

PRESSEMITTEILUNG

13.12.2011

Kultur- und Kreativwirtschaftsindex Berlin-Brandenburg 2011

***Aktuelle Studie bescheinigt dem Standort sehr hohe Attraktivität,
deckt aber auch Problembereiche auf, in denen Handeln erforderlich ist***

Zum ersten Mal legen die Länder Berlin und Brandenburg gemeinsam mit der IHK Berlin, der IHK Potsdam und dem Medienboard Berlin-Brandenburg den Kultur- und Kreativwirtschaftsindex vor. Der KKI gibt einen Einblick in die wirtschaftliche Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft der Region und reflektiert das aktuelle Stimmungsbild innerhalb ihrer Branchen.

Der KKI ist Teil der gemeinsamen Innovationsstrategie beider Länder, zu der die Förderung von Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT), Medien und Kreativwirtschaft gehört (zusammengefasst als Cluster IMK). Dazu zählen einerseits die technologiebezogenen Kernbereiche der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien sowie andererseits die kulturbezogenen Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der KKI erweitert die Daten der amtlichen Statistik zur Anzahl der Unternehmen und deren Umsätzen um Geschäftsklimafaktoren wie der Standortzufriedenheit, der Einschätzung der wirtschaftlichen Situation, den Zukunftsperspektiven der Unternehmen und deckt Problembereiche auf.

Die Ergebnisse des KKI zeigen, dass sich einige Tendenzen über alle Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft erstrecken. In vielerlei Hinsicht wird aber auch deutlich, dass die Situation und die Perspektiven der verschiedenen Teilbranchen von unterschiedlichen Parametern dominiert werden, was eine getrennte Betrachtung derselben nahelegt.

Eine Gemeinsamkeit aller befragten Branchen liegt in der positiven Einschätzung ihres Standortes. 62 Prozent der Unternehmen, Freiberufler und Selbständigen in Berlin- Brandenburg attestieren ihrem Standort eine hohe oder sehr hohe Attraktivität – nur vier Prozent eine geringe oder sehr geringe. Neben der Dichte des kulturellen Angebots ist das kreative Milieu ein wichtiger Aspekt dieses erfreulichen Ergebnisses – gleichzeitig locken diese Faktoren permanent weitere Akteure aus anderen Regionen weltweit in die Hauptstadtregion.

**Pilot-Projekt zur Untersuchung
der Lage der Kultur- und Kreativ-
wirtschaft in Berlin-Brandenburg**

**Der KKI erweitert die Daten der
amtlichen Statistik um „weiche“
Faktoren wie Standortzufrieden-
heit, Einschätzung der wirtschaft-
lichen Lage und Zukunftsperspek-
tiven**

**62 Prozent halten ihren Standort
für attraktiv oder sehr attraktiv**

**Kulturangebot und kreatives
Milieu ziehen weltweit Kreative
in die Region**

Die Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Lage durch die Befragten fällt je nach Teilbranche unterschiedlich aus, ist aber überwiegend als positiv bzw. gut bis sehr gut zu betrachten. Als eher problematisch bezeichnen die Branchen Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Buch und Presse ihre aktuelle wirtschaftliche Situation. Die Gründe hierfür sind unterschiedlich. So zeigt die Untersuchung, dass sich die Branchen Bildende Kunst, Buch und Presse produktionstechnisch gut entwickelt haben, bemängelt werden hingegen – und zwar auch von den meisten anderen Branchen – die fehlenden Absatzmärkte. Dieses Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage äußert sich häufig durch niedrige Preise, die es gerade Urhebern erschwert, von ihrer Profession auch wirtschaftlich angemessen zu profitieren. Die Befragten aus der Darstellenden bzw. der Bildenden Kunst halten außerdem das Angebot an freien und bezahlbaren Arbeits- und Produktionsräumen für nicht ausreichend und sprechen sich gemeinsam mit der Musikbranche für eine verstärkte öffentliche Unterstützung aus.

Beim Buch- und Pressemarkt hat die noch nicht zufriedenstellende wirtschaftliche Lage andere Hintergründe: Die Branche spürt verstärkt die ambivalenten Folgen der Digitalisierung. Während neue technische Möglichkeiten einerseits erhebliches Rationalisierungspotential freisetzen, beklagt die Branche insbesondere eine immer schlechtere Durchsetzbarkeit ihrer Urheber- und Leistungsschutzrechte. Eine (Bundes-)Problematik, die auch von der Musikbranche in den Fokus gestellt wird, die ihre wirtschaftliche Lage grundsätzlich aber als überwiegend positiv bewertet.

Branchen wie Games, Rundfunk, Architektur, Software / Multimedia / Telekommunikation sowie Werbung / PR / Marktforschung, die ihren Geschäftsverlauf gegenwärtig positiv beurteilen, erwarten in den nächsten Jahren ein kontinuierliches Wachstum. Dies wird unter anderem von der Prognose eines steigenden Personalbedarfs unterstrichen. Vor allem die Branchen Games und Software/Multimedia/Telekommunikation rechnen mit steigenden Mitarbeiterzahlen. So ist für die Games-Branche, abgeschwächt auch im Bereich Software / Multimedia / Telekommunikation, die Beschaffung von qualifizierten Arbeitskräften und deren Aus- und Weiterbildung ein zentrales Problem – die Gewährleistung einer ausreichenden Anzahl qualifizierter Fachkräfte kann hier die Weichen für eine rege Weiterentwicklung dieser Teilbranchen stellen.

Prinzipiell bietet die Hauptstadtregion im Sinne einer „Herkunftsmarke“ der Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Zusammenhang wertvolles Potential zur Bewältigung der sich stellenden Herausforderungen – insbesondere im Hinblick auf die Positionierung von Produkten aus der Region auf internationalen Märkten. Möglicherweise sehen das auch die Befragten so, denn es fällt auf, dass die Einschätzung der zukünftigen Geschäftsentwicklung mehrheitlich positiv ausfällt. In nahezu allen Teilbranchen blickt der Großteil der Befragten optimistisch in die Zukunft.

Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Buch und Presse sehen wirtschaftliche Lage eher skeptisch

Die meisten Branchen beklagen nicht ausreichende Absatzmärkte und in der Folge zu geringes Preisniveau

Darstellende und Bildende Künstler beklagen Mangel an bezahlbaren Räumen

Buch-, Presse- und Musikmärkte spüren negative Auswirkungen der Digitalisierung

Games, Rundfunk, Architektur, Software/Multimedia/Telekommunikation erwarten überwiegend wirtschaftliches Wachstum und steigende Beschäftigung

Games, Software/Multimedia/Telekommunikation haben Schwierigkeiten, qualifizierte Fachkräfte zu finden

„Berlin-Brandenburg“ hat als Herkunftsmarke der Kultur- und Kreativwirtschaft noch großes Vermarktungspotenzial

Zukunftserwartungen der Befragten meist sehr optimistisch

Der vorliegende KKI liefert erstmals Ergebnisse über Lage und Stimmung in der Kultur- und Kreativwirtschaft Berlin-Brandenburgs. Für die Wirtschafts- und Kulturpolitik der Länder bieten die Ergebnisse wichtige Anhaltspunkte, um Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken zu erkennen und gezielt in politisches Handeln zu übersetzen. Um auch zukünftig auf derartige Erkenntnisse zurückgreifen zu können und um die Möglichkeit zu schaffen, Veränderungen im Zeitverlauf nachzuvollziehen, ist eine jährliche Durchführung des KKI angedacht.

Jährliche Wiederholung der
Untersuchung ist angedacht

Studienskizze

Online-Befragung von n=1.196 Unternehmen, freiberuflich Tätigen und Selbständigen in Berlin-Brandenburg zwischen dem 9.5. und dem 10.7.2011

Auftraggeber in alphabetischer Reihenfolge:

IHK Berlin, IHK Potsdam, Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH, Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten Brandenburg, Senatskanzlei – Kulturelle Angelegenheiten, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen

Ausgewiesene Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft:

1) Architektur 2) Buchmarkt 3) Pressemarkt 4) Rundfunk 5) Filmwirtschaft 6) Musikwirtschaft 7) Kunstmarkt 8) Markt für darstellende Künste 9) Mode 10) Designwirtschaft 11) Games 12) Software / Multimedia + Telekommunikation 13) Werbung / PR / Marktforschung

Durchführendes Forschungsinstitut:

House of Research GmbH, Berlin

Weitere Informationen:

Die Studie sowie diese Pressemitteilung stehen unter folgenden Links zum Download zur Verfügung:

www.house-of-research.de/aktuelles.html

www.berlin.de/projektzukunft/kki

www.medienboard.de/kki

www.mwe.brandenburg.de/sixcms/detail.php/bb1.c.273502.de

[www.ihk-](http://www.ihk-berlin.de)

berlin.de/servicemarken/branchen/Kreativwirtschaft/Creative_Industries_IHK/Aktuelles/1665298/Kultur_und_Kreativwirtschaftsindex_2011.html

Pressekontakt:

- Dirk Martens, House of Research, Tel: 030 / 700 103-0

- Sigrid Herrenbrück, Medienboard Berlin-Brandenburg, Tel: 0331 / 743 87 70