

IMAGE

ANALYSE

2014

**CREATIVE.
NRW**

3	VORWORT
5	ERGEBNISSE
6	IMAGE
8	KREATIVLEISTUNGEN
11	KREATIVNETZWERKE
14	ANGEBOTE
17	POLITISCHES UMFELD
20	LEBENSBEDINGUNGEN
23	DARSTELLUNG STANDORT
26	WAHRNEHMUNG / ENTWICKLUNG
32	DEMOGRAFISCHE ANGABEN
38	FAZIT

VORWORT

Zum vierten 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 02.12.2014 bis 27.01.2015 durchgeführt. Insgesamt haben 103 Personen den Fragebogen vollständig ausgefüllt.

ERGEBNISSE

01

IMAGE

**Mehr als 70 % der
Befragten beschreiben
den Kreativstandort
NRW als vielseitig.**

Wie würden Sie den Kreativstandort Nordrhein-Westfalen beschreiben?



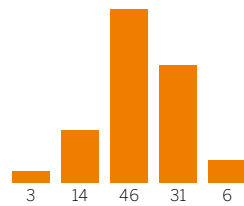
02

KREATIVLEISTUNGEN

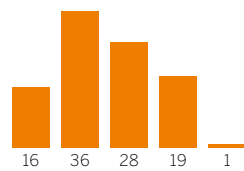
Die Auftragslage der
Kreativen wird von
fast 40 % der Befragten
als gut bewertet.

Wie werden kreative Dienstleistungen angenommen und entlohnt?

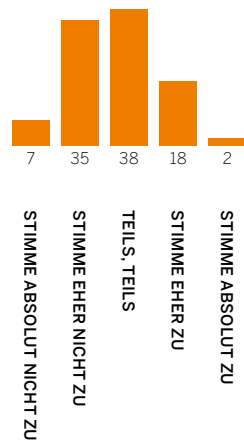
Die momentane Auftragslage in der Kreativwirtschaft ist gut.



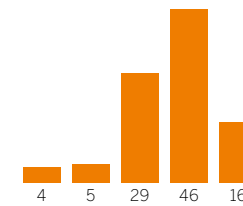
Kreative Dienstleistungen werden angemessen entlohnt.



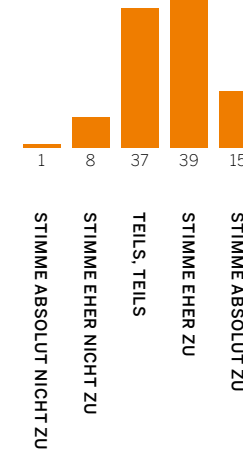
Die Kunden nehmen den ideellen Wert einer Dienstleistung wahr.



Es gibt ausreichend Fachkräfte in der Kreativbranche.



Die Kreativwirtschaft wird von Etablierten dominiert.



Die Auftragslage der Kreativen ist stabil. Im Vergleich zu 2013 beurteilen immer noch fast 40 % der Befragten die momentane Auftragslage als gut – im Vergleich zu 2010 und 2011 ein Anstieg um 50 %.

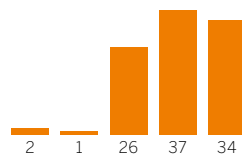
Die Zahl der Kreativen, die mit ihrer Entlohnung zufrieden sind, hat sich im Vergleich zur Analyse aus dem Vorjahr vervierfacht (2013: 5 %). Dennoch wünschen sich auch in 2014 mehr als 50 % der Befragten eine angemessene Entlohnung und stärkere Wertschätzung der kreativen Dienstleistungen.

03

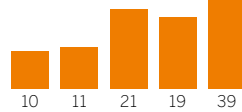
KREATIVNETZWERKE

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

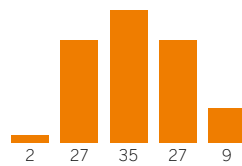
Kreative Netzwerke bewirken eine positive Veränderung.



Ich bin in einem Netzwerk in der Kreativbranche aktiv.

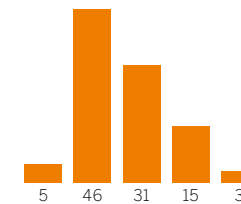


Es findet ein reger Austausch innerhalb der einzelnen Teilbranchen statt.

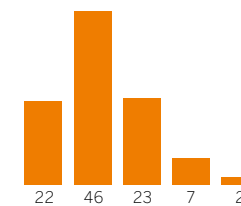


STIMME ABSOLUT NICHT ZU
STIMME EHER NICHT ZU
TEILS, TEILS
STIMME EHER ZU
STIMME ABSOLUT ZU

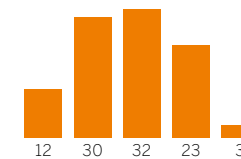
Es findet ein reger Austausch zwischen den unterschiedlichen Branchen statt.



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



Es gibt genügend zentrale Anlaufstellen für Kreative in NRW.



STIMME ABSOLUT NICHT ZU
STIMME EHER NICHT ZU
TEILS, TEILS
STIMME EHER ZU
STIMME ABSOLUT ZU

Kreative in NRW schätzen ihre Netzwerke. Denn über 70 % der Befragten sind sich einig, dass diese einen elementaren Stellenwert für die Branche einnehmen, nur knapp 2 % sind anderer Meinung. Im Vergleich zu 2013 ist eine steigende Tendenz zu verzeichnen. Waren im Vorjahr noch 48 % der Befragten in Netzwerken aktiv, sind es 2014 fast 60 % der Befragten.

Aufholbedarf sehen die Kreativen in der Verknüpfung mit fremden Branchen. Fast 70 % sehen große Chancen in diesen Kooperationen, über 40 % wünschen sich daher, dass künftig noch mehr zentrale Anlaufstellen aufgebaut werden.

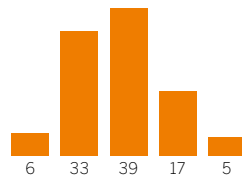
04

ANGEBOTE

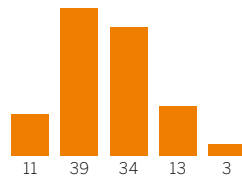
**Jeder zweite der Befragten
ist sich sicher: NRW ist für
seine gute Ausbildung
im Kreativbereich bekannt.**

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

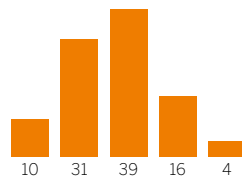
Es gibt auf die Branche zugeschnittene Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.



Es gibt ausreichend Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.

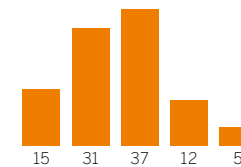


Es gibt ein breit aufgestelltes Beratungsangebot für Kreative.

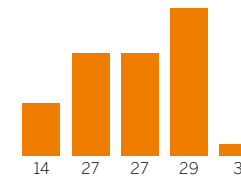


STIMME ABSOLUT NICHT ZU
STIMME EHER NICHT ZU
TEILS, TEILS
STIMME EHER ZU
STIMME ABSOLUT ZU

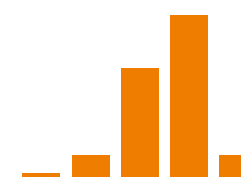
Es gibt genügend Angebote und Programme zur Nachwuchsförderung.



Das Weiterbildungsangebot ist gut.



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



STIMME ABSOLUT NICHT ZU
STIMME EHER NICHT ZU
TEILS, TEILS
STIMME EHER ZU
STIMME ABSOLUT ZU

NRWs Ausbildungslandschaft hat ein positives Image, jeder zweite Befragte ist dieser Meinung. Dennoch wünschen sich die Kreativen mehr Unterstützung und bessere Angebote im Bereich der Finanzierung (50%) und Nachwuchsförderung (45 %). Dieser Anteil ist, im Vergleich zu 2013, um ca. 10 % gestiegen.

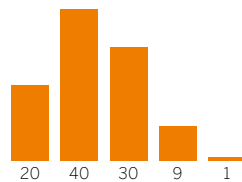
05

POLITISCHES UMFELD

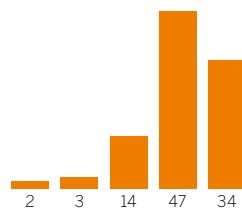
Über 80 % der Befragten sind sich einig, dass die Kreativwirtschaft politischer Unterstützung bedarf.

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

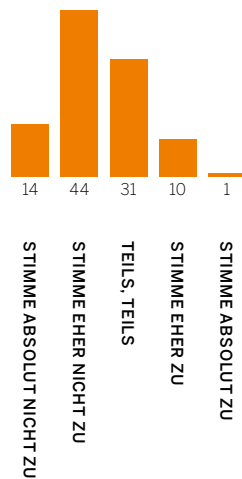
Die Politik versteht die Bedürfnisse der Kreativen.



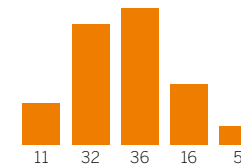
Die Kreativwirtschaft bedarf der Unterstützung durch die Politik.



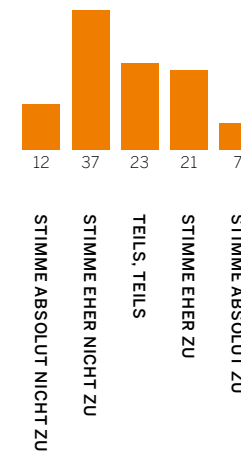
Die Kreativwirtschaft wird angemessen durch die Politik unterstützt.



Das Land NRW betreibt professionelles Standortmarketing für die Kreativwirtschaft.



Kreative verfügen über eine gute Lobby in NRW.



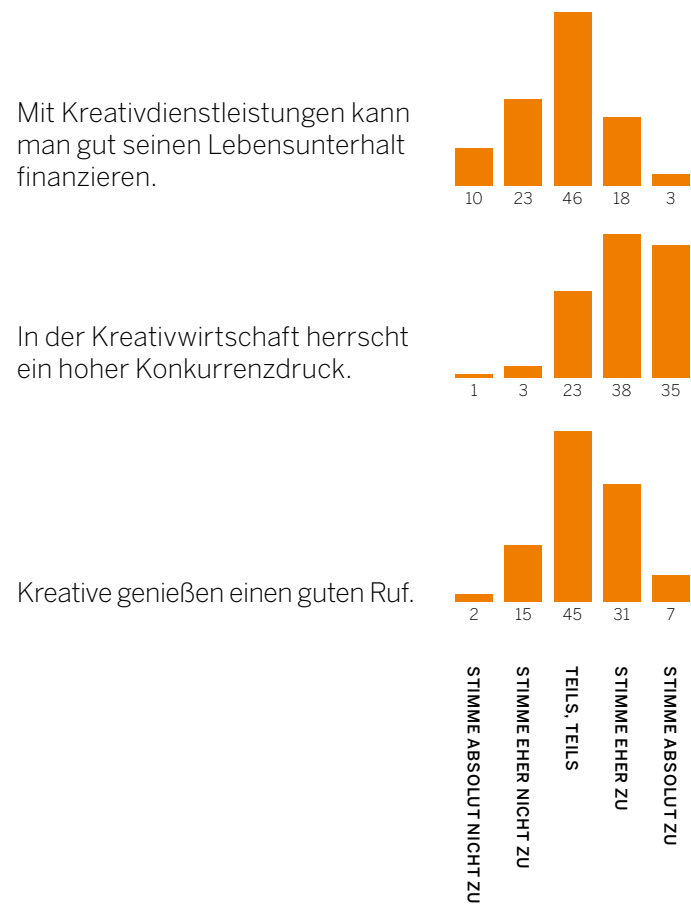
Kreative fordern eine noch stärkere politische Unterstützung der Branche. Dieser Meinung sind 80 % der Befragten. Dies wirkt sich auf die Einschätzung in Bezug auf die Standortmarketing-Aktivitäten des Landes aus. Lediglich 11 % der Umfrageteilnehmer sieht hier das Potential derzeit angemessen ausgeschöpft.

06

LEBENSBEDINGUNGEN

Die Mehrheit bemängelt noch immer die Entlohnung kreativer Dienstleistungen. Ebenso stimmen über 70 % der Befragten der Aussage zu, dass in NRW ein hoher Konkurrenzdruck innerhalb der Branche herrscht.

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



Ebenso wie 2013 schätzen nur rund 20 % der Umfrageteilnehmer die Verdienstmöglichkeiten mit kreativen Geschäftsmodellen als positiv ein.

Über den hohen Konkurrenzdruck innerhalb der Kreativwirtschaft sind sich 70 % einig. Hier ist eine leicht rückläufige Tendenz zum Vorjahr zu erkennen (80 %). Demzufolge stimmen lediglich 38 % der Befragten der Aussage zu, dass die Kreativwirtschaft in Bezug auf die Lebensbedingungen der Branchenakteure einen guten Ruf genieße.

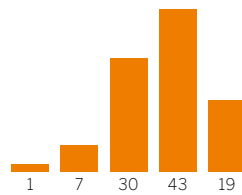
07

STANDORT

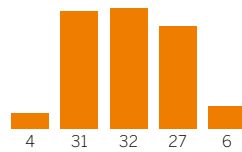
**Die hohe Attraktivität
NRWs als Kreativstandort
wird von fast 2/3
der Befragten bestätigt.**

Wie stellt sich Nordrhein-Westfalen als Kreativstandort dar?

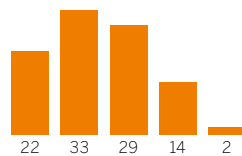
NRW ist ein attraktiver Standort für die Kreativwirtschaft.



NRW ist deutschlandweit für seine Kreativwirtschaft bekannt.

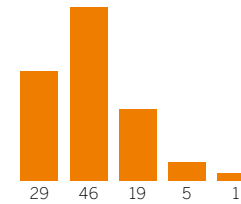


NRW wird im Ausland als Kreativstandort wahrgenommen.

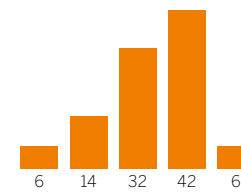


STIMME ABSOLUT NICHT ZU
STIMME EHER NICHT ZU
TEILS, TEILS
STIMME EHER ZU
STIMME ABSOLUT ZU

Die Kreativbranche NRW stellt sich als Einheit dar.



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



STIMME ABSOLUT NICHT ZU
STIMME EHER NICHT ZU
TEILS, TEILS
STIMME EHER ZU
STIMME ABSOLUT ZU

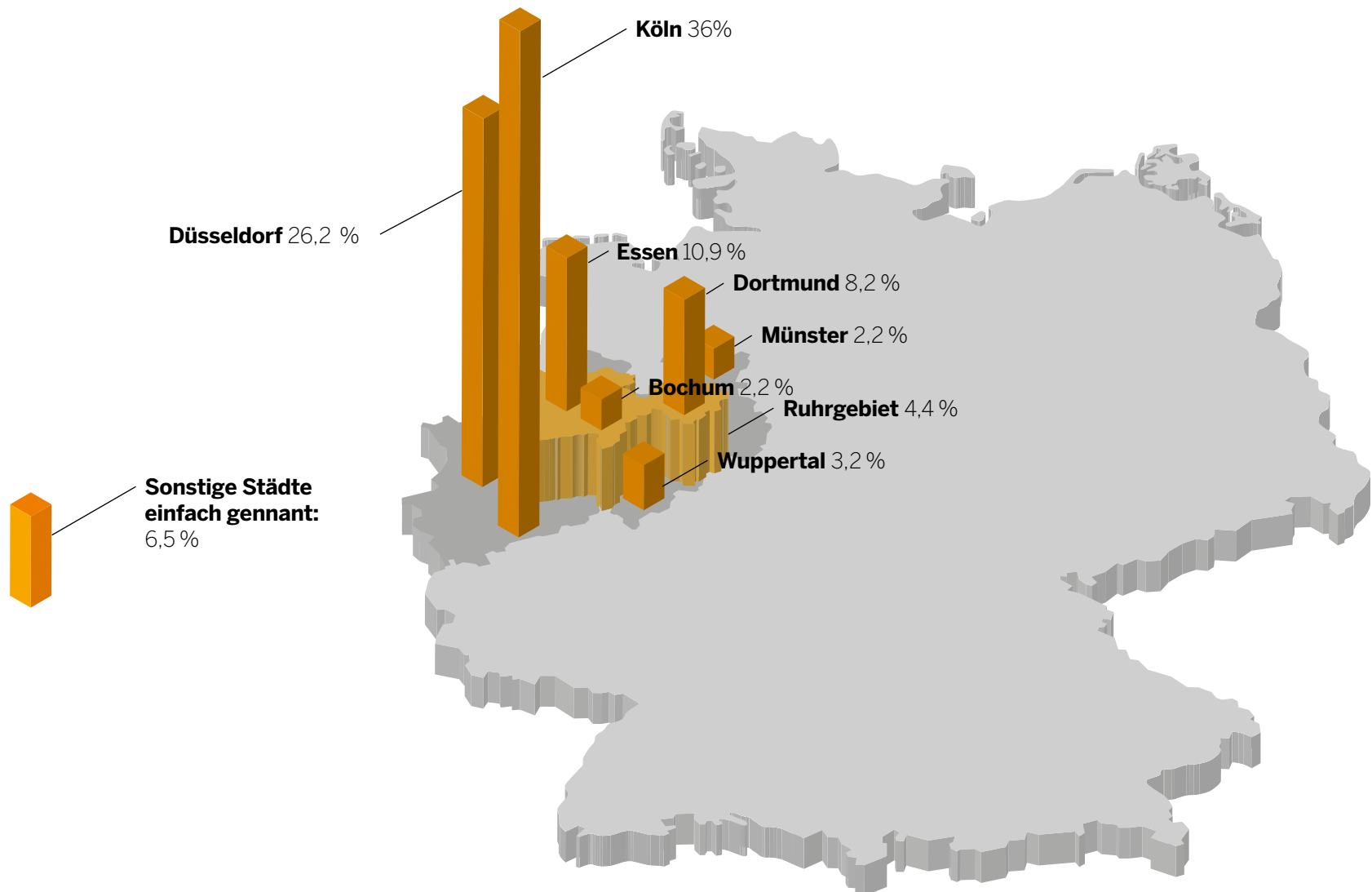
Die hohe Attraktivität NRWs als Kreativstandort wird von fast 2/3 der Befragten bestätigt. Dieser Wert ist damit in den letzten 4 Jahren deutlich gestiegen (10 %). Im Vergleich zu 2013 schätzen über 1/3 der Umfrageteilnehmer die Wahrnehmung des Standortes über die Landesgrenzen hinaus als positiv ein (Vergleich 2011: 24 %). Damit verbunden unterstreicht jeder zweite Teilnehmer die positive Entwicklung des Standortes in den letzten Jahren.

08

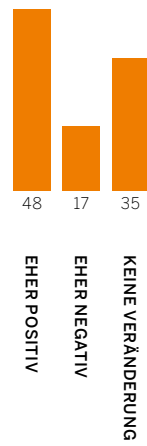
WAHRNEHMUNG / ENTWICKLUNG

NRW hat viele kreative Hot Spots. Die Top 3 Nennungen zu den kreativen Hochburgen sind: Köln (36 %), Düsseldorf (26 %) und Essen (11 %).

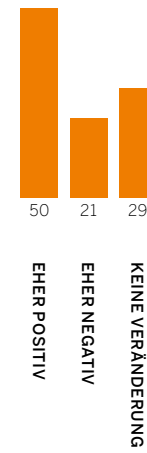
Welche Städte verbinden Sie besonders mit der Kreativwirtschaft?



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?



FAZIT

FAZIT: ENTWICKLUNG IM LETZTEN JAHR

Die Kreativwirtschaft ist in NRW zu Hause:
Mehr als 2/3 der Befragten schätzt das Bundesland als einen vielseitigen Branchenstandort ein.

Trotz der guten Ausbildungslage vor Ort wünschen sich die Kreativen verbesserte Strukturen in der Nachwuchsförderung und branchenspezifischere, finanzielle Unterstützung. Immer mehr Kreative sind mit den Finanzierungs- und Förderangeboten im Vergleich zu den Vorjahren 2011–2013 zufrieden. Dass die Politik hierbei eine tragende Rolle spielt, bekräftigen 80 % der Teilnehmer und wünschen sich eine noch stärkere Involvierung. Nur 10 % der Befragten meinen, dass die Unterstützung den Herausforderungen angemessen ist.

Der hohe Konkurrenzdruck untereinander, die immer noch zu verbessernden Verdienstmöglichkeiten und eine hohe Notwendigkeit einer verbesserten Außenwahrnehmung sind Themen, die für die Kreativen von großer Wichtigkeit sind.


Dreh- und Angelpunkt in der Verbesserung dieser Rahmenbedingungen sind Netzwerke. Im Vergleich zum Vorjahr wird auf die Nützlichkeit dieser Strukturen nochmals wesentlich mehr Gewicht gelegt (Zuwachs von 10 %). So sind sich 2/3 der Befragten darüber einig, dass Netzwerke einen elementaren Stellenwert einnehmen – ein ebenso großer Anteil wünscht sich kooperativere Netzwerkstrukturen mit der Industrie und dem Mittelstand.

ENTWICKLUNG IN DER ZUKUNFT

NRWs Kreative blicken positiv in die Zukunft:

Die Hälfte der Umfrageteilnehmer erwarten eine Verbesserung der Branchensituation. Als wichtiger Schritt in der Profilbildung der Außen- und Selbstwahrnehmung der Branche werden das Engagement des NRW-Wirtschaftsministeriums, die Cross-Cluster-Aktivitäten von CREATIVE.NRW und Kooperationen mit Partnern wie der IHK Köln genannt. Kreative wünschen sich, dass die vorhandenen Ansätze kontinuierlicher und damit noch konsequenter fortgesetzt werden.

Im Konkurrenzkampf um Aufträge und Nachwuchs kann sich NRW in Zukunft wieder »auf Augenhöhe mit den Ländern Berlin und Hamburg messen«, so die Prognose. Die Befragten äußern in der Umfrage (Freifeld zur persönlichen Einschätzung der Branchensituation), dass es in NRW viel Freiraum für neue Geschäftsmodelle gibt. Dieser Nährboden kann noch besser genutzt werden, und »für eine gute Ernte bedarf es vor allem Zeit«, »einer starken Lobby« und »gebündelter Marketingmaßnahmen«.



DEMOGRAFISCHE ANGABEN

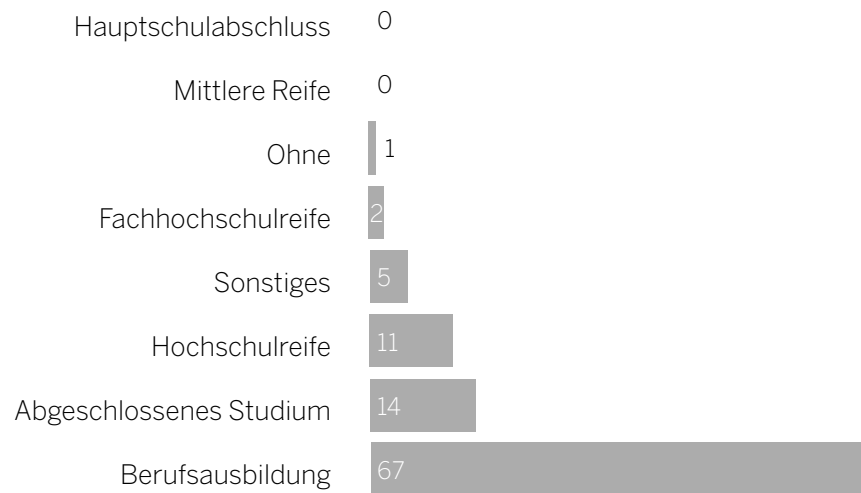
Sind Sie weiblich oder männlich?

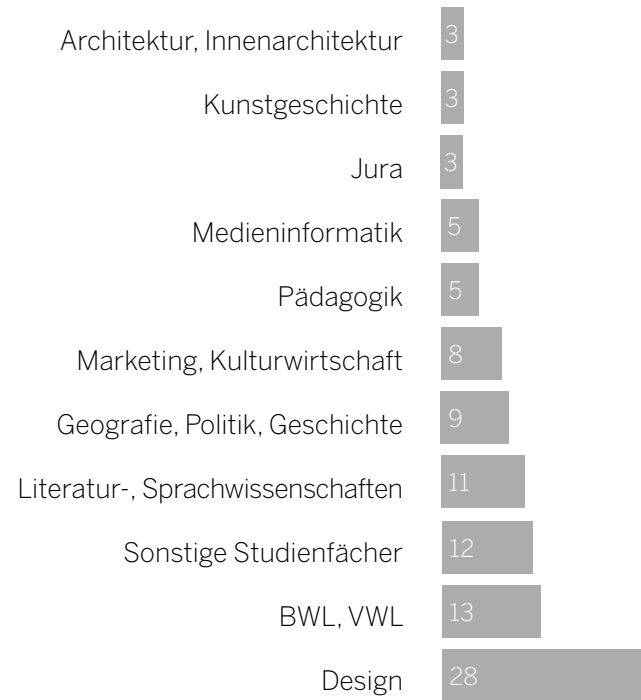


Wie alt sind Sie?

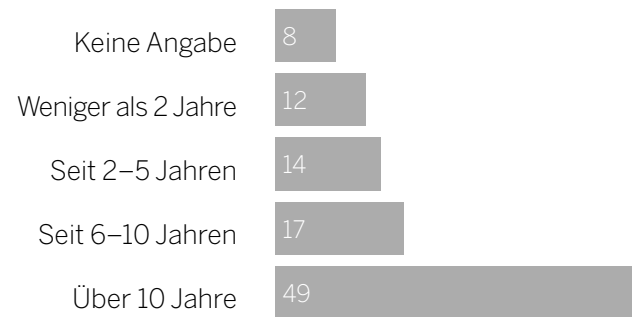
Ø 39

Welchen Schulabschluss haben Sie?



**Abgeschlossenes Studium,
Studienfach**

In welchem Bereich der Kreativwirtschaft sind Sie tätig?

Wie lange befindet sich Ihr Unternehmen schon in NRW?**Arbeiten Sie in NRW?**

Planen Sie Ihren Standort langfristig in NRW zu belassen?**Sind Sie selbstständig tätig?**

CREATIVE.NRW

Cluster Kultur- und Kreativwirtschaft

Mehr Information:

creative.nrw.de

facebook.de/creativenrw

twitter.com/creative_nrw



**CREATIVE.
NRW**

WWW.CREATIVE.NRW.DE