

Fact Sheet

Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

157.000 Menschen sind in etwa 46.200 Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt. Der **Gesamtumsatz** dieses Wirtschaftszweiges liegt bei **mehr als 32 Milliarden Euro**.

Eine Auswertung für die NRW.BANK hat ergeben, dass 2007 in diesem Land 7,5 Prozent der Unternehmen und 3,3 Prozent der Beschäftigten auf die Kreativwirtschaft entfielen, was sie zu einer der wichtigsten Branchen Nordrhein-Westfalens macht.

In der Kreativwirtschaft gab es im Jahre 2005 insgesamt **156.700 sozialversicherungspflichtige Personen**. Das waren 2,8 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze in der NRW-Gesamtwirtschaft.

Im Durchschnitt bietet ein Unternehmen der Kreativwirtschaft **sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze für 3,5 Personen**. Addiert man die Anzahl der Selbständigen/Unternehmen in der Kreativwirtschaft, steigt das vergleichbare Beschäftigungsvolumen auf rund 203.000 Beschäftigte mit einem Arbeitsplatzanteil von 4,5 Personen.

Die einzelnen Branchen im Überblick

Designwirtschaft

Die gut 3.800 Betriebe und Selbstständigen in der Designwirtschaft (Umsatz etwa 540 Mio. EUR) im Jahr 2007 machen ca. sechs Prozent aller Betriebe und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft Nordrhein-Westfalens aus. Von diesen arbeiten knapp 800 Unternehmen im Bereich des Industriedesigns und rund 3.000 Unternehmen im Schmuck- Textil - und Möbeldesign. Manche Weltmarktführer haben eigene Designabteilungen wie beispielsweise der Sanitärarmaturen-Hersteller „Grohe“ in Porta Westfalica, oder der Haushaltsgeräte-Hersteller Miele in Gütersloh, mit u.a. 40 Designern, Modellbauern, Interface-Visualisierungs- Und CAD-Spezialisten.

Modewirtschaft

Das „Modecluster“ Nordrhein-Westfalens hat eine enorme Bedeutung: Die Auftragsbücher nationaler und internationaler Modefirmen, die sich in

Kultur- und Kreativwirtschaft ist Teil von

700 Showrooms präsentieren, werden nach wie vor in Düsseldorf gefüllt, dem wichtigsten Treffpunkt der Modebranche. Die Igedo Fashion Fairs bringen zwei Mal im Jahr jeweils über 1770 Aussteller aus über 50 Ländern in die Landeshauptstadt. Hinzu kommen unzählige Textileinzelhandelsunternehmen, und renommierte Ausbildungseinrichtungen für Modedesigner.

Zur engeren Modewirtschaft in Nordrhein-Westfalen gehören die Herstellung von Bekleidung, Schuhen und Leder bzw. der entsprechende Einzelhandel. In Zahlen gesprochen bedeutet dies: 9.700 Steuerpflichtige und Unternehmen machten im Jahr 2005 einen Umsatz von rund 18,5 Milliarden Euro.

Kunstmarkt

Köln und Düsseldorf zählen mit Berlin, Hamburg, Frankfurt, München zu den Hochburgen des nationalen und internationalen Kunstmarktes. Mit insgesamt rund 6.300 Betrieben und Selbstständigen und etwa 2,1 Mrd. EUR Umsatz (2007) zählt der Kunstmarkt im engeren und weiteren Sinne (einschließlich Künstlerbedarf, Kunsthandwerk etc.) zu den kleineren Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft des Landes. Im Kernbereich (z.B. Handel mit Kunstgegenständen) erwirtschaften knapp 4.6000 Unternehmen ca. 1,2 Mrd EUR Umsatz, während in den vor- und nachgelagerten Branchen (z.B. Antiquitätenhandel oder Gold- und Silberschmiedewerkstätten) etwa 1.700 Betriebe und Selbstständige einen steuerbaren Umsatz von knapp 1 Mrd. EUR generieren. In Nordrhein-Westfalen arbeiten 2007 rund 1.800 selbstständige umsatzsteuerpflichtige Künstler/innen, dem Mikrozensus 2002 zufolge ist die Anzahl der Bildenden Künstler/innen jedoch mit rund 6.000 deutlich höher. Nach einer Schätzung des Bundesverbands Deutscher Galerien handeln etwa 383 Betriebe mit Kunstgegenständen und Bildern. Davon sind 113 Galerien im Bundesverband Deutscher Galerien organisiert.

Musikwirtschaft Mehr als 4.700 Selbstständige und Betriebe waren 2007 in der Musikwirtschaft in Nordrhein-Westfalen tätig, davon knapp 1.900 im Kernbereich und etwa 2.800 in den vor- und nachgelagerten Branchen, wozu beispielsweise die Herstellung von Rundfunk-, TV- und phonotechnischen Geräten einschließlich des dazu gehörenden Einzelhandels zählt. In der Musikwirtschaft wurde im Jahre 2007 insgesamt ein Umsatz von 3,9 Mrd. EUR generiert. Davon entfallen ca. 1,7 Mrd. EUR auf die Kernbereiche und 2,2 Mrd. EUR auf die vor- und nachgelagerten Branchen. Von der Musikwirtschaft in Nordrhein-Westfalen profitieren auch Branchen wie die

Mode- und Werbewirtschaft. Darüber hinaus sind die Musik-Events im Rhein-Ruhr-Raum auch wichtige Angebote des Kulturtourismus.

Werbewirtschaft

Mit 10.347 umsatzsteuerpflichtigen Betrieben und Selbstständigen und einem Umsatz von 10,4 Mrd. EUR (Zahlen aus dem Jahr 2007) ist die Werbewirtschaft einer der wirtschaftlich bedeutendsten Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein Westfalen. Zur Werbewirtschaft zählen Unternehmen der Werbegestaltung und des Kommunikationsdesigns (u.a. Grafik-, Textildesign, Fotografie) mit 5.858 Unternehmen und Selbstständigen (Umsatz: 4,5 Mrd. EUR) sowie der Werbevermittlung und Werbemittelverbreitung mit 4.489 Unternehmen (Umsatz: 5,9 Mrd. EUR). Jedes vierte Werbeunternehmen der Bundesrepublik Deutschland hat seinen Standort in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf ist eines der vier bundesdeutschen Zentren der Werbewirtschaft und die bundesweit umsatzstärkste Werbestadt. Hier erwirtschaften rund 1.300 Unternehmen (fast ein Viertel aller Werbegestalter NRWs) rund die Hälfte der in Nordrhein-Westfalen erzielten Branchenumsätze.

Verlagswirtschaft

Bundesweit gehört Nordrhein-Westfalen mit Bayern und Baden-Württemberg zu den drei umsatzstärksten Ländern auf dem Literatur- und Buchmarkt. Auch innerhalb der Teilbranchen der Kulturwirtschaft in NRW zählt diese Branche zu den größten Märkten. Mit etwa 80 Verlagen, ca. 130 Buchhandlungen und der "Lit.Cologne" – Europas größtes Literaturfestival – bildet Köln das Zentrum des Literatur- und Buchmarkts in NRW.

Quelle für alle Zahlenangaben:

- 5. Kulturwirtschaftsbericht Kultur- und Kreativwirtschaft, 2005
- Information und Technik Nordrhein-Westfalen. Geschäftsbereich Statistik, 2007

Ausführlichere Informationen zu den Teilbranchen erhalten Sie unter

www.creative.nrw.de

SELBSTVERSTÄNDNIS DES CLUSTERMANAGEMENTS

Das Clustermanagement

- ist ein **Vermittler und Sprachrohr gegenüber der Politik**
- bietet eine **starke Dachmarke auf (inter)nationaler Ebene**
- steht drittens für eine **branchenübergreifende Vernetzung** („cross innovation“)

Kreative Köpfe sind national und international gefragt. Auch die Wachstumsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen muss sich diesem Wettbewerbsdruck stellen. Trotz einer starken wirtschaftlichen Stellung im nationalen Vergleich fehlen ihr das internationale Renommee und die Anerkennung der Kreativen.

Kreative Unternehmer spüren den rasanten Wandel der Nachfrage in einer zunehmend globalisierten Welt, auf die sie mit ausdifferenzierten Produkten und Dienstleistungen immer neu reagieren müssen. Die Möglichkeiten von Produktion und Distribution werden komplexer, mit ambivalenten Folgen für die Kreativschaffenden. Als Einzelner oder als kleines Unternehmen diesen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen, wird immer schwieriger.

Nordrhein-Westfalen braucht ein starkes gemeinsames Auftreten der Kultur- und Kreativwirtschaft, nach Innen wie Außen. Dafür bedarf es eines starken Netzwerkes, einer starken Gemeinschaft sowie eines moderierten (Wissens)-austausches. Ziel ist die Stärkung der Kreativ- und Kulturszene, in der die Akteure eng miteinander verzahnt sind und sich langfristig an den Standort binden.

Die Stärken der Kreativen in NRW müssen gestärkt werden. Das beinhaltet in manchen Fällen auch eine stärkere Professionalisierung. Das Potential der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW muss besser sichtbar gemacht werden.

Kultur- und Kreativwirtschaft ist Teil von

Dienstleistungen des Clustermanagements

1. Aufbau des Clusters Kultur- und Kreativwirtschaft mit der lizenzpflichtigen Marke „Creative NRW“.
2. Aufbau eines Unterstützungsnetzwerkes entsprechend den Bedürfnissen der Teilbranchen.
3. Förderung eines Wissensaustausches zwischen Hochschulen und Wirtschaft durch die Schaffung eines Hochschulverbundes.
4. Gezielte Nachwuchsförderung auf nationalen und internationalen Schauplätzen durch das Finden und Präsentieren von Talenten in den einzelnen Branchen.

Vision 2012

Die Kultur- und Kreativwirtschaft NRWs hat sich national etabliert und ist international bekannter geworden. Die Branchen zeichnen sich durch ein höheres Wachstum, mehr Beschäftigte und angesehene Preise und Veranstaltungen aus. Nordrhein-Westfalen ist zum internationalen „hot spot“ der kreativen Klasse und Ökonomie geworden.

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gehört zu den dynamischsten Wirtschaftssektoren in Europa und ist ein wichtiger Treiber ökonomischer Entwicklungen und Innovationen auch in anderen Wirtschaftsbereichen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft Nordrhein-Westfalens ist die bundesweit erfolgreichste und trägt entscheidend zur Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit des Landes bei:

In Nordrhein-Westfalen sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft zurzeit rund 157.000 Menschen in etwa 46.200 Unternehmen beschäftigt. Der Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen liegt bei mehr als 32 Milliarden Euro.

Der Ansatz von Cluster und Clustermanagement

Die Wirtschaftsförderung von Ländern und Kommunen hat sich in den zurückliegenden fünfzehn Jahren strukturell verändert. Während man sich traditionell vor allem auf Ansiedlungswerbung, Flächenbereitstellung und Bestandhaltung konzentrierte, geht man in jüngerer Zeit auch neue Wege. Die wissenschaftliche Evaluation verschiedener Förderstrategien hat belegt, dass eine wenig spezifizierte Förderung nach dem „Prinzip Gießkanne“ weniger Erfolg versprechend ist als die gezielte Unterstützung bestimmter Teilsegmente der regionalen Wirtschaft. Grundlage einer solchen Strategie ist die Identifizierung bereits vorhandener Stärken – der Unternehmen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen sowie Institutionen der öffentlichen Verwaltung und Politik, die in einem regional abgrenzbaren Gebiet in einer bestimmten Branche bzw. in für diese Branche relevanten Bereichen agieren. Sie bilden ein Geflecht an Beziehungen und Interdependenzen, das je nach Art der Branche unterschiedlich ausgeprägt ist. Es entwickeln sich thematisch spezialisierte Kompetenzfelder, die man als Cluster bezeichnet. In ihnen sind Know-how und Erfahrungen räumlich gebündelt, Innovationen können so schneller in den Markt gebracht werden.

Durch ein Clustermanagement sollen solche Cluster gestärkt und weiter-

Kultur- und Kreativwirtschaft ist Teil von

entwickelt werden. Als zukunftsgerichtete Wirtschaftsförderung, die auch im Marketing nach Innen und Außen eine zentrale Aufgabe sieht, leistet das Clustermanagement einen wertvollen Beitrag zu Standortsicherung und -ausbau. Es erhöht die Attraktivität der Region sowohl für ansässige als auch nicht ansässige Unternehmen und für hoch qualifizierte Arbeitskräfte. Ziel ist die Entfaltung einer Magnetwirkung auf die besten Köpfe und Unternehmen einer Branche. In Nordrhein-Westfalen ist die Kultur- und Kreativwirtschaft als einer von 16 Wirtschaftszweigen mit besonders hohem Wachstumspotenzial identifiziert worden.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst insgesamt 11 Branchen:

- Verlagsgewerbe, Tonträgerindustrie
- Film- und Musikwirtschaft, TV-Produktion
- Rundfunk- und TV-Unternehmen
- Darstellende und Bildende Künste, Literatur
- Journalisten, Nachrichtenbüros
- Museen, Kunstmarkt
- Buch- und Zeitschriftenmarkt
- Architektur
- Design
 - Werbung
 - Software, Games

Schwerpunkt des Clustermanagements stellen folgende Teilbranchen mit besonders hohem Wachstumspotential dar:

- Kunstmarkt
- Werbewirtschaft
- Designwirtschaft
- Modedesign
- Musikwirtschaft
- Buchverlagswesen

Kultur- und Kreativwirtschaft ist Teil von

Die Clustermanager

Christian Boros
geboren 1964 in Zabrze, Polen



Ausbildung

Studium Kommunikationsdesign an der
Bergischen Universität Wuppertal
Abschluss: Dipl. Kommunikationsdesigner

Kompetenzen und Erfahrungen

Bereits während des Studiums bei Professor Bazon Brock an der Bergischen Universität Wuppertal beschäftigte sich Christian Boros intensiv mit den Wechselbeziehungen von Wirtschaft und Kultur und machte sich bereits mit einer Kommunikationsagentur selbstständig. Die 1990 gegründete BOROS GmbH wuchs rasch und sorgte mit ungewöhnlichen Arbeiten, z.B. für den Jugendfernsehsender VIVA, für Aufsehen. 1999 kam die BOROS.INTERAKTIV GmbH dazu. Die BOROS Group hat heute Standorte in Wuppertal, Berlin und New York. Zum Kundenstamm gehören neben klassischen Wirtschaftsunternehmen auch Medienmarken, Museen und Kulturinstitutionen.

Christian Boros berät Wirtschaftsunternehmen und Kulturinstitutionen zu Fragen der Kommunikation und der Positionierung und hält regelmäßig Vorträge zum Thema „Kultur als Wirtschaftsfaktor“. Christian Boros hatte einen Lehrauftrag an der Bergischen Universität Wuppertal und hielt Vorlesungsreihen an der Privatuniversität Witten-Herdecke und an der Hochschule für Gestaltung Offenbach.

Seit 1990 hat Christian Boros eine der größten Kunstsammlungen junger zeitgenössischer Kunst in Deutschland aufgebaut. Die von ihm gegründete BOROS Foundation präsentiert seit 2008 ausgewählte Highlights der Sammlung in einem umgebauten Bunker in Berlin-Mitte.

Seit 2008 ist Christian Boros Kuratoriumsmitglied des Freundeskreises der Nationalgalerie und Mitglied in der Gesellschaft der Freunde der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen.

Werner Lippert
geboren 1950 in Mönchen-Gladbach



Ausbildung

Studium der Kunstgeschichte, Vor- und Frühgeschichte und Archäologie an der Universität Bonn

Kompetenzen und Erfahrungen

Nach dem Studium an der Universität Bonn arbeitete Werner Lippert als freier Kunstkritiker für deutsche und internationale Medien wie Kunstforum/Mainz, Data/Turin, Art Press/Paris, Kunstbulletin/Basel, u.a.; als Herausgeber der Kunstzeitschrift EXTRA und als Ausstellungsmacher und Kataloggestalter für Museen wie die Kestner-Gesellschaft Hannover, das Folkwang Museum Essen, die Kunsthalle Luzern und andere.

Ab 1977 arbeitete Werner Lippert in Werbeagenturen als Texter und Creative Director bei Team/BBDO, McCann, Markenplan, sowie als Geschäftsführer der Agentur TBWA in Düsseldorf.

1987 gründete Werner Lippert eine eigene Werbeagentur in Düsseldorf, die „Lippert Wilkens Partner“ zusammen mit Dr. Klaus Wilkens. Zu den großen Erfolgen gehörte u.a. die Einführung der Zeitschrift FOCUS, die zur erfolgreichsten Neu-Einführung einer Zeitschrift in der Bundesrepublik geriet.

Seit April 1996 ist Werner Lippert zusammen mit Petra Wenzel geschäftsführender Gesellschafter von „Projects Corporate Culture Consultants GmbH“, einem Unternehmen, das Firmen und Institutionen bei der Umsetzung von Unternehmenskultur- und Kommunikationsprojekten berät: von Hugo Boss/Guggenheim Museum über DaimlerChrysler bis zur Münchener Rück. Darüber hinaus war Werner Lippert mit Petra Wenzel für die Gesamtkommunikation des Heine-Jahres sowie der Quadriennale 2006 (beides Projekte der Stadt Düsseldorf) verantwortlich.

Seit 1998 leitet Werner Lippert das Ausstellungsmanagement des NRW-Forum Kultur und Wirtschaft, mit Ausstellungen zu Herb Ritts, Peter Lindbergh, Anton Corbijn, Alexander McQueen, Vivienne Westwood, Bruce Nauman und Themen wie Werbung, Mode, Modefotografie, Architektur.

Werner Lippert war Mit-Kurator und Koordinator des Kuratoren-Teams für die ENTRY 2000 in Essen und realisierte zusammen mit Dr. Peter Wippermann die selbständige Teil-Ausstellung ENTRY PARADISE.