

STATUS QUO

KULTUR- UND
KREATIVWIRTSCHAFT
NRW 2018



VORWORT

Zum fünften Mal hat CREATIVE.NRW Akteure und Multiplikatoren der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen befragt – erstmals in der neu aufgestellten Form als Kompetenzzentrum des Landes. Dieses Mal wollten wir wissen: Wie denken die NRW-Kreativen über Nordrhein-Westfalen als Standort für die Kreativbranche? Wie beurteilen sie das wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Umfeld? Welche Perspektiven sehen sie für die Zukunft? Welche Themen gewinnen an Relevanz? Wie gehen die Kreativen mit der Digitalisierung um?

Die Umfrage erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität. Ziel war es, ein Stimmungsbild zu ermitteln, Trends zu erkennen und uns sowie 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. Für die strategische Ausrichtung und die konkrete Ausgestaltung unserer zukünftigen Aktivitäten haben wir wertvolle Hinweise erhalten – herzlichen Dank dafür an alle, die an der Umfrage teilgenommen und zum Teil sehr ausführliches und kompetentes Feedback gegeben haben.

Die Vergleichbarkeit mit den vorangegangenen Umfragen (zuletzt 2014) ist nur bedingt gegeben, da CREATIVE.NRW seit 2016 als Kompetenzzentrum mit neuem Konzept und neuen Schwerpunkten aktiv ist. Entsprechend wurde die Umfrage in einigen Punkten angepasst und erweitert.

Die Umfrage wurde online vom 15. Januar 2018 bis 14. März 2018 durchgeführt. Insgesamt haben 287 Personen den Fragebogen ausgefüllt, deutlich mehr als in den vorangegangenen Umfragen.

* BEI GEKENNZEICHNETEN FRAGEN WAR EINE MEHRFACHNENNUNG MÖGLICH

WELCHES IMAGE HAT DER KREATIVSTANDORT NRW?

Vielseitig, recht dynamisch, in Teilen auch bereits etabliert: Der Kreativstandort NRW wird von den NRW-Kreativen im Großen und Ganzen positiv gesehen. Allerdings finden die Beschreibungen „konventionell“ und „konservativ“ mehr Zustimmung als „innovativ“ und „einzigartig“.

Wie würden Sie den Kreativstandort NRW beschreiben?

EINSEITIG 7 %



VIELSEITIG 59 %



KONSERVATIV 19 %



INNOVATIV 15 %



KONVENTIONELL 24 %



EINZIGARTIG 7 %



ETABLIERT 26 %



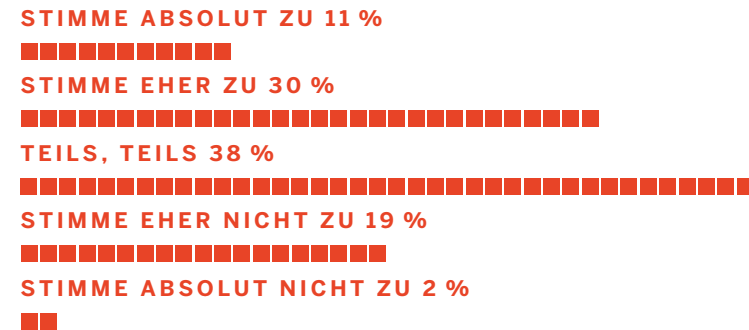
DYNAMISCH 28 %



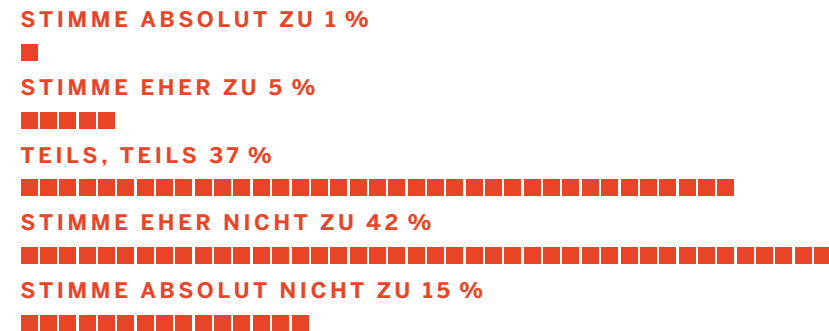
WIE WERDEN KREATIVE DIENST- LEISTUNGEN ANGENOMMEN UND ENTLOHNT?

Die Auftragslage der NRW-Kreativwirtschaft hat sich in den letzten Jahren bei der Mehrheit tendenziell positiv entwickelt. Nach wie vor unzufrieden sind die Kreativen, wenn es um die Wertschätzung und die Entlohnung ihrer Arbeit geht. Die Kunden der Kreativen kommen größtenteils aus der gleichen Stadt, NRW oder Deutschland.

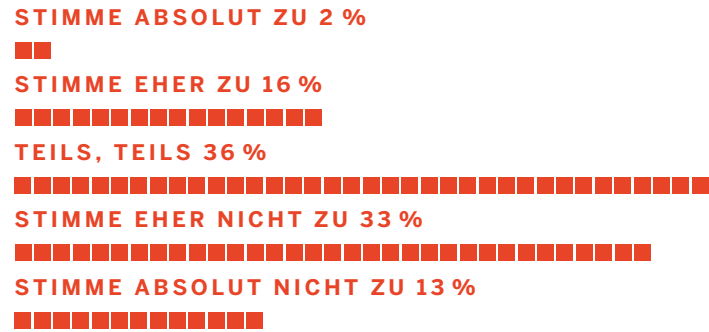
Meine / unsere Auftragslage hat sich
in den letzten drei Jahren positiv entwickelt?



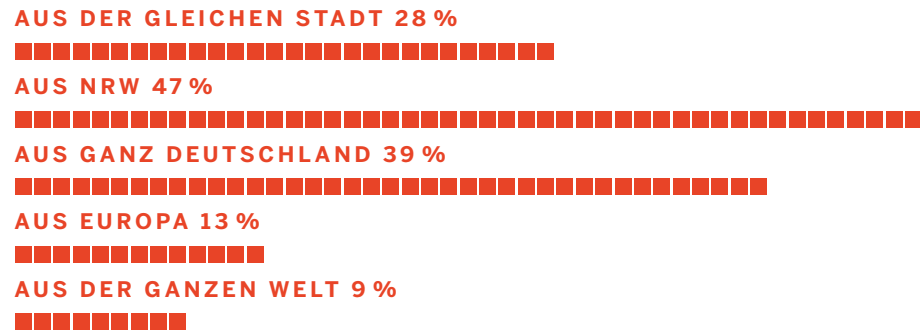
Kreative Dienstleistungen werden
angemessen entlohnt.



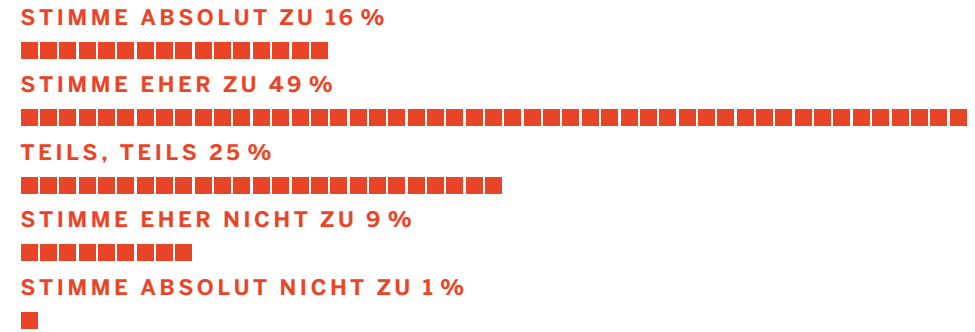
Kreative Dienstleistungen werden ausreichend wertgeschätzt.



Woher kommen Ihre Kunden?



Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird von Etablierten dominiert.



WELCHE ROLLE SPIELEN KREATIV-NETZWERKE?

Netzwerke werden nach wie vor mehrheitlich positiv bewertet: 62,7% sind der Meinung, dass sie eine positive Veränderung bewirken, ein etwas niedrigerer Wert als 2014 (71%). Der Austausch innerhalb der Teilbranchen hat sich gegenüber 2014 leicht verbessert, der Austausch mit anderen Teilbranchen der Kreativwirtschaft wie auch mit externen Branchen wird aber nach wie vor als ungenügend angesehen. Rund 87% wünschen sich eine stärkere Vernetzung mit anderen Branchen. Als bevorzugte Partner besonders häufig genannt werden Gesundheit/Medizin, Soziales, Bildung, Wissenschaft/Forschung sowie Wirtschaft und Industrie allgemein. Viele Befragte zeigen sich generell offen für jede Art von Kooperation, die sinnvoll ist und aus der sich Synergien für beide Seiten ergeben.

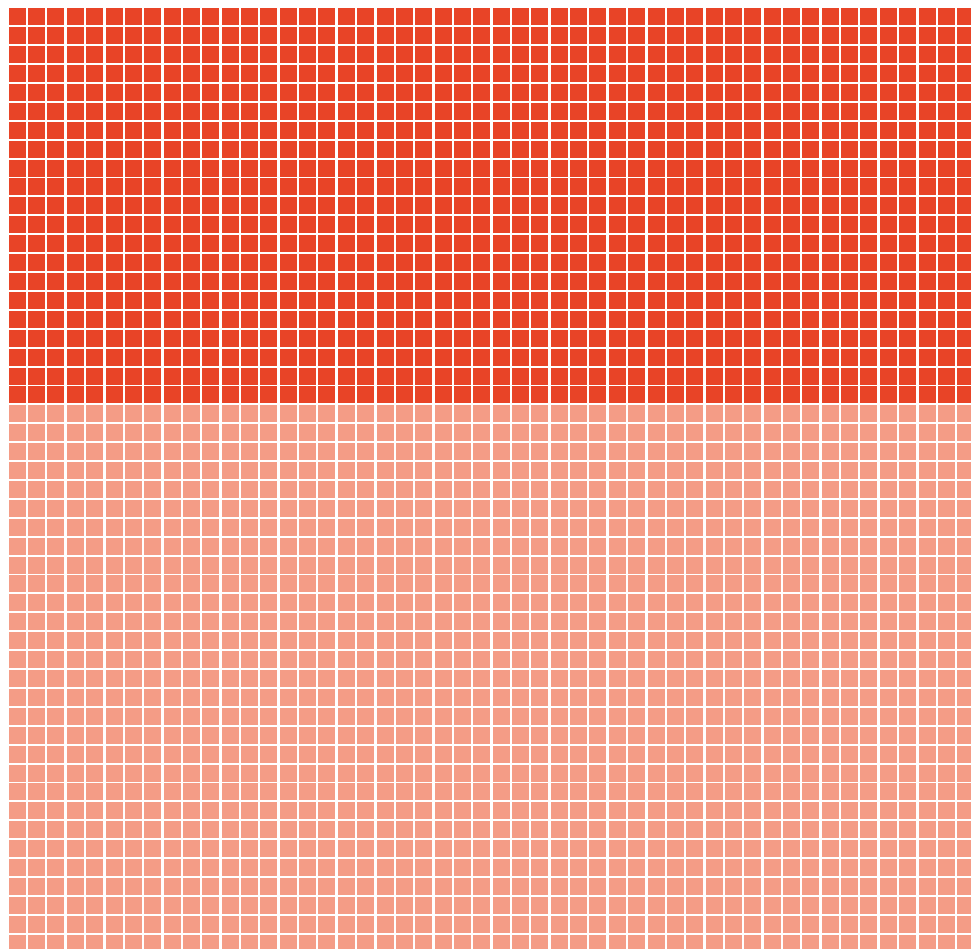
Weniger als die Hälfte der Befragten sind jedoch derzeit in einem Netzwerk aktiv. Bei der Nennung dieser Netzwerke und der bekannten bzw. besuchten Netzwerkveranstaltungen zeigt sich, welche Vielfalt an lokalen, regionalen, bundesweiten, branchenspezifischen und branchenübergreifenden Netzwerken es bereits gibt. Hier gibt es also ein enormes Potenzial, das noch besser ausgeschöpft werden kann und sollte.

Die Beurteilung der Netzwerkveranstaltungen fällt gemischt aus. Zwar finden rund 57% sie zufriedenstellend bis sehr gut, immerhin fast 40% halten sie aber für ausbaufähig. Man wünscht sich mehr branchenübergreifende Veranstaltungen zu konkreten Themen, in denen wirklich Austausch und Kooperation stattfinden und die zu neuen Projekten oder gar Innovationen führen – Workshops und Barcamps werden als bevorzugte Formate genannt.

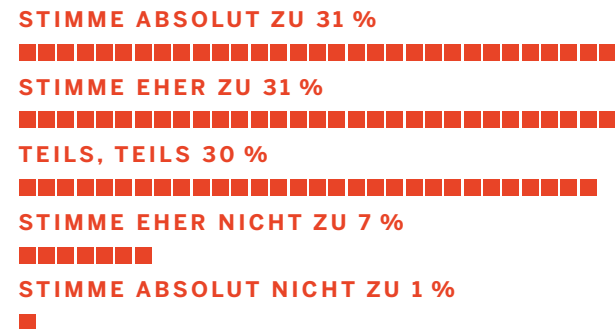
Sind Sie in einem Netzwerk der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv?

JA
42 %

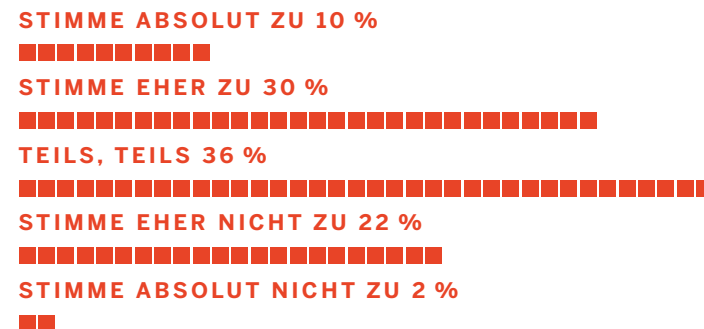
NEIN
58 %



Netzwerke bewirken eine positive Veränderung.



Es findet ein reger Austausch innerhalb Ihrer Branche statt.



Es findet ein reger Austausch zwischen den unterschiedlichen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft statt.

STIMME ABSOLUT ZU 2 %



STIMME EHER ZU 15 %



TEILS, TEILS 35 %



STIMME EHER NICHT ZU 45 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 3 %



Es findet ein reger Austausch mit anderen Branchen (z. B. Gesundheit, Energie etc.) statt.

STIMME ABSOLUT ZU 1 %



STIMME EHER ZU 7 %



TEILS, TEILS 26 %



STIMME EHER NICHT ZU 50 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 16 %



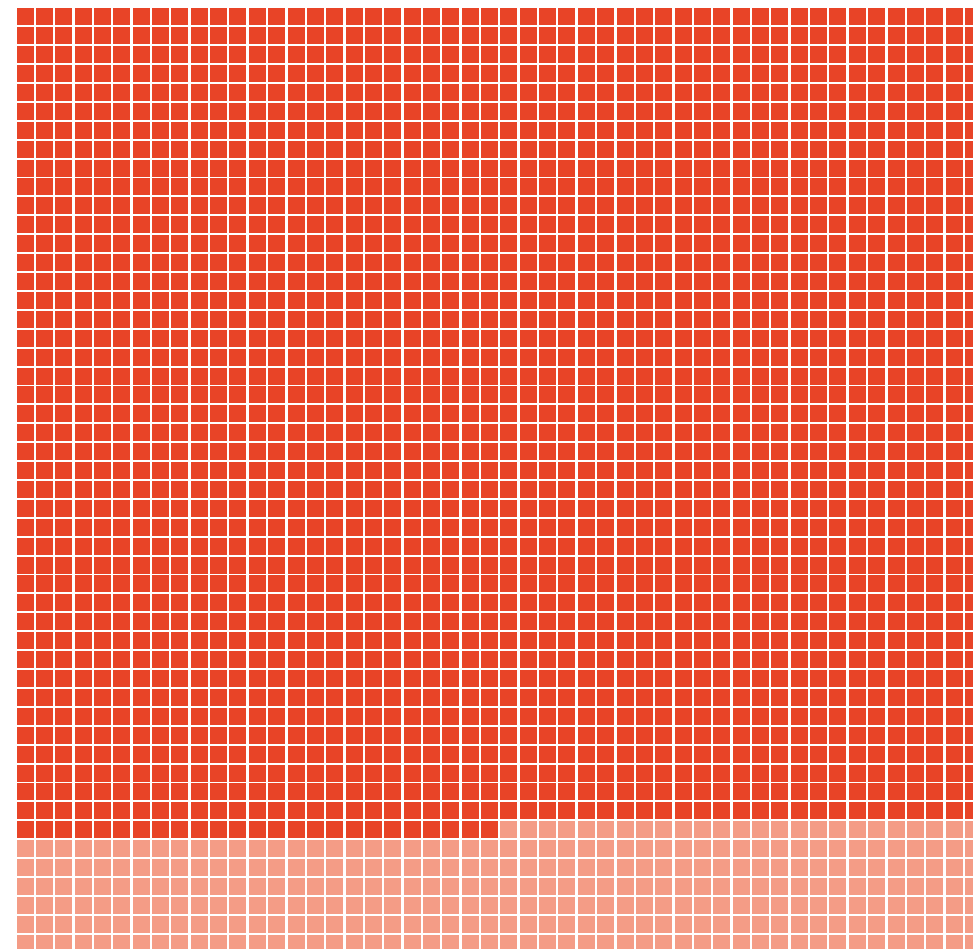
Sind Sie an der Zusammenarbeit mit anderen Branchen interessiert?

JA

87 %

NEIN

13 %



Wie beurteilen Sie Netzwerkveranstaltungen allgemein?

SEHR GUT 4 %



GUT 28 %



ZUFRIEDENSTELLEND 26 %



AUSBAUFÄHIG 39 %



SCHLECHT 3 %

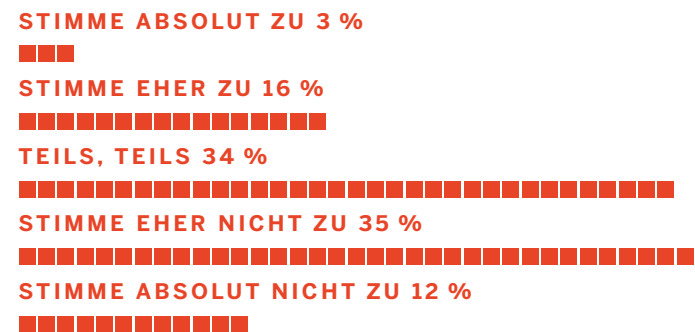


WIE BEWERTEN SIE DIE VORHANDENEN UNTERSTÜTZUNGS- UND BERATUNGS- ANGEBOTE FÜR KREATIVE IN NRW?

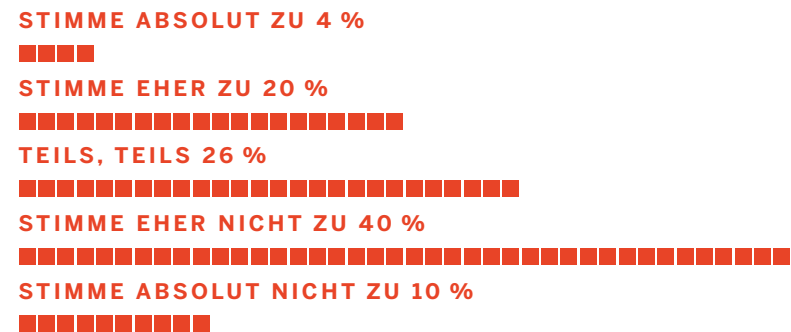
Die Befragten sind mehrheitlich der Meinung, dass NRW für seine gute Ausbildung im Kreativbereich bekannt ist. Bei den Angeboten und Programmen zur Nachwuchsförderung wird jedoch ebenso wie beim Weiterbildungsangebot mehrheitlich Verbesserungspotenzial gesehen.

Die Beurteilung der branchenspezifischen Finanzierungs- und Förderungsmöglichkeiten sowie des Beratungsangebotes hat sich gegenüber 2014 weiter verbessert, rund die Hälfte finden aber noch immer, dass sie nicht oder eher nicht ausreichend sind. Als bekannte Unterstützungsmöglichkeiten häufig genannt werden u. a. die Film- und Medienstiftung, ecce, die Angebote der NRW.Bank (z. B. Gründungszuschuss und Kreativkredit) sowie CREATE.Media NRW. Eine knappe Mehrheit würde eine NRW-weite Crowdfunding-Plattform speziell für Projekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft begrüßen.

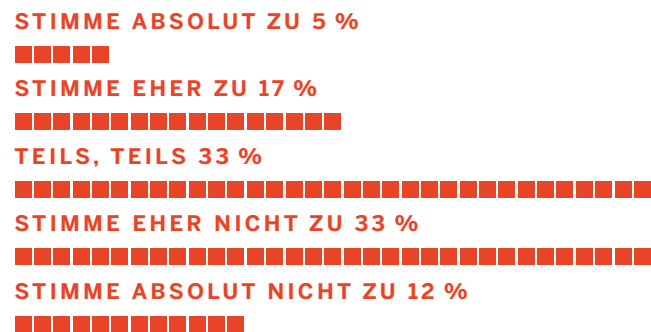
Es gibt ausreichend auf die Branche zugeschnittene Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.



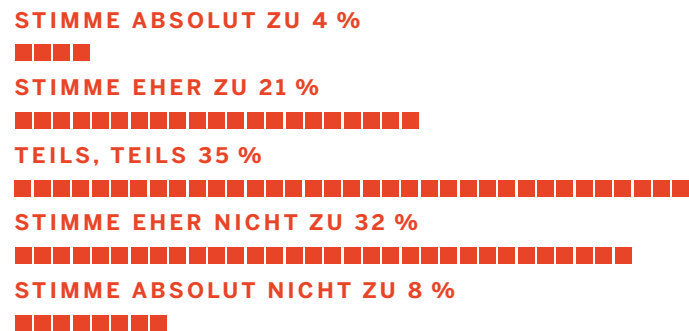
Es gibt ein breit aufgestelltes Beratungsangebot für Kreative.



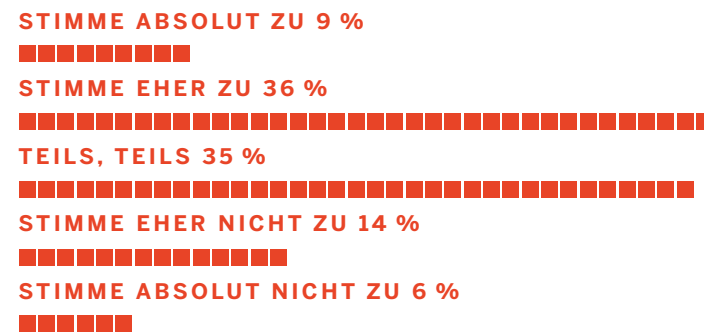
Es gibt genügend Angebote und Programme zur Nachwuchsförderung.



Das Weiterbildungsangebot ist gut.



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



Wäre aus Ihrer Sicht eine NRW-weite Crowdfunding-Plattform speziell für Projekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sinnvoll?

JA

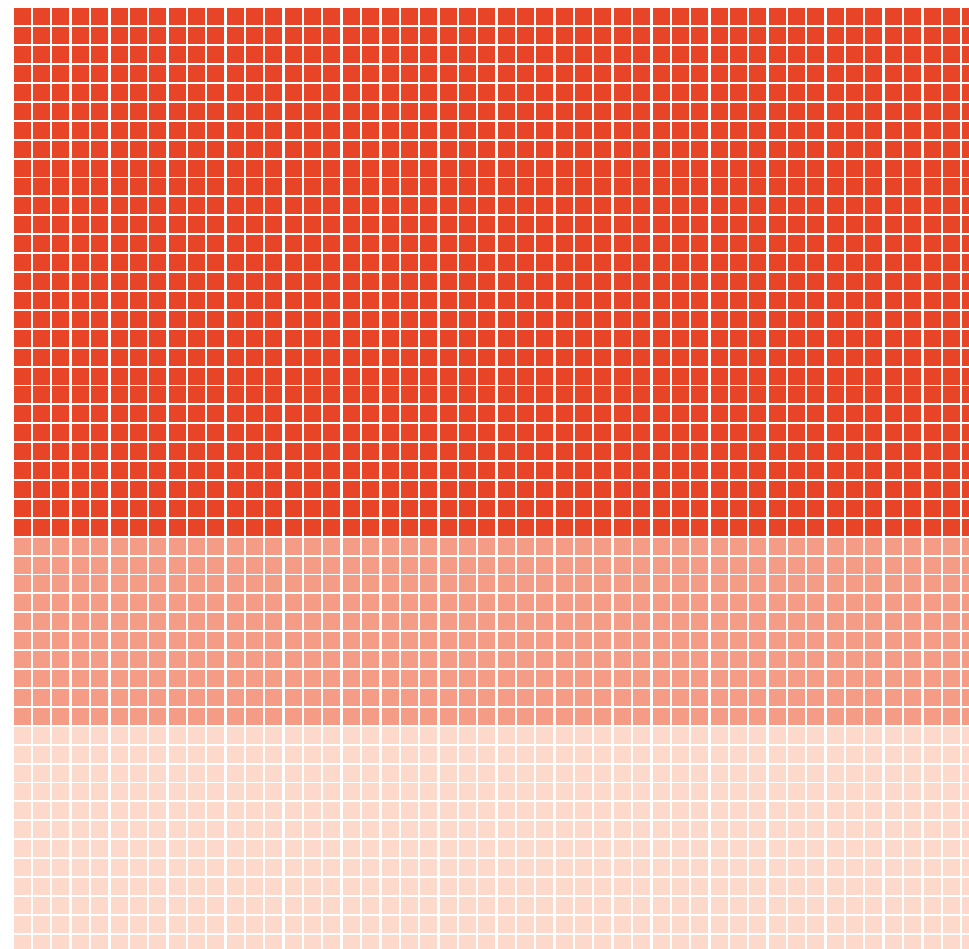
52 %

NEIN

20 %

KEINE MEINUNG

28 %



WIE BEURTEILEN SIE DAS POLITISCHE UMFELD?

Die Mehrzahl der Befragten ist weiterhin der Meinung, dass die Kreativwirtschaft der Unterstützung durch die Politik bedarf – und wünscht sich von ihr ein noch stärkeres Engagement für die Kreativen im Lande. Auch das Standortmarketing und die Lobbyarbeit sollten verstärkt werden.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft bedarf der Unterstützung durch die Politik.

STIMME ABSOLUT ZU 51 %



STIMME EHER ZU 27 %



TEILS, TEILS 14 %



STIMME EHER NICHT ZU 5 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 3 %



Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird angemessen durch die Politik unterstützt.

STIMME ABSOLUT ZU 1 %



STIMME EHER ZU 5 %



TEILS, TEILS 33 %



STIMME EHER NICHT ZU 47 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 14 %



Das Land NRW betreibt professionelles Standortmarketing für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

STIMME ABSOLUT ZU 3 %



STIMME EHER ZU 19 %



TEILS, TEILS 30 %



STIMME EHER NICHT ZU 33 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 15 %



Kreative verfügen über eine gute Lobby in NRW.

STIMME ABSOLUT ZU 2 %



STIMME EHER ZU 11 %



TEILS, TEILS 33 %



STIMME EHER NICHT ZU 36 %



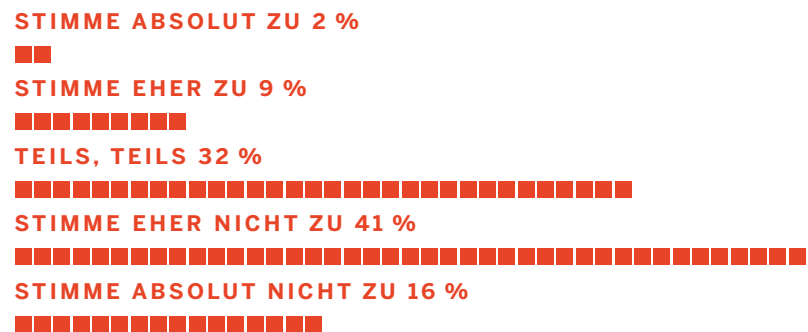
STIMME ABSOLUT NICHT ZU 18 %



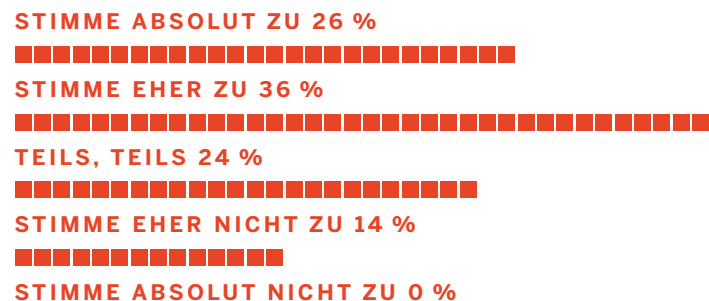
WIE EMPFINDEN SIE DIE LEBENS-BEDINGUNGEN FÜR KREATIVE IN NORDRHEIN-WESTFALEN?

Nur eine Minderheit ist der Meinung, dass man mit künstlerischer und kreativer Arbeit in NRW gut seinen Lebensunterhalt finanzieren kann – die Werte haben sich gegenüber 2014 nochmals verschlechtert. Der Konkurrenzdruck hat etwas abgenommen, ist aber immer noch hoch (62% gegenüber 73%). Bei der Frage, ob Kreative in NRW einen guten Ruf genießen, bleibt das Bild uneinheitlich.

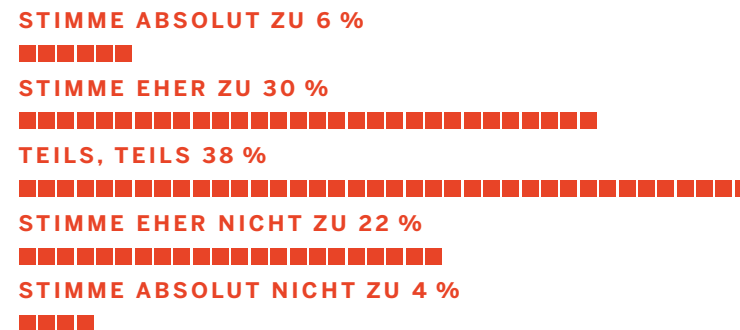
Mit künstlerischer und kreativer Arbeit kann man in NRW gut seinen Lebensunterhalt finanzieren.



In der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW herrscht ein hoher Konkurrenzdruck.



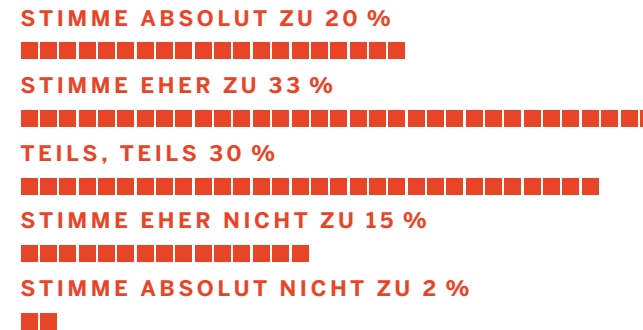
Kreative in NRW genießen einen guten Ruf.



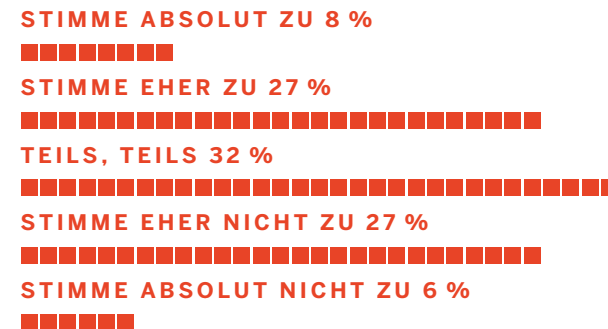
WIE BEWERTEN SIE NRW ALS STANDORT FÜR DIE KREATIVWIRTSCHAFT?

NRW wird tendenziell als ein attraktiver Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft gesehen – die Zahlen sind gegenüber 2014 jedoch etwas rückläufig. Dass NRW deutschlandweit für seine Kultur- und Kreativwirtschaft bekannt ist, meinen immerhin knapp 35%, genauso viele wie 2014, in Bezug auf die Wahrnehmung im Ausland sind es nur rund 13% (2014: 16%). 84% der Befragten meinen, dass sich die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht als Einheit darstellt (2014 waren es „nur“ 75%).

NRW ist ein attraktiver Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft.



NRW ist deutschlandweit für seine Kultur- und Kreativwirtschaft bekannt.



NRW wird im Ausland als Kreativstandort wahrgenommen.

STIMME ABSOLUT ZU 1 %



STIMME EHER ZU 13 %



TEILS, TEILS 25 %



STIMME EHER NICHT ZU 46 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 15 %



Die NRW-Kreativbranche stellt sich als Einheit dar.

STIMME ABSOLUT ZU 1 %



STIMME EHER ZU 3 %



TEILS, TEILS 12 %



STIMME EHER NICHT ZU 55 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 29 %



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

STIMME ABSOLUT ZU 4 %



STIMME EHER ZU 31 %



TEILS, TEILS 41 %



STIMME EHER NICHT ZU 21 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 3 %



WIE ENTWICKELT SICH NRW ALS STANDORT?

In der Tendenz sind mehr Befragte der Meinung, dass sich NRW als Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW in den letzten Jahren positiv entwickelt hat, auch für die Zukunft herrscht Optimismus vor. Die Folge: Die große Mehrheit der Befragte hat vor, weiter in NRW tätig zu sein. Der entsprechende Wert hat sich gegenüber 2014 nochmals verbessert – von 71% auf 76%.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung des Standortes NRW in den letzten 2 Jahren?

EHER POSITIV

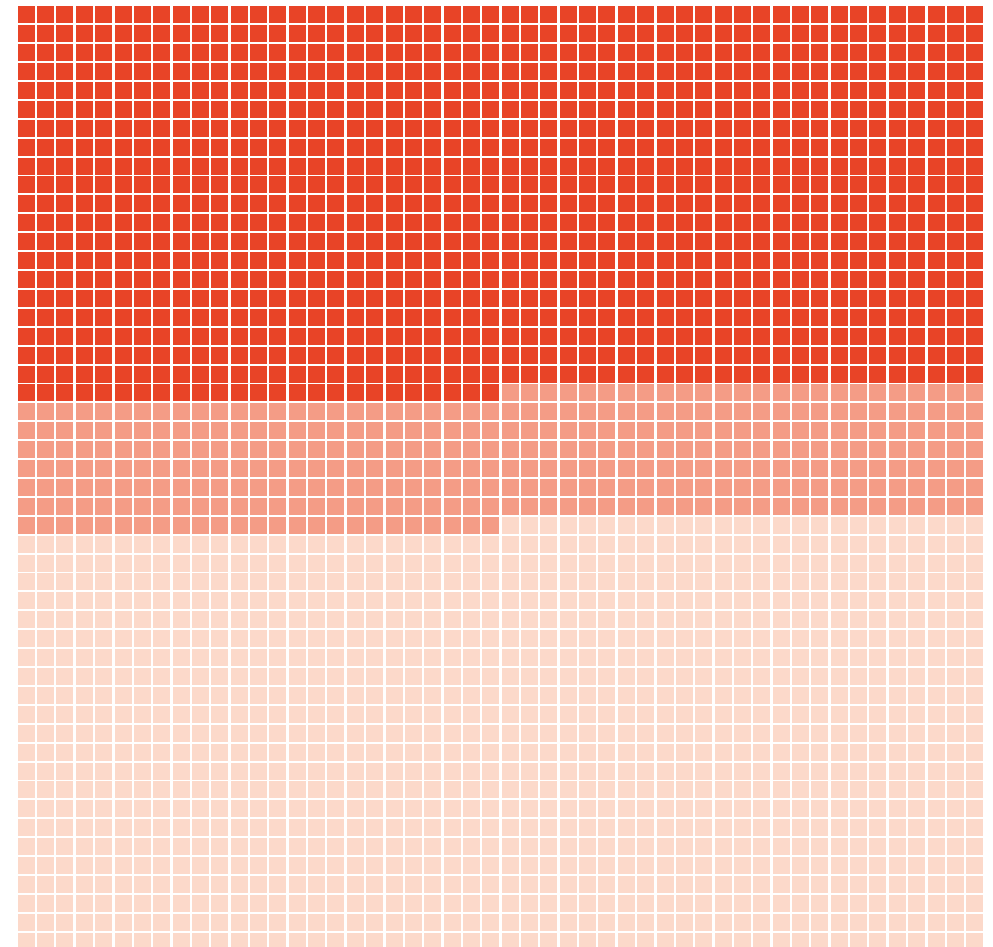
41 %

EHER NEGATIV

14 %

KEINE VERÄNDERUNG

45 %



Wie schätzen Sie die Entwicklung des Standortes NRW in den nächsten 5 Jahren ein?

EHER POSITIV

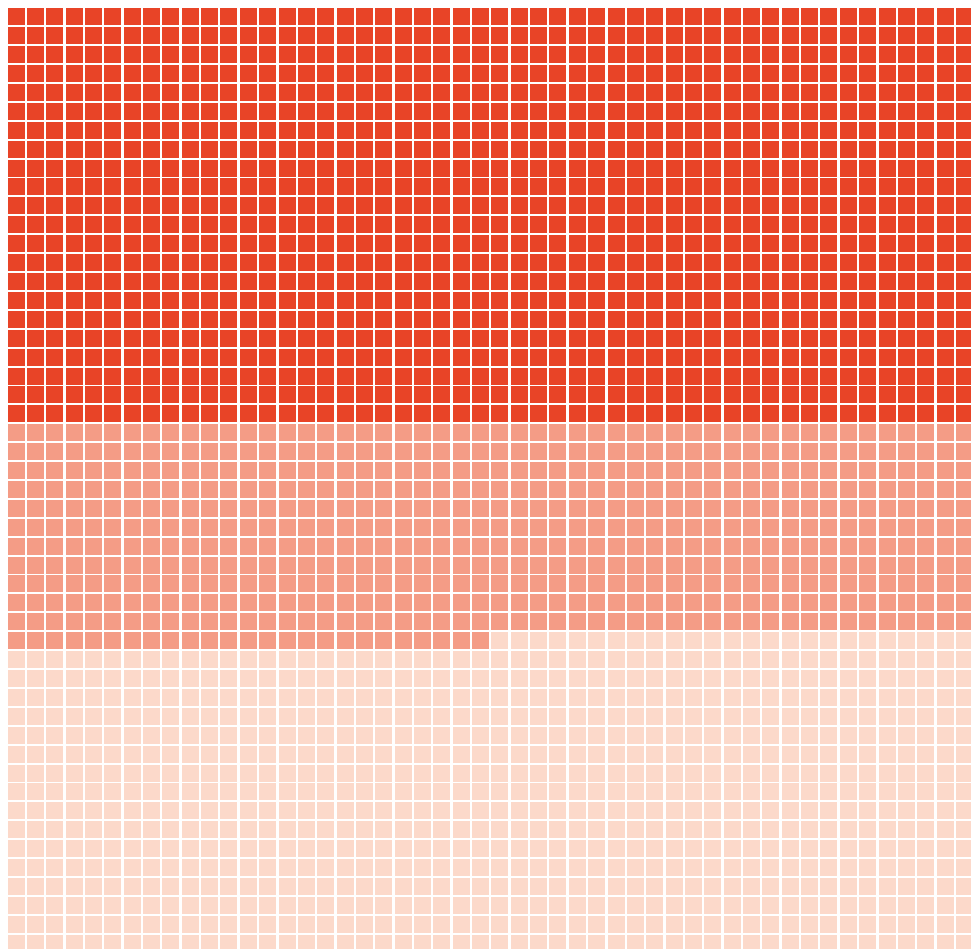
44 %

EHER NEGATIV

23 %

KEINE VERÄNDERUNG

33 %



Planen Sie, Ihren Standort zukünftig in NRW zu belassen?

JA

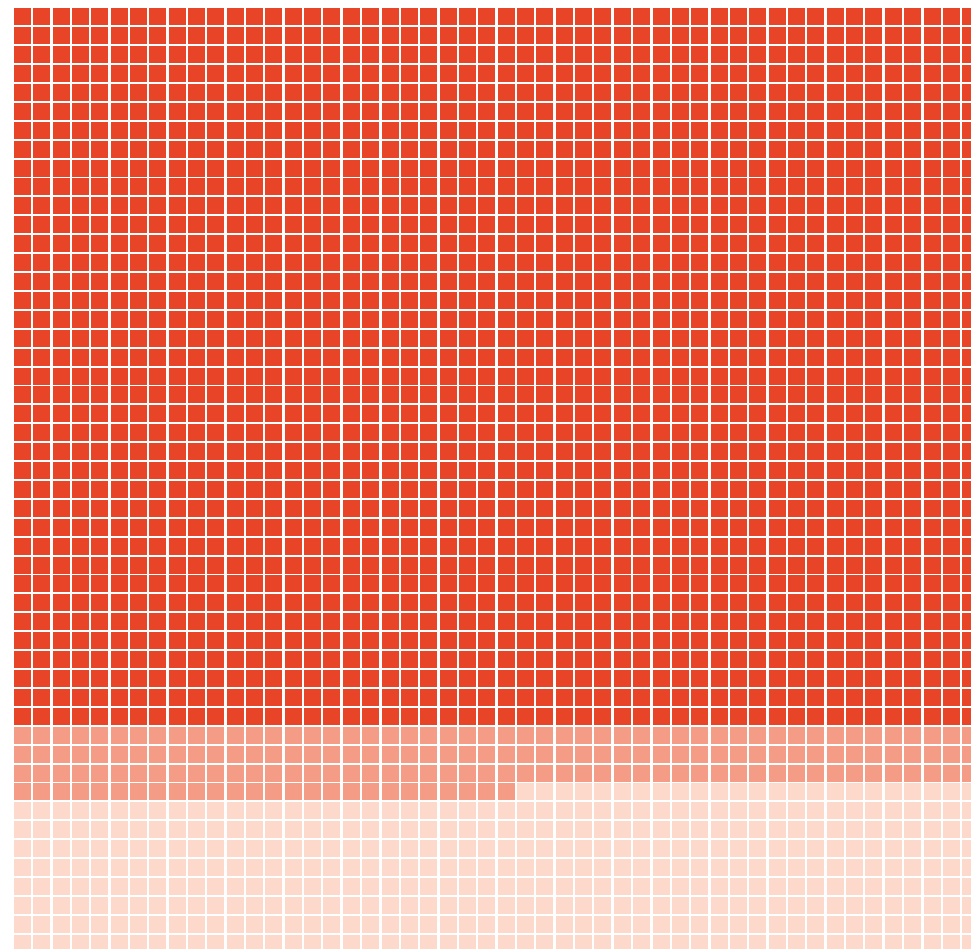
76 %

NEIN

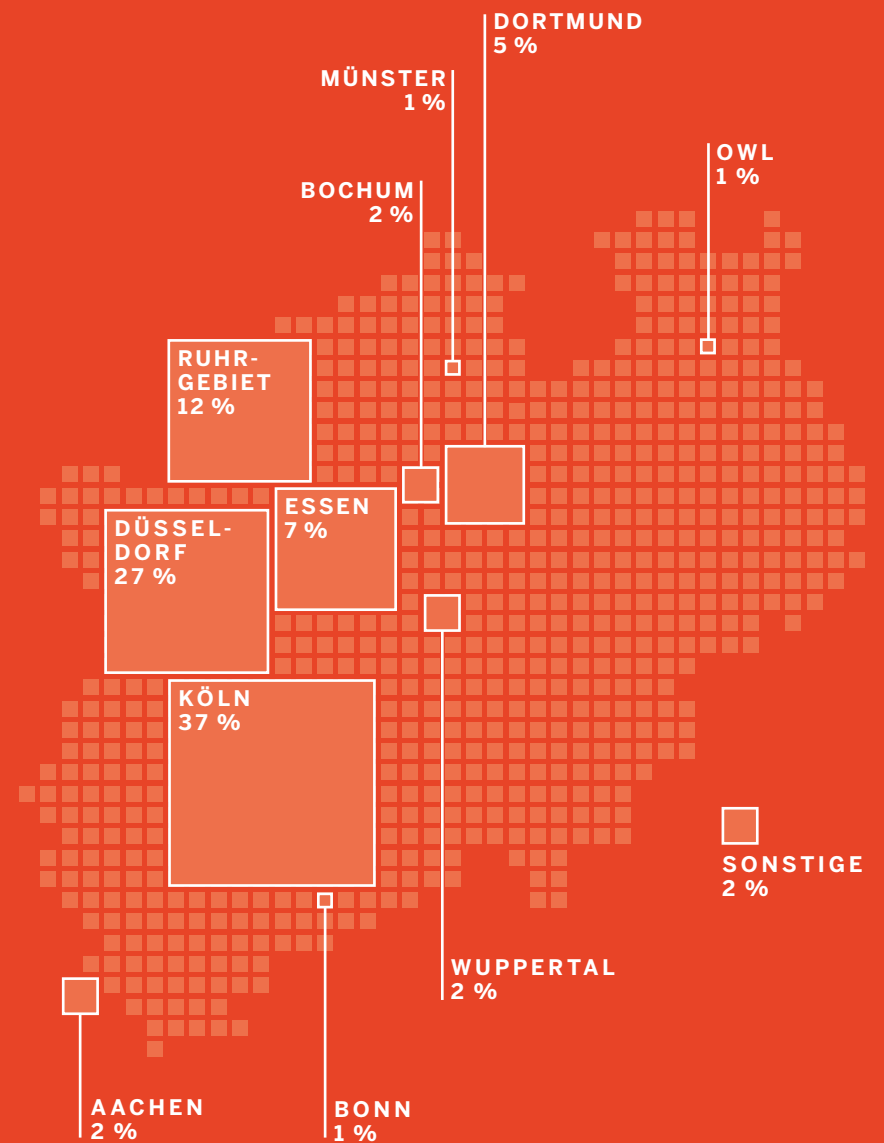
7 %

EVENTUELL

17 %



WELCHE STÄDTE / REGIONEN IN NRW VERBINDEN SIE BESONDERS MIT DER KULTUR- UND KREATIV- WIRTSCHAFT? *



WELCHE ROLLE SPIELT DIE DIGITALISIERUNG?

Die Digitalisierung ist in der NRW-Kreativwirtschaft voll angekommen. Für mehr als 85 % ist sie ein relevantes Thema. Die große Mehrheit betrachtet sie eher als Chance für ihre Branche, nur eine Minderheit von 7,5 % sieht die Risiken überwiegen. Die meisten Befragten sehen ihre Branche als „mittendrin“ oder schon „fortgeschritten“ im Prozess.

Wie intensiv und differenziert sich die Kreativen mit dem Thema auseinandersetzen, beweisen die offenen Antworten. Es zeigt sich, dass die Digitalisierung nicht nur die „Produkte“, sondern auch die kreativen Prozesse, die Geschäftsabläufe, die Arbeitsbedingungen und die Vermarktung des eigenen Schaffens grundlegend verändert. Die Kreativen sind sich bewusst, dass ständige Weiterbildung und Auseinandersetzung mit neuen Technologien notwendig ist, um up to date zu bleiben und auch zukünftig Erfolg zu haben.

Viele plädieren aber dafür, Technologie nicht als Selbstzweck zu sehen: Man solle „vor lauter neuen medialen bzw. infrastrukturellen Herausforderungen, neuen Trends und Technologien nicht die Existenzberechtigung und den Wert der kreativen Leistung aus den Augen verlieren: Menschen das Leben lebenswerter zu machen, sie zu unterhalten, Aufmerksamkeit und Interesse zu generieren, sie zu überraschen, zu überzeugen und zu begeistern.“

Wie beurteilen Sie den Status Ihrer Branche in Bezug auf die Digitalisierung?

AM ANFANG

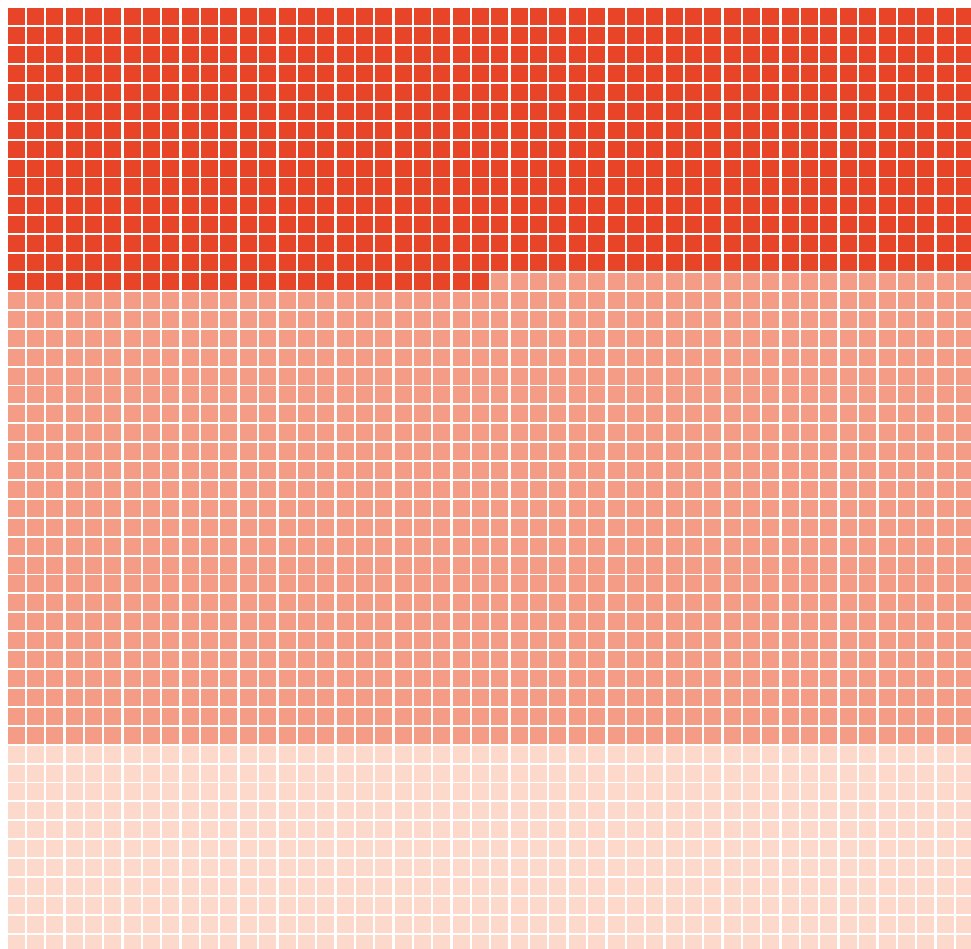
29 %

MITTENDRIN

48 %

FORTGESCHRITTEN

23 %



Der digitale Wandel ist ein relevantes Thema in meinem Unternehmen.

STIMME ABSOLUT ZU 55 %



STIMME EHER ZU 31 %



TEILS, TEILS 6 %



STIMME EHER NICHT ZU 7 %



STIMME ABSOLUT NICHT ZU 1 %



Sehen Sie die Digitalisierung als Chance oder Risiko für Ihre Branche?

CHANCE 34 %



EHER CHANCE 29 %



TEILS, TEILS 30 %



EHER RISIKO 5 %



RISIKO 2 %



STATISTISCHE ANGABEN

Sind Sie männlich oder weiblich?

MÄNNLICH



WEIBLICH



Wie alt sind Sie?

20-30



31-40



41-50



51-60



61-70



Wie viele Jahre sind Sie schon in NRW tätig?

WENIGER ALS 3 JAHRE



3 BIS 5 JAHRE



6 BIS 10 JAHRE



11 BIS 20 JAHRE



21 BIS 30 JAHRE



MEHR ALS 30 JAHRE



In welchem Arbeitsverhältnis stehen Sie?

ANGESTELLTE/R



FREIBERUFLER/IN



UNTERNEHMER/IN



Welchen Schulabschluss haben Sie?*

HAUPTSCHULABSCHLUSS



MITTLERE REIFE



FACHHOCHSCHULREIFE



HOCHSCHULREIFE



ABGESCHLOSSENES STUDIUM



BERUFSAUSBILDUNG



SONSTIGES



In welchem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Sie tätig?*

ARCHITEKTURMARKT



BUCHMARKT



MARKT FÜR DARSTELLEND KUNST



DESIGNWIRTSCHAFT



FILMWIRTSCHAFT



KUNSTMARKT



MUSIKWIRTSCHAFT



PRESSEMARKT



RUNDFUNKWIRTSCHAFT



SOFTWARE-, GAMESINDUSTRIE



WERBEMARKT



SONSTIGES



FAZIT

Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat ihren festen Platz in NRW gefunden. NRW wird als ein attraktiver und vielseitiger Standort bewertet, der für seine gute Ausbildung im Kreativbereich bekannt ist. Die Auftragslage hat sich positiv entwickelt. Doch die Schwierigkeiten, von guter kreativer Arbeit auch gut leben zu können, bestehen weiterhin, haben sich tendenziell sogar noch verschärft. Ein Grund hierfür ist die weiterhin nicht ausreichende Wertschätzung kreativer Arbeit. Das Ansehen und die Wahrnehmung der Protagonisten werden dem Stellenwert, den diese Branche im digitalen Informations- und Kommunikationszeitalter hat, aktuell nicht gerecht, heißt es in einer offenen Antwort treffend. Auch die Tatsache, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft inzwischen die Branche mit der drittgrößten Bruttowertschöpfung hinter Automobilindustrie und Maschinenbau ist (laut „Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie), hat noch immer nicht zu einem höheren Ansehen geführt.

Dazu beitragen könnte auch, dass die in sich heterogene Kultur- und Kreativwirtschaft sich öffentlich zu wenig als Einheit darstellt und deshalb keine ausreichend starke Lobby bildet. Andere, wirtschaftlich weniger gewichtige Branchen treten geschlossener auf, machen lautstärker auf sich aufmerksam und finden dadurch mehr Gehör. Auch die Potenziale, die sich aus einer stärkeren Vernetzung mit anderen Branchen ergeben könnten, werden noch nicht ausreichend genutzt. In der stärkeren Orientierung auf europäische und internationale Märkte liegen ebenfalls noch zu hebende Potenziale.

Von der Politik wünschen sich die Kreativen eine noch stärkere Unterstützung, auch weitere und besser auf die Branche zugeschnittene Förderungs- und Finanzierungsangebote werden gewünscht, eine eigene Crowdfunding-Plattform für NRW-Kreative würde begrüßt werden. In der Ausbildung sollte stärker in den Fokus gerückt werden, wie sich mit kreativer Tätigkeit der Lebensunterhalt verdienen lässt.

Dies alles sind Themen, die CREATIVE.NRW auf seiner Agenda hat und bearbeitet.

AUSBLICK

Die Kreativen in NRW blicken positiv in die Zukunft ihrer Branche und sehen sich langfristig in NRW beheimatet: Mehr als drei Viertel wollen auf jeden Fall in NRW bleiben.

Die Kreativen setzen darauf, dass Politik und Verwaltung in den kommenden Jahren weiter an der Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten. Aber sie nehmen ihre Zukunft auch selbst in die Hand: Die Digitalisierung wird als Chance begriffen, und die Kreativen sind entschlossen, diese Chance zu nutzen. Die meisten Befragten setzen sich aktiv mit den für sie relevanten Aspekten auseinander und bilden sich bzw. ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter. Eine stärkere Vernetzung innerhalb der Teilbranchen, vor allem aber auch mit anderen Branchen, sowie die Professionalisierung des eigenen Schaffens sind weitere Themen, die auf der Agenda der Kreativen stehen. Wenn es der Kultur- und Kreativwirtschaft zudem gelingt, sich in der Öffentlichkeit stärker als Einheit darzustellen und selbstbewusst auf ihre gesellschaftliche und auch wirtschaftliche Bedeutung aufmerksam zu machen, dürfte sich die Branche weiterhin gut entwickeln – in kreativer, aber auch in wirtschaftlicher Hinsicht.

CREATIVE.NRW wird als Mittler zwischen Kreativen, Wirtschaft, Hochschulen, Institutionen, Verwaltung und Politik unermüdlich weiter daran arbeiten, den Kreativen im Lande Gesicht und Gewicht zu geben – immer mit dem Ziel, mehr Wertschätzung und daraus resultierend auch mehr Wertschöpfung für die Kreativen in NRW zu schaffen.

