

**CREATIVE.
NRW**

IMAGE ANALYSE 2013

03 VORWORT

05 IMAGE

07 KREATIVLEISTUNGEN

10 KREATIVNETZWERKE

13 ANGEBOTE

16 POLITISCHES UMFELD

19 LEBENSBEDINGUNGEN

22 DARSTELLUNG STANDORT

25 WAHRNEHMUNG / ENTWICKLUNG

32 DEMOGRAFISCHE ANGABEN

37 FAZIT

VORWORT

Zum dritten Mal hat CREATIVE.NRW Akteure und Multiplikatoren der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen befragt. Wir wollten wissen: Wie denken die NRWler über Nordrhein-Westfalen als Standort für die Kreativbranche? Wie beurteilen sie das wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Umfeld? Welche Perspektiven sehen sie für die Zukunft?

Die Umfrage erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität. Ziel war es, ein Stimmungsbild zu ermitteln, Trends zu erkennen und den Akteuren aus Politik und Wirtschaftsförderung, aber auch den Kreativen selbst Anhaltspunkte für weitere Aktivitäten zur Stärkung des Kreativstandortes Nordrhein-Westfalen zu geben. Positives wie negatives Feedback ist hierfür gleichermaßen wichtig.

Die Umfrage wurde online vom 30.04.2013 bis 24.05.2013 durchgeführt. Insgesamt 118 User haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt.

ERGEBNISSE

01 IMAGE

**Fast drei Viertel der
Befragten beschreiben
den Kreativstandort
NRW als vielseitig.**

Wie würden Sie den Kreativstandort Nordrhein-Westfalen beschreiben?



02 KREATIV- LEISTUNGEN

**Fast 40 % der
Befragten beurteilen
die momentane
Auftragslage als gut.**

Wie werden kreative Dienstleistungen angenommen und entlohnt?

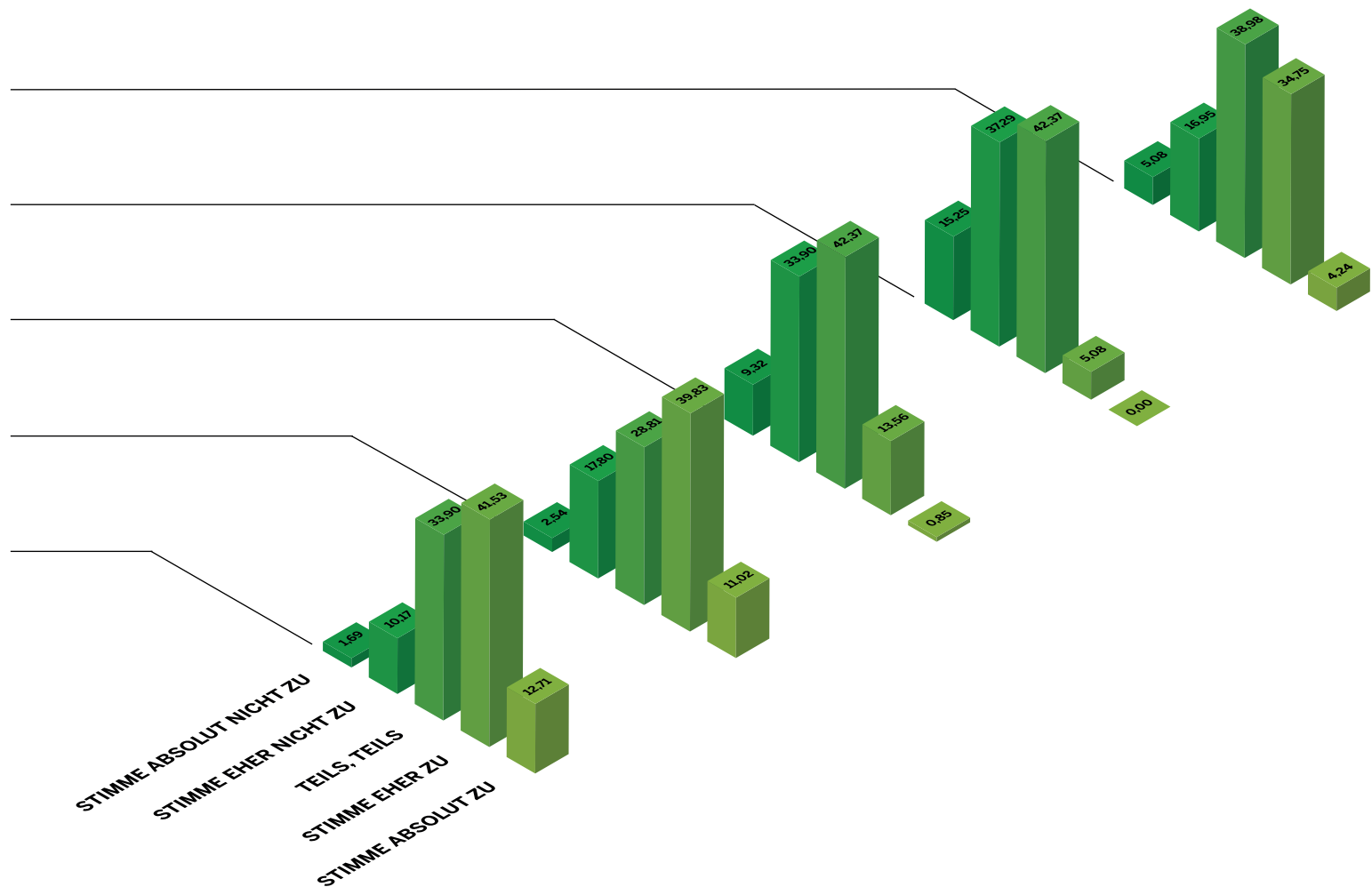
Die momentane Auftragslage in der Kreativwirtschaft ist gut.

Kreative Dienstleistungen werden angemessen entlohnt.

Die Kunden nehmen den ideellen Wert einer Dienstleistung wahr.

Es gibt ausreichend Fachkräfte in der Kreativbranche.

Die Kreativwirtschaft wird von Etablierten dominiert.



Fast 40 % der Befragten beurteilen die momentane Auftragslage als gut – im Vergleich zu 2010 und 2011 ein Anstieg um 50 %. Dabei sind Unterschiede in den Teilbranchen zu erkennen: In der Rundfunkwirtschaft scheint die Auftragslage weniger gut zu sein, als beispielsweise in der Werbung (circa 32 %).

Über 50 % der Befragten wünscht sich eine angemessenere Entlohnung und eine stärkere Wertschätzung von kreativen Dienstleistungen. Über die Hälfte der Teilnehmer bestätigt, dass die Kreativwirtschaft von Etablierten dominiert wird.

03 KREATIV- NETZWERKE

**Fast 70 % sind sich
einig, dass Netzwerke
eine Veränderung
bewirken.**

Kreative Netzwerke bewirken eine positive Veränderung.

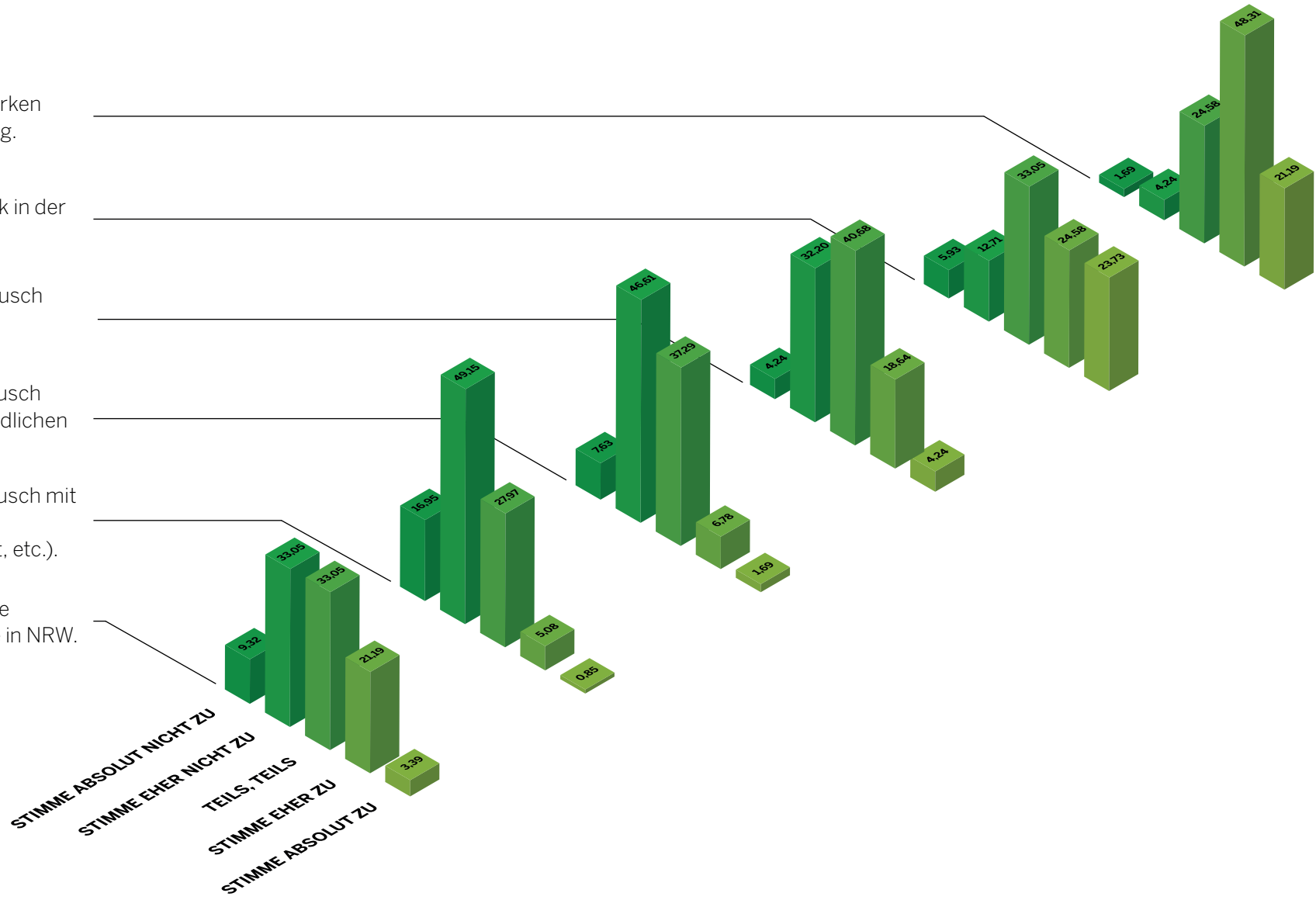
Ich bin in einem Netzwerk in der Kreativbranche aktiv.

Es findet ein reger Austausch innerhalb der einzelnen Teilbranchen statt.

Es findet ein reger Austausch zwischen den unterschiedlichen Branchen statt.

Es findet ein reger Austausch mit anderen Branchen statt (Automotive, Gesundheit, etc.).

Es gibt genügend zentrale Anlaufstellen für Kreative in NRW.



Die Stimmung gegenüber Netzwerken ist generell sehr positiv: Fast 70 % sind sich einig, dass Netzwerke eine Veränderung bewirken, nur knapp 6 % finden dies nicht. Gut die Hälfte der Befragten ist selbst in einem Netzwerk aktiv. Damit ist dieser Anteil ähnlich wie in 2011. Vor allem die Werber und Multiplikatoren stimmen zu, dass es einen regen Austausch innerhalb der einzelnen Teilbranchen gibt. Die Designer hingegen stimmen eher nicht zu (knapp 30 % der Befragten). Gewünscht sind mehr zentrale Anlaufstellen für Kreative in NRW (über 40 %). Im Gegensatz zum Kunstmarkt besteht hier vor allem bei den Designern Bedarf.

04 ANGEBOTE

**Fast jeder Zweite ist
sich sicher: NRW ist für
seine gute Ausbildung
im Kreativbereich
bekannt.**

Wie bewerten Sie die vorhandenen Unterstützungs- und Beratungsangebote für Kreative in NRW?

Es gibt auf die Branche zugeschnittene Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.

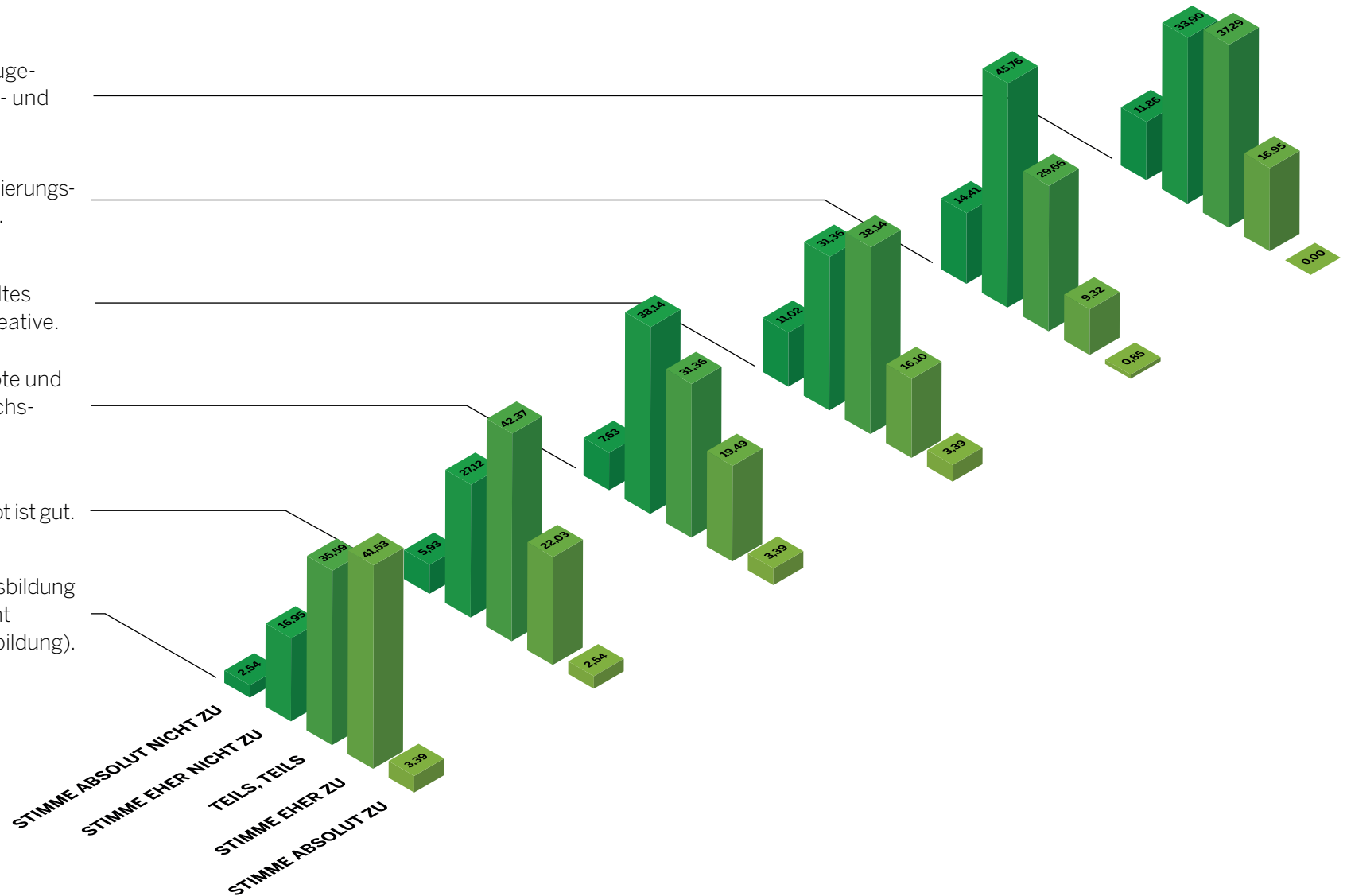
Es gibt ausreichend Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.

Es gibt ein breit aufgestelltes Beratungsangebot für Kreative.

Es gibt genügend Angebote und Programme zur Nachwuchsförderung.

Das Weiterbildungsangebot ist gut.

NRW ist für seine gute Ausbildung im Kreativbereich bekannt (Studium, klassische Ausbildung).



Etwa 60 % der Befragten wünschen sich mehr Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten. Auch das Beratungsangebot für Kreative sowie die Nachwuchsförderung wird von über 40 % der Umfrageteilnehmer als nicht ausreichend empfunden. Dieser Anteil ist, im Vergleich zu 2011, um ca. 10 % gestiegen.

Fast jeder Zweite ist sich sicher: NRW ist für seine gute Ausbildung im Kreativbereich bekannt.

05 POLITISCHES UMFELD

**Knapp 80 % der
Befragten sind sich
einig, dass die Kreativ-
wirtschaft politischer
Unterstützung bedarf.**

Wie schätzen Sie die politische Unterstützung in NRW für die Kreativwirtschaft ein?

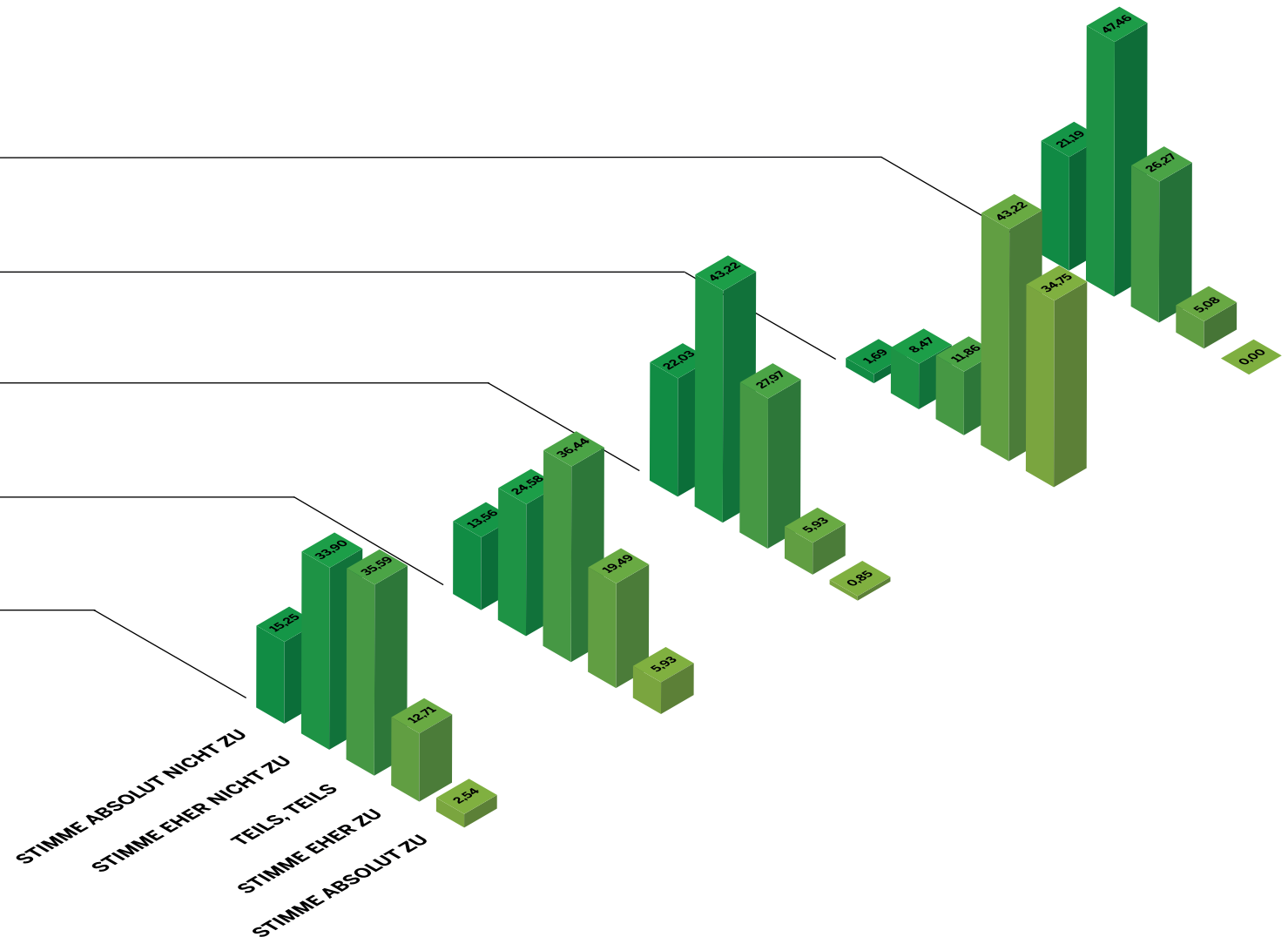
Die Politik versteht die Bedürfnisse der Kreativen.

Die Kreativwirtschaft bedarf der Unterstützung der Politik.

Die Kreativwirtschaft wird angemessen durch die Politik unterstützt.

Das Land NRW betreibt professionelles Standortmarketing für die Kreativwirtschaft.

Kreative verfügen über eine gute Lobby in NRW.



Knapp 80 % der Befragten sind sich einig, dass die Kreativwirtschaft politischer Unterstützung bedarf, die Bedürfnisse aber unzureichend von der Politik erkannt werden. Gewünscht sind eine stärkere politische Unterstützung sowie ein professionelles Standortmarketing.

06 LEBENS- BEDINGUNGEN

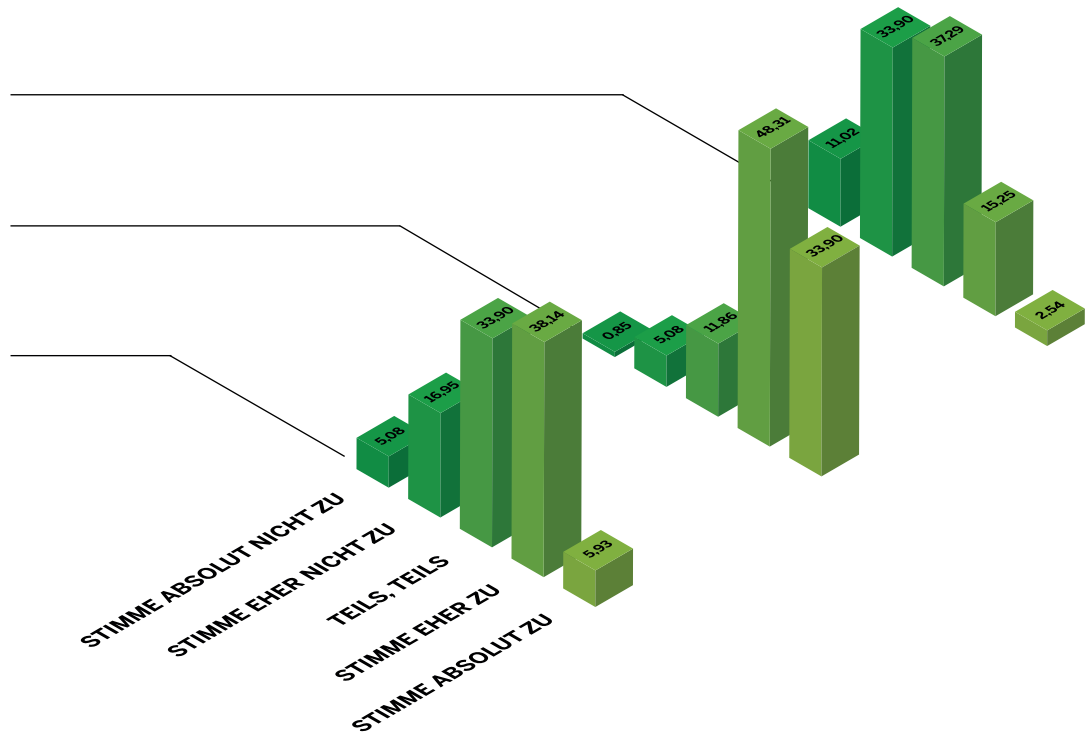
**Die Mehrheit meint,
dass die Kreativen in
NRW einen guten Ruf
haben.**

Wie empfinden Sie die Lebensbedingungen für Kreative in Nordrhein-Westfalen?

Mit Kreativdienstleistungen kann man gut seinen Lebensunterhalt finanzieren.

In der Kreativwirtschaft herrscht ein hoher Konkurrenzdruck.

Kreative genießen einen guten Ruf.



Nur knapp 20 % der Umfrageteilnehmer können mit Kreativdienstleistungen gut ihren Lebensunterhalt finanzieren. Das sind 4 % mehr als in 2011. Vor allem die Werber stimmen dieser Aussage zu. Über den hohen Konkurrenzdruck innerhalb der Kreativwirtschaft sind sich über 80 % einig. Die Mehrheit meint, dass die Kreativen in NRW einen guten Ruf haben.

07 STANDORT

**Die hohe Attraktivität
NRWs als Kreativ-
standort wird von über
der Hälfte der
Befragten bestätigt.**

Wie stellt sich Nordrhein-Westfalen als Kreativstandort dar?

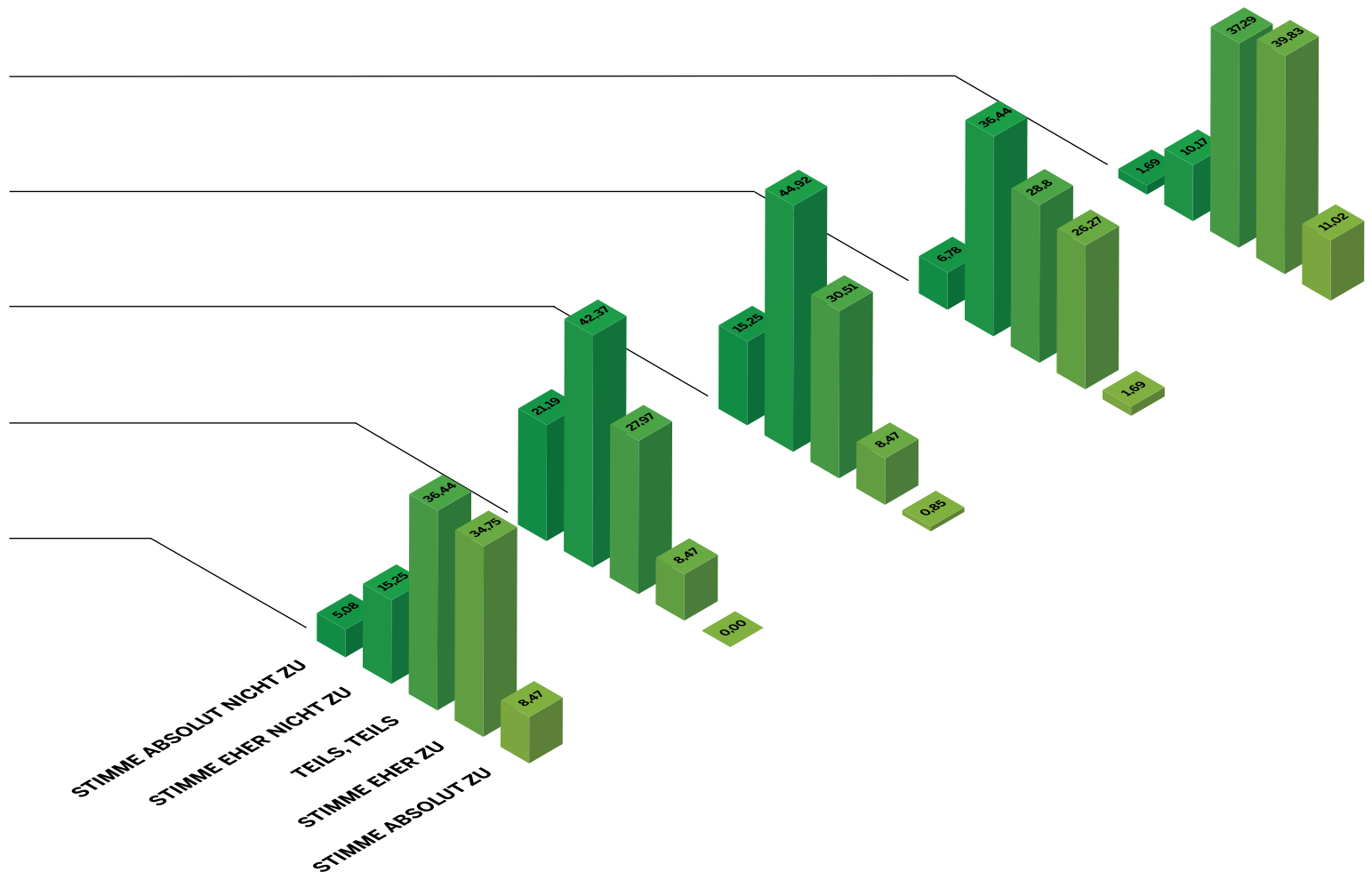
NRW ist ein attraktiver Standort für die Kreativwirtschaft.

NRW ist deutschlandweit für seine Kreativwirtschaft bekannt.

NRW wird im Ausland als Kreativstandort wahrgenommen.

Die Kreativbranche NRW stellt sich als Einheit dar.

In den letzten Jahren ist in der Kreativwirtschaft in NRW eine positive Entwicklung zu beobachten.

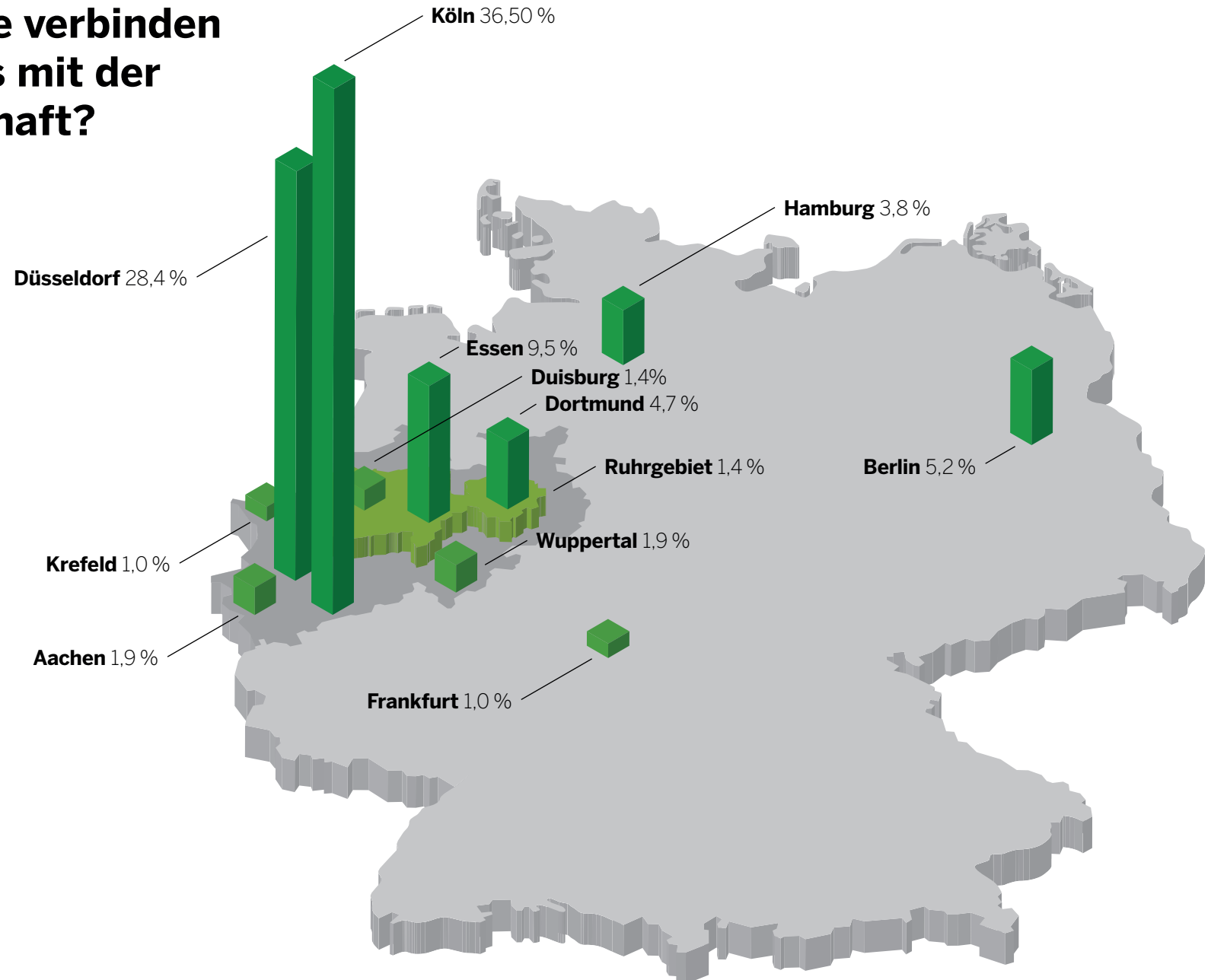


Die hohe Attraktivität NRW als Kreativstandort wird von über der Hälfte der Befragten bestätigt. Dieser Wert ist damit in den letzten drei Jahren leicht gestiegen (circa 4 %). Fast 30 % sind sich über die deutschlandweite Bekanntheit des Kreativstandortes NRW einig (Vergleich: 2011 waren es 24 %). Auch eine positive Entwicklung der Kreativwirtschaft konstatieren über 40 % der Umfrageteilnehmer. Von den Werbern wird diese positive Entwicklung am wenigsten bestätigt.

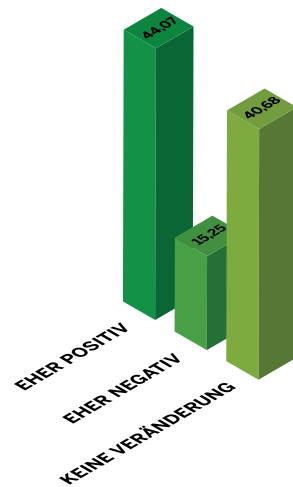
08 WAHR- NEHMUNG / ENTWICKLUNG

**Als „Kreativhauptstadt“
in NRW wird Köln
von knapp 37 % der
Befragten genannt.**

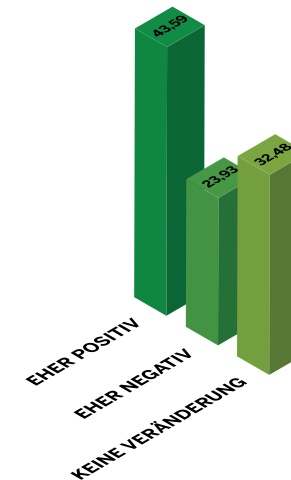
Welche Städte verbinden Sie besonders mit der Kreativwirtschaft?



Wie schätzen Sie die Entwicklung des Standortes NRW seit dem letzten Jahr ein?



Wie schätzen Sie die Entwicklung des Standortes NRW in den nächsten fünf Jahren ein?



ENTWICKLUNG IM LETZTEN JAHR

Fast 45 % haben im letzten Jahr eine positive Veränderung wahrgenommen. Nur 15 % sehen eine negative Veränderung. Vor allem die Aufmerksamkeit der Politik sollte weiter auf die Kreativbranche gerichtet werden. Gerade ältere Kreative wünschen sich spezielle Beratungsangebote und kritisieren, dass der Markt durch ein Überangebot an junger und günstiger(er) Arbeitskraft verzerrt wird. Das „An-einem-Strang-Ziehen“ sollte weiter verfolgt werden. Als Leuchttürme werden das Museum Folkwang sowie das Ruhrmuseum aufgezählt.

Die Aussagen zur Entwicklung der Auftragslage gehen weit auseinander. Viele beklagen sich über die fehlende langfristige Absicherung in der Kreativbranche.

ENTWICKLUNG IN DER ZUKUNFT

Für die Zukunft lässt sich eine deutlich positive Tendenz erkennen: Fast 44 % der Umfrageteilnehmer erwarten hier eine Verbesserung. An dieser Stelle waren die Befragten gebeten, ihre Einschätzungen kurz zu erläutern. Viele begründeten die positive Erwartungshaltung für die Zukunft mit der guten Arbeit vieler Initiativen, die sich in den letzten Jahren gebildet haben. Ein Augenmerk liegt vor allem auf der erhofften besseren Auftragslage aufgrund eines höheren Stellenwertes von Kreativleistungen in der Zukunft.

Das Überangebot an Kreativen in Berlin wird als Chance für Nordrhein-Westfalen gesehen. Allerdings sollte das, was NRW besonders macht, nämlich seine Konzentration von Kultureinrichtungen, weiterhin gefördert werden. Mehrmals wird die fehlende Möglichkeit des „kreativen Wildwuchses“ bemängelt.

Gewünscht ist außerdem, dass mehr Geld in die Aus- und Weiterbildung fließt. Gerade für den Nachwuchs seien kreativer Raum und damit bezahlbare Arbeitsstätten wichtig und Basis der Existenzgründung in NRW.

MEINUNGEN

„Es wird noch deutlicher werden, dass Kreativität ein Wirtschaftsfaktor ist.“

„In der Öffentlichkeit wird (...) zu wenig über den Kreativstandort berichtet.“

„Es eröffnen sich immer mehr Angebote. Allerdings finde ich, es geht oft zu langsam voran und Initiatoren brauchen zu lange, um aus dem Quark zu kommen!“

„Es ist einiges getan, aber es kann für die Kreativwirtschaft noch mehr getan werden.“

„Viel wird für junge Kreative / Künstler getan. Die „mittelalten“ 40-50-jährigen sowie Frauen fallen aus dem Blick. Für sie sollte es spezielle Beratungsangebote geben.“

„Durch die gravierenden gesellschaftlichen Veränderungen u.a. auch durch die Digitalisierung / Veränderungen der Lebens- und Arbeitswelten der Menschen bedingt, wird dem Kreativ- und Kultursektor ein wesentlich höherer gesellschaftlicher Stellenwert beigemessen, was sich auch bei der Entwicklung des Kreativstandortes NRW widerspiegelt. Weiter so!“

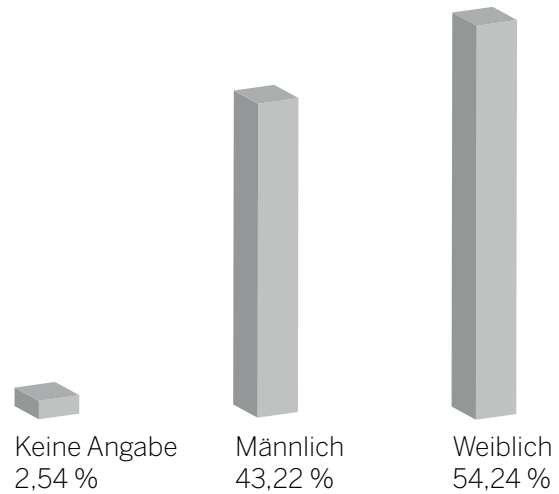
„Viele junge Menschen sehnen sich nach einer kreativen Verwirklichung in ihrer Heimat, in NRW, und sind bereit, dafür aktiv einzustehen und sich zu engagieren.“

„In den letzten Jahren wird viel an der Sichtbarkeit der Branche gearbeitet. Das nehme ich als sehr positiv war! CREATIVE.NRW, das Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen und Creative Drive sind super Projekte!“



DEMO- GRAFISCHE ANGABEN

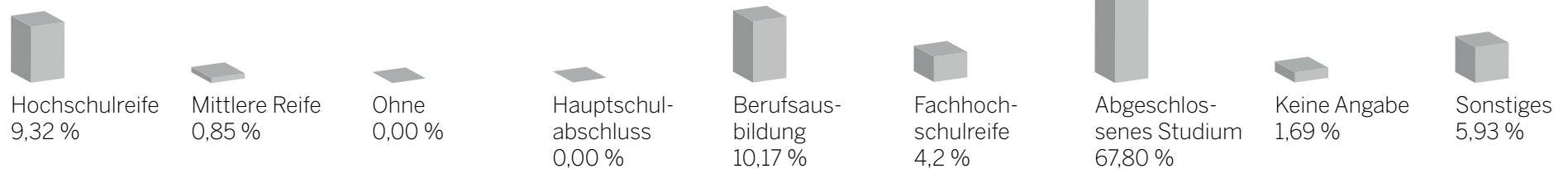
Sind Sie weiblich oder männlich?



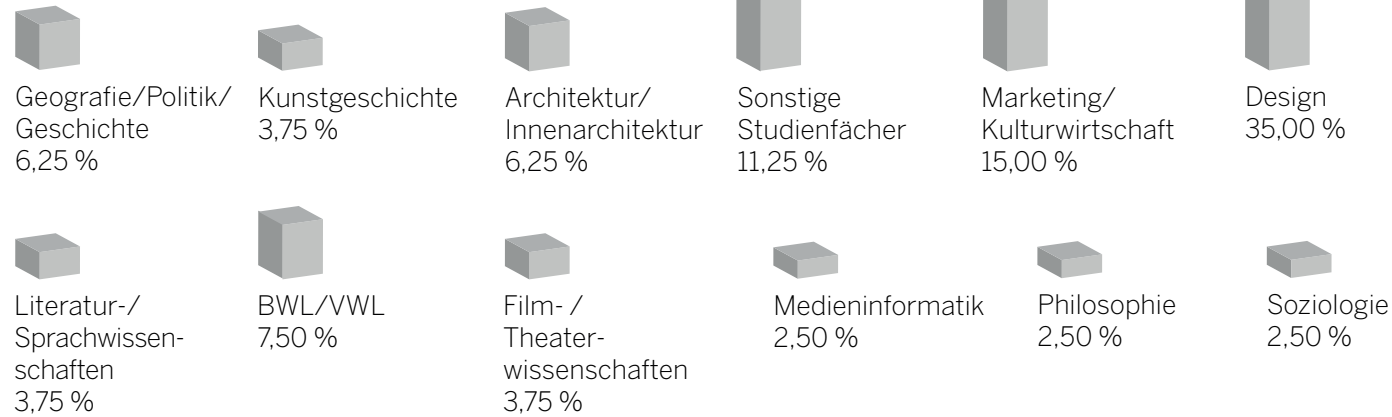
Wie alt sind Sie?

Ø42

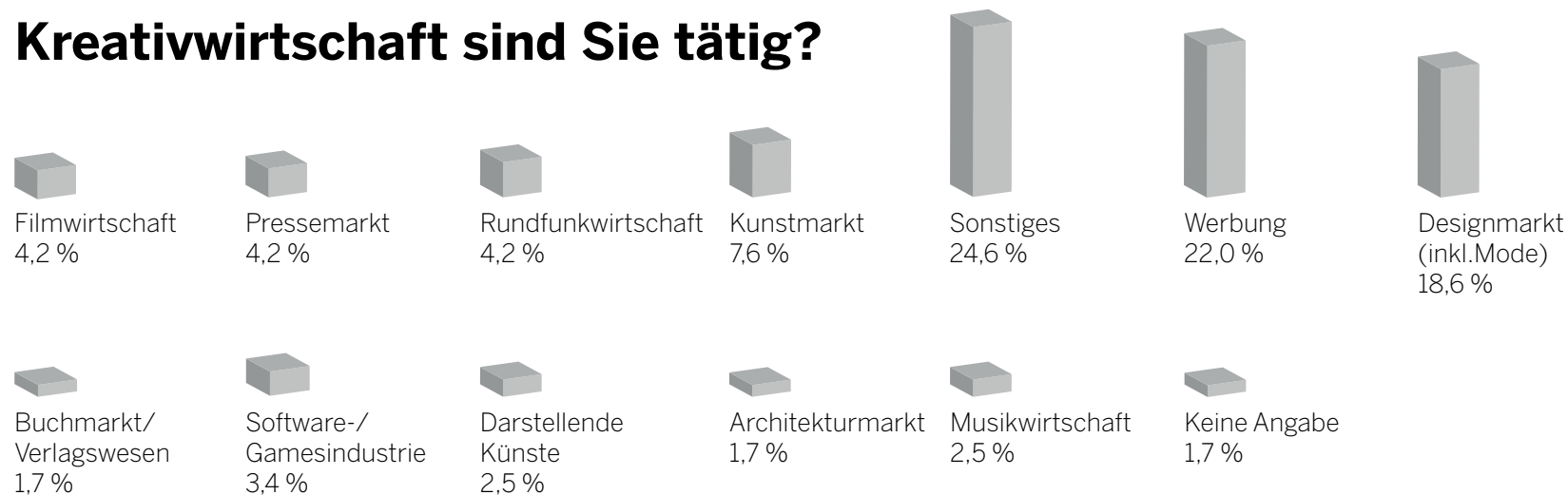
Welchen Schulabschluss haben Sie?



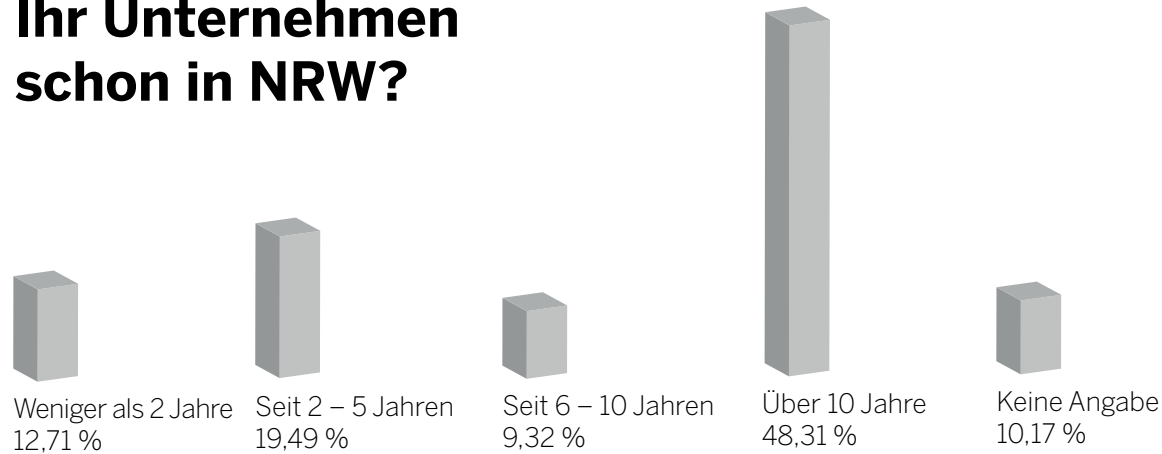
Abgeschlossenes Studium / Studienfach



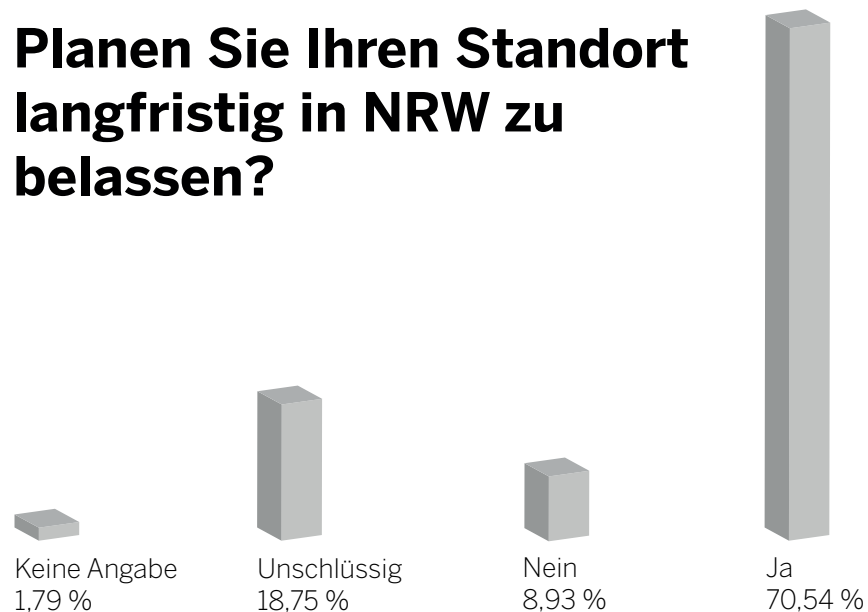
In welchem Bereich der Kreativwirtschaft sind Sie tätig?



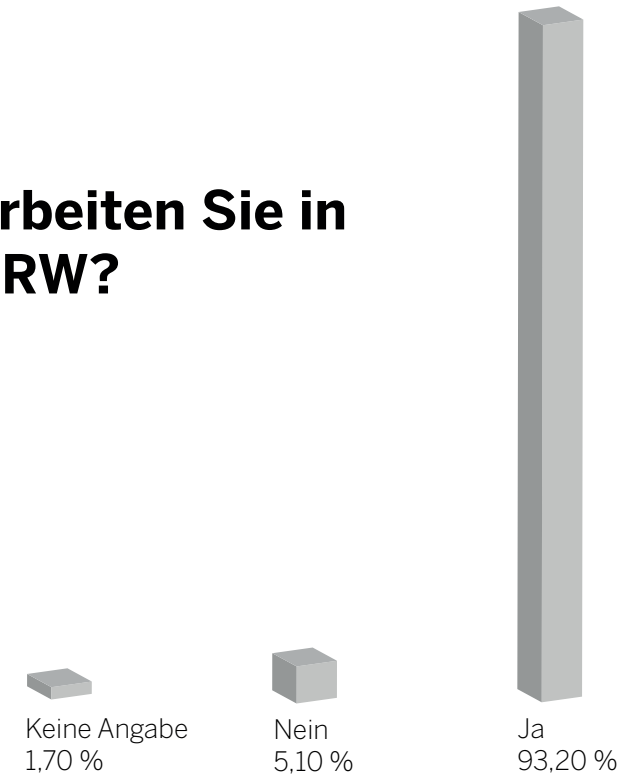
Wie lange befindet sich Ihr Unternehmen schon in NRW?



Planen Sie Ihren Standort langfristig in NRW zu belassen?



Arbeiten Sie in NRW?



Über 70 % sind sich sicher, dass sie in Nordrhein-Westfalen bleiben möchten. Viele schätzen die Multikulturalität, die zentrale Lage und damit die Anbindung an andere europäische Länder. Dazu komme, dass die Bezahlung besser sei als in den meisten anderen Bundesländern. Auch die Anzahl an großen Unternehmen und damit Kunden wird von mehreren Umfrageteilnehmern hervorgehoben. Als Orte, die ebenfalls attraktiv wirken, werden neben Berlin auch Hamburg, Dresden und Leipzig genannt. Gerade die, die gut vernetzt sind, können sich eine andere Arbeitsumgebung nur schwer vorstellen. Zu „Sonstiges“ (24,6 %) gehören sowohl Multiplikatoren der Kreativwirtschaft als auch Kreative, die in mehreren Teilbereichen tätig sind.

FAZIT

ZUSAMMENFASSUNG

NRW ist ein vielseitiger, dynamischer und attraktiver Standort für die Kreativbranche, an dem in den letzten Jahren der Drang nach mehr Vernetzung und besserer politischer Unterstützung spürbar geworden ist und sich viele Initiativen gegründet haben: Dieses Bild zeichnet im Groben die Imageanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen 2013.

KREATIVLEISTUNGEN

Die Mehrheit bestätigt, dass sie eine momentane gute Auftragslage hat. Gewünscht wird eine stärkere Wahrnehmung und Wertschätzung auf Kundenseite von Kreativleistungen. Nach Meinung der Umfrageteilnehmer besteht kein Fachkräftemangel innerhalb der Branche. Eine eindeutige Tendenz gibt es bei der Frage, ob die Kreativwirtschaft von Etablierten dominiert werde: Über die Hälfte der Befragten stimmt dem eher oder absolut zu.

KREATIVNETZWERKE

Fast drei Viertel der Befragten sind sich über den positiven Effekt von Netzwerken einig. Etwa die Hälfte ist in einem Netzwerk aktiv. Ein mögliches Ziel der Initiativen könnte in der weiteren Vernetzung zwischen und mit anderen Branchen liegen. Mehr zentrale Anlaufstellen werden gefordert.

ANGEBOTE

17 % der Befragten finden, dass es auf die Branche zugeschnittene Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten gibt. Trotz der mehrheitlichen Bestätigung des guten Rufs für eine gute Kreativausbildung oder vielleicht sogar aufgrund dessen wird eine verstärkte Nachwuchsförderung gewünscht. Viele nennen explizit die Schaffung besserer Basisbedingungen für Existenzgründungen, vor allem bei Studienabsolventen.

POLITISCHES UMFELD

Das politische Umfeld der Kreativen in NRW wird recht kritisch gesehen. Vor allem die Kommunikation zwischen Kreativbranche und Politik ist noch ausbaufähig. Eine gute Lobbyarbeit wird bisher von etwa 15 % bestätigt. Die Gründung vieler Initiativen wird generell als sehr positiv angesehen. Trotzdem stellen viele sich die Frage, inwiefern man in kurzer Zeit eine bessere Stellung der Kreativen erreichen kann. Als guter Anfang für eine verbesserte Kommunikation wird die Öffentlichkeitsarbeit von CREATIVE.NRW und anderen Initiativen gesehen.

LEBENSBEDINGUNGEN

Nur knapp ein Fünftel der Befragten kann die Aussage, dass man mit Kreativdienstleistungen gut seinen Lebensunterhalt finanzieren kann, bestätigen. Dieser Anteil ist im Gegensatz zu 2011 leicht gestiegen. Eine Mehrheit von über 80 % stellt einen hohen Konkurrenzdruck innerhalb der Kreativwirtschaft fest.

Wie bereits 2011 beklagen sich viele über andere Mitbewerber, die den Markt durch günstigere Preise verzerren und damit die Chance auf ein konstantes bzw. stabiles Auftragsverhältnis zu nichte machen. Erfreulich ist die Tatsache, dass fast jeder Zweite einen guten Ruf der Kreativen in NRW wahrnimmt.

WAHRNEHMUNG / ENTWICKLUNG

Die Stadt Köln ist für jeden Dritten der Ort, der besonders mit der Kreativwirtschaft verbunden wird. Düsseldorf liegt direkt dahinter mit knapp 30 %. Der Anteil der Befragten, der NRW als Ganzes wahrnimmt, hat sich in Bezug auf 2011 verdoppelt.

Für die Zukunft lässt sich eine positive Tendenz erkennen: Fast 44 % der Umfrageteilnehmer erwarten hier eine Verbesserung. Die positive Einschätzung der Entwicklung der Zukunft wird durch ein Ergebnis aus den statistischen Angaben gestärkt: Eine deutliche Mehrheit der Befragten denkt nicht daran, den Standort Nordrhein-Westfalen zu verlassen – nur knapp 9 % der Umfrageteilnehmer haben solche Pläne.

VERGLEICH ZUR IMAGEANALYSE 2011

Im Vergleich zu 2011 wird der Kreativstandort NRW als vielseitiger, innovativer, dynamischer und einzigartiger empfunden (mehr als 10 % Steigerung bei allen vier Begriffen). Deutlich positiver als im Vorjahr wird im Jahr 2013 die allgemeine Auftragslage eingeschätzt. 50 % mehr Teilnehmer als im letzten Jahr definieren diese als gut. Sehr positiv wird ebenfalls die Bedeutung von Kreativnetzwerken angesehen. Die positive Wahrnehmung ist hier von 58 % auf 70 % gestiegen. Ein großes Potenzial liegt in der besseren Vernetzung der Kreativbranche mit anderen Branchen wie Automotive, Gesundheit etc. Die gesellschaftliche und wirtschaftliche Akzeptanz der Kreativwirtschaftenden hat sich laut Umfrageteilnehmer 2013 im Vergleich zu 2011 um 6 % verbessert. Von der Bekanntheit NRW für seine guten Ausbildungsmöglichkeiten im Kreativbereich ist von zuvor jedem Dritten nun fast jeder Zweite überzeugt. Über 40 % der Umfrageteilnehmer fordern eine bessere Nachwuchsförderung und mehr Beratungsangebote. Im Bereich „Politisches Umfeld“ werden bisher wenige Veränderungen in der Wahrnehmung verzeichnet.

Über 80 % der Befragten sind sich über den hohen Konkurrenzdruck in der Kreativwirtschaft einig. Trotzdem konstatieren mehr Teilnehmer als noch in 2011, dass man mit Kreativdienstleistungen gut seinen Lebensunterhalt verdienen kann.

Im Gegensatz zu 2011 nehmen über 10 % mehr Teilnehmer (21,2 %) NRW als Ganzes wahr. 44,1 % der Befragten erwarteten in 2011 eine positive Entwicklung des Standortes in den nächsten fünf Jahren, die sich in diesem Jahr bestätigt hat (2013: 44 %).

DIE WEITEREN AUSSICHTEN

Im Vergleich zu 2011 lassen sich mehr eindeutige Mehrheiten erkennen. Bei den Fragen, bei denen die Antwort begründet werden konnte, variierten die Aussagen oft stark. Diese Polyvalenz ist für die Positionierung Nordrhein-Westfalens als Kreativstandort Herausforderung und Chance zugleich. Alle Akteure sind gefragt, aus der Vielfalt des Angebotes das Beste zu machen, sich interdisziplinär zu vernetzen und gegenseitig zu stärken, um gemeinsam die Leistungsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft in all ihren Facetten über die Grenzen NRWs hinaus sichtbarer zu machen.

CREATIVE.NRW bietet Service-Angebote, von denen Kreative direkt und individuell profitieren. Das Clustermanagement arbeitet an strukturellen Veränderungen, die Nordrhein-Westfalen auch langfristig zum erfolgreichsten und innovativsten Kreativstandort in Deutschland machen sollen. Sie steht im Dienst für Kreative, ist ihr Sprachrohr und Vermittler. Für sie will sie ein Umfeld schaffen, in dem sie wirtschaftlich erfolgreich sind, Netzwerke funktionieren und sie sich zu Hause fühlen. CREATIVE.NRW ist die Dachorganisation für alle Kreativen in ganz NRW.

Mehr Info und Kontakt unter www.creative.nrw.de



**CREATIVE.
NRW**

WWW.CREATIVE.NRW.DE