

Kultur- und Kreativwirtschaft

Kurzbeschreibungen-Inhaltsangaben

zu Publikation

Autor: Jörg Becker

(erschienen im BoD Verlag)

- Schöpferische Vielfalt mit Innovationsdynamik
- Merkmale oder was die Teilmärkte umtreibt
- Architekturmarkt
- Buchmarkt
- Markt der darstellenden Künste
- Designwirtschaft
- Filmwirtschaft
- Kunstmarkt
- Musikwirtschaft
- Pressemarkt
- Rundfunkwirtschaft
- Markt der Computerspiele
- Werbung/Kommunikation
- Standortbilanz und was sie leisten kann
- Standortbilanz und wie man sie erstellt
- Wie ist es um die Standort-Kreativwirtschaft bestellt ?
- Das Faktorengerüst, auf dem der Standort ruht
- Kreativwirtschaft aus Sicht einer Standortbilanz
- Umsetzung der Qualitätsprofile in 4-Feld-Portfolios
- Verzahnung Standortentwicklung-Kreativwirtschaft
- Kreativwirtschaft im Wirkungsfeld des Standortes
- Potential-Hinweise aus der Standortbilanz
- Was wurde erreicht, wie sollte es weitergehen ?



Der Wandel macht vor dem Kulturbetrieb nicht halt, sondern beurteilt diesen mehr und mehr auch nach wirtschaftlichen Kriterien. Wenn man Rechenschaft über die Verwendung von Fördergeldern fordert, so bezieht man sich dabei aber im Wesentlichen auf Zahlen und nicht auf Werte. Letztlich läuft es darauf hinaus: nur was in der Kultur- und Kreativwirtschaft Kunden findet, kann auch umgesetzt und produziert werden. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist als eigenständiges Wirtschaftsfeld eine wichtige Triebfeder für die wirtschaftliche Entwicklung eines Standortes. Das nahezu unerschöpfliche Innovationspotential dieses facettenreichen Branchenkomplexes trägt wesentlich dazu bei, die Dynamik des Standortes in Gang zu halten. Um aber die Vielzahl, Stärke und Dauer wechselseitiger Beziehungen zwischen Standort und Kultur- und Kreativwirtschaft wenigstens ansatzweise erfassen zu können, werden Instrumente benötigt, mit denen man das Geschehen in seiner ganzen Dynamik systematischer ausleuchten kann. Es gilt mit dem Mangel aufzuräumen, dass keinerlei aussagekräftige Bilanzen für die Image-, Unterhaltungs-, Lebensqualität-, Wissens- und nicht zuletzt auch Finanzerfekte verfügbar sind, die von der Kultur- und Kreativwirtschaft für Standorte und deren Wirtschaft erzeugt.

Grundlage für eine Standortanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zunächst einmal eine möglichst genaue Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes. Für die hierzu nachfolgenden Ausführungen werden Aussagen im Endbericht des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie hinzugezogen (Vgl. Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht, Köln-Bremen-Berlin 2009).

Es wäre verfehlt, die Kultur- und Kreativwirtschaft mit den Augen eines Standortes lediglich als Imagefaktor zu sehen. Zwar ist sie auch das, aber darüber hinaus noch viel mehr: nämlich eine eigenständiges Wirtschaftsfeld mit einem außerordentlich hohen Innovationspotential. Neue Kommunikationstechnologien und Impulse für neue Technologievarianten finden hier ihre bevorzugten Nutzer, Anwender und Entwickler.

Dabei erweist sich die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein äußerst vielschichtiger Branchenkomplex mit einer fast verwirrenden Anzahl unterschiedlicher Facetten. Diesen allen gemeinsam ist eine Produktion, die im Wesentlichen aus Prototypen, Einzelfertigung und Kleinserien sowie nicht zuletzt immateriellen Produkten besteht. Geprägt wird dies alles von grundlegend verschiedenen Unternehmenstypen, die allesamt ihre eigenen Besonderheiten aufweisen.

Der schöpferische Akt ist das Bindeglied der verschiedensten kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten. Die hergestellten Produkte und Dienstleistungen können literarische, musische wie auch architektonische Inhalte haben. Diese sind somit kulturell wie künstlerisch, d.h. immer sehr kreativ. Die gesamte Wertschöpfung liegt in Deutschland nach Angaben des Wirtschaftsministeriums bei über 60 Milliarden Euro, was einem Anteil von 2-3 % am gesamten Bruttoinlandsprodukt beträgt. Damit läge die Kultur- und Kreativwirtschaft nach ihrem volkswirtschaftlichem „Euro-Gewicht“ nicht weit hinter

der Automobilindustrie und noch vor der Chemieindustrie. Von ihrem Image- und Unterhaltungswert her dürfte dieser Bereich ohne Konkurrenz sein. Gleiches gilt unter dem Aspekt des Erwerbs und Transfers von Wissen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein Hort der Beschäftigungschancen für Dienstleister, Selbständige und Freiberufler. In kaum einer anderen Branche werden speziell für Frauen derartige Möglichkeiten geboten. Da die Nachfrage trotz Krise nach künstlerischen und kreativen Inhalten steigt, haben wir es mit einer nachhaltigen echten Wachstumsbranche zu tun, deren häufig projektabhängige vernetzte Arbeitsformen auch für andere Wirtschaftsbereiche geradezu Modellcharakter haben können. Zu den Kernbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen:

- Musikwirtschaft
- Buchmarkt
- Kunstmarkt
- Filmwirtschaft
- Rundfunkwirtschaft
- Markt für darstellende Künste
- Designwirtschaft
- Architekturmarkt
- Pressemarkt
- Werbemarkt
- Software/Spieleindustrie

Selbst diese sind wiederum ihrerseits nur Obergriffe für zahlreiche weitere Teil- und Untermärkte:

Zur Musikwirtschaft zählen:

- Selbständige Musiker/innen, Komponist/innen
- Musik- und Tanzensembles
- Verlage von bespielten Tonträgern + Musikverlage
- Theater-/Konzertveranstalter
- Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern u.a.
- Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens
- Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien

Zum Buchmarkt zählen:

- Selbständige Schriftsteller/innen
- Buchverlage
- Einzelhandel mit Büchern

Zum Kunstmarkt zählen:

- Selbständige bildende Künstler/innen
- Kunsthandel (Schätzung)
- Museum
- Kunstaussstellungen

Zur Filmwirtschaft zählen:

- Selbständige Bühnenkünstler/innen
- Film-/TV- und Videofilmherstellung
- Filmverleih- und Videoprogrammanbieter
- Kinos

Zur Rundfunkwirtschaft zählen:

- Rundfunkanstalten
- Hersteller von Hörfunkprogrammen
- Hersteller von Fernsehprogrammen

Zum Markt der darstellenden Künste zählen:

- Selbständige Bühnenkünstler/innen
- Selbständige Artisten/innen
- Theaterensembles
- Theater-/Konzertveranstalter
- Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern u.a.
- Varietés und Kleinkunsth Bühnen
- Tanzschulen
- Weitere Kultur-/Unterhaltungseinrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater)

Zur Designwirtschaft zählen:

- Industriedesign
- Produktdesign
- Modedesign
- Grafikdesign
- Kommunikationsdesign
- Werbegestaltung

Zum Architekturmarkt zählen:

- Architekturbüros für Hochbau und Innenarchitektur
- Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
- Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung

Zum Pressemarkt zählen:

- Selbständige Journalisten
- Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
- Verlegen von Adressbüchern
- Zeitungsverlag
- Zeitschriftenverlag
- Sonstiges Verlagswesen

Zum Werbemarkt zählen:

- Werbung/Werbegestaltung
- Werbung/Werbevermittlung

Zur Software- und Gamesindustrie gehören:

- Verlegen von Software
- Softwareentwicklung
- Softwareberatung

Zu den Sonstigen zählen:

- Selbständiger Restaurator/innen
- Bibliotheken/Archive
- Betrieb von Denkmalstätten
- Botanische und zoologische Gärten
- Naturparks
- Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks

In dieser schöpferischen Vielfalt von Teilmärkten verdienen in Deutschland nahezu eine Million Menschen (sowohl selbständig als auch abhängig beschäftigt) ihr Brot.



