklung zeigt deutlich, dass sich Globalisierung nicht nur in der Internationalisierung der Märkte manifestiert, sondern sich bis in die privaten Lebensbereiche und Beziehungen der Menschen auswirkt.**

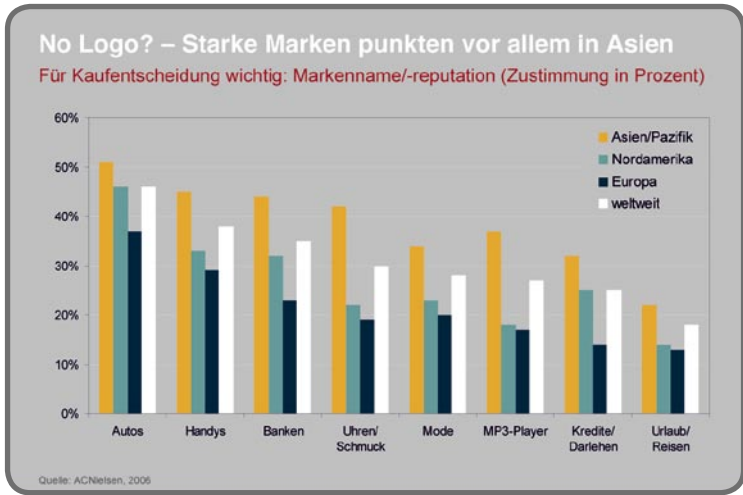


Zielländer deutscher Auswanderer



Binationale Eheschließungen

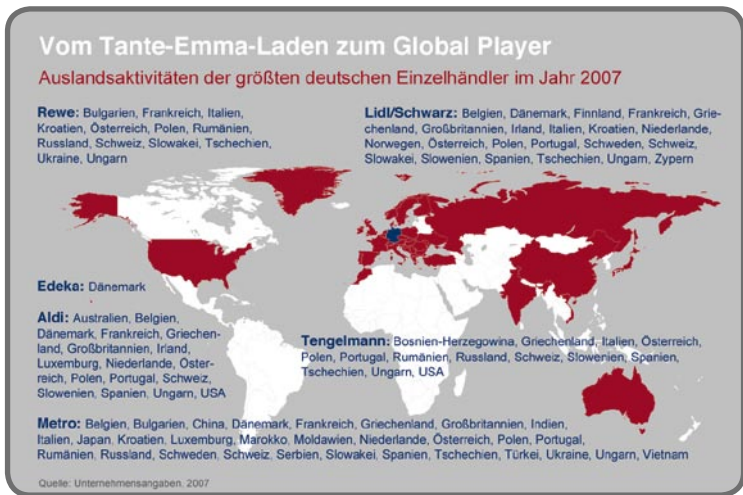
17



Markenbedeutung weltweit

In einer repräsentativen Studie befragte ACNielsen 2006 Konsumenten in über 40 Ländern weltweit danach, woran sie ihre Kaufentscheidung festmachen, wenn sie die Wahl zwischen verschiedenen Produkten haben. Zwar kommt der Informationssuche im Internet vor allem bei Europäern eine immer größere Bedeutung zu (insbesondere bei Urlaubsreisen, technischen Produkten sowie Krediten). **Dennoch zeigt sich, dass die Bekanntheit und das Image von Marken bei vielen Konsumenten weiterhin hohe Bedeutung haben.** Beim Kauf von Autos z.B. vertrauen 46 Prozent aller weltweit Befragten auf die Marke. **Vor allem in der Region Asien/Pazifik ist der Ruf einer Marke ein wichtiger Einflussfaktor** – nicht nur beim Kauf von Autos, wo 51 Prozent der Verbraucher sagen, dass er bei ihrer Entscheidung für oder gegen ein Produkt wichtig ist, sondern ebenso bei Handys (45 Prozent), Banken (44 Prozent), Uhren und Schmuck (42 Prozent) sowie Krediten (32 Prozent).

18



Auslandsaktivitäten deutscher Einzelhändler

Die Globalisierung wird auch an der Internationalisierungsstrategie im deutschen Einzelhandel sehr gut sichtbar. Schwierige Bedingungen im Heimatmarkt und wachsende Attraktivität vor allem der osteuropäischen Märkte haben die Auslandsexpansion der meisten deutschen Retailer in den letzten Jahren stark beflügelt. Die größten deutschen Handelsunternehmen sind im Ausland vornehmlich im Lebensmittelbereich mit ihren Cash & Carry-, Hypermarkt- und Discount-Formaten erfolgreich. **Das Streben nach internationaler Präsenz und Vergrößerung des Absatzmarktes wird auch in Zukunft anhalten.** Mit großen Schritten holt dabei der Lebensmittelhandel das nach, was beispielsweise in der Textilbranche seit Jahrzehnten gängige Praxis ist. **Bei der Erschließung neuer, chancenreicher Märkte kommt künftig vor allem Russland immer stärker ins Visier.** In den neuen großen Wachstumsmärkten China und Indien ist von den deutschen Retailern bislang nur Metro vertreten.

Aufgrund des in den letzten Jahren stark zunehmenden internationalen Handels mit Sendeformaten innerhalb der TV-Unterhaltungssparte gleichen sich Fernsehprogramme weltweit immer weiter an. Waren es einst überwiegend amerikanische Filme und Serien, die im Ausland gezeigt wurden, so gibt es heute zusätzlich eine hohe Zahl von Formaten, die zwar im Ausstrahlungsland produziert werden, sich aber einer ausländischen Vorlage bedienen und weltweit lizenziert werden.

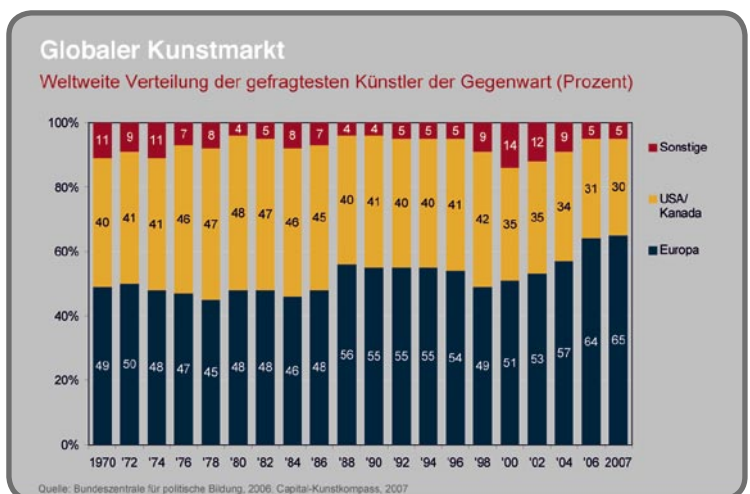
Das reicht von Castings wie „Pop Idol“ („Deutschland sucht den Superstar“) über Reality Soaps („Big Brother“) bis hin zu Quiz-Shows wie „Wer wird Millionär?“. Diese derzeit weltweit erfolgreichste Quiz-Show wurde 2006 in 73 Ländern ausgestrahlt, die Lizenzierungs- und Ausstrahlungsrechte wurden an Fernsehanstalten in über 100 Ländern verkauft – von Ägypten bis Zypern. Das Erscheinungsbild der Sendung ist vertraglich streng geregelt und stark ans britische Ursprungsformat angepasst, z.B. was die Aufmachung des Studios, Kameraeinstellungen, Licht- und Soundeffekte betrifft.



19

Kulturelle Globalisierung

Qualität von Kunst ist zwar nicht messbar, wohl aber ihre Resonanz in der Fachwelt. Beim seit 1970 jährlich erscheinenden Kunstkompass ermitteln Experten die jeweils 100 bedeutendsten Künstler der Gegenwart. Seither ist der Kunstkompass der weltweit anerkannte Maßstab für Ruhm und Rang der Künstler auf dem internationalen Markt. Gemessen und mit Punkten bewertet werden Einzelausstellungen in rund 200 bedeutenden Museen weltweit, die Teilnahme an wichtigen Gruppenausstellungen (z.B. Biennale, Documenta) sowie Rezensionen in internationalen Fachmagazinen (z.B. Flash Art, Art in America). Nicht gewertet werden Umsatzerfolge und Preise. Dabei zeigt sich: Globalisierung gilt auch in der Kunstlandschaft. So waren im Kunstkompass 2007 Künstler aus über 20 Ländern gelistet. Dennoch ist nicht zu übersehen, dass seit jeher Europäer und Nordamerikaner die Szene dominieren. Auffällig auch: In den letzten Jahren steigt die Bedeutung europäischer Künstler auf dem weltweiten Kunstmarkt.



20

Globaler Kunstmarkt



Herausgeber:
Zukunftsinstitut GmbH
Robert-Koch-Str. 116 E
65779 Kelkheim
Telefon +49 6174 96 13-0
info@zukunftsinstitut.de

© Zukunftsinstitut GmbH
Dezember 2007
Alle Rechte vorbehalten