

Studie der Universität Kassel über Kreativwirtschaft

„Zu wenig Nachfrage“



Kreativ – aber schlecht bezahlt: Das ist ein Ergebnis der Studie.

Von der Werbung über die Filmwirtschaft bis zur darstellenden Kunst: Eine Studie der Universität Kassel beleuchtet die Situation der Akteure aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel. An der Befragung nahmen 428 Betriebe und Selbstständige teil. Ein Gespräch mit Dipl.-Oec. Maria Daskalakis, unter deren Leitung die Studie entstand.

WIRTSCHAFT NORDHESSEN: Sie haben in einer Studie die ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel untersucht. In welchen Bereichen sehen Sie regionale Entwicklungspotenziale? **Maria Daskalakis:** Zunächst ist festzustellen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft (KuK) bereits jetzt erheblich zur regionalen Wertschöpfung und Beschäftigung beiträgt – um die 7100 Arbeitsplätze in der Region hängen direkt und indirekt von der KuK ab. Und es werden aller Voraussicht nach noch mehr werden, denn die KuK-Betriebe schauen positiv in die Zukunft. Sie gehen im Durchschnitt davon aus, dass in drei Jahren der Umsatz um elf Prozent gestiegen sein wird. Sofern dies eintrifft und wenn es dann noch gelänge, durch wirtschaftspolitische Maßnahmen den Umsatz um insgesamt weitere drei Prozent zu steigern, könnten alleine hierdurch noch weitere rund 700 Arbeitsplätze direkt und indirekt

von der KuK getragen sein. Dass diese Zahlen nicht aus der Luft gegriffen sind, zeigen auch die Entwicklungsprognosen der KuK auf nationaler Ebene.

WN: 30,5 Prozent der antwortenden Betriebe hatten 2009 einen Umsatz unter der 10.000-Euro-Grenze. Weitere zwölf Prozent erzielen zwischen 10.000 und 17.500 Euro Umsatz. Hat Sie das Ergebnis überrascht? **Daskalakis:** Nein, das Ergebnis hat uns nicht überrascht. Dass in der Kultur- und Kreativwirtschaft in vielen Bereichen nur ein niedriges Einkommen erzielt wird und die Lebensverhältnisse teilweise schwierig sind, ist auch aus anderen Untersuchungen bekannt. Die Frage ist nur, warum dies so ist und ob es hier Entwicklungspotenzial gibt. Unsere Untersuchung zeigt hier eindeutig, dass die Ursache für die niedrigen Einkommen bei den Frauen und bei den Männern zuvorderst daran liegt, dass die Nachfrage zu gering ist beziehungsweise die Preise, zu denen nachgefragt wird, zu niedrig sind. Dass die KuK-Betriebe dann häufig zur Sicherung des Lebensunterhalts einer weiteren Erwerbstätigkeit nachgehen müssen, reduziert natürlich die Arbeitszeit, die insgesamt für die KuK-Tätigkeit zur Verfügung steht. Kindererziehung als Grund für niedriges Einkommen wurde übrigens zwar auch genannt, aber relativ selten.

WN: Welche Faktoren hemmen die berufliche Weiterentwicklung? Warum?

Daskalakis: Im Kern zeigt sich hier auch die eben genannte Problemstellung, die in vielen Aspekten unserer Untersuchung auftaucht: Es ist zu wenig Nachfrage nach den kreativen Produkten vorhanden. Sowohl in der Region als auch überregional. Wenn es nun gelänge, die Nachfrage zu stärken, könnten in der Region weitere Arbeitsplätze geschaffen und gesichert werden. Dies kann zum Beispiel dadurch geschehen, dass die b2b-Kontakte zwischen Kultur- und Kreativunternehmen gestärkt werden – und hierfür besteht Bedarf in der Region, das hat unsere begleitende Befragung

bei Unternehmen, die nicht der KuK angehören, gezeigt.

WN: 48 Prozent der befragten Betriebe sind in keine Netzwerke eingebunden. Wie entscheidend ist dieser Faktor für den Unternehmenserfolg?

Daskalakis: Ohne Netzwerke funktioniert in der Geschäftswelt heutzutage fast gar nichts mehr. Die niedrige Netzwerkeinbindung in der Region ist übrigens nicht nur bei der KuK zu beobachten. Untersuchungen von uns zeigen auch bei den Unternehmen, die nicht der KuK angehören, wesentlich niedrigere Netzwerkaktivitäten als beispielsweise bei Unternehmen in der prosperierenden Region Jena.

WN: Wie beurteilt die Kultur- und Kreativwirtschaft die Region Kassel als Standort?

Daskalakis: Insgesamt relativ schlecht, leider. Positiv, das heißt mit der Note „gut“, bewertet wird etwa die Verkehrsanbindung. Andere Standortfaktoren, die viel über die Vitalität der Region und damit auch über ihre Attraktivität für andere Unternehmen und Arbeitnehmer aussagen, werden als relativ schlecht eingestuft. Insgesamt mit der Note drei werden beispielsweise Standortfaktoren wie „Hochkultur“, „Image des Standortes“ und „tolerantes, offenes Klima“ bewertet. Weitere für die regionale Entwicklung wichtige Faktoren wie das regionale „Innovationsklima“ und die „Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften“ erhalten im Durchschnitt sogar die Note vier. *Interview: AN (Fotos: Fotolia/privat)* ■



„Ohne Netzwerke funktioniert in der Geschäftswelt heutzutage fast gar nichts mehr“: Dipl.-Oec. Maria Daskalakis, Fachgebiet Umwelt- und Verhaltensökonomik, Universität Kassel.

Übersicht über Förderangebote und Netzwerke

Hessens Kreativwirtschaft ist online

Unter www.kulturwirtschaft-hessen.de/kultur-und-kreativwirtschaft finden Interessierte aktuelle Nachrichten und Informationen zu Förderangeboten sowie Projektbeispiele aus Hessen, weiteren Bundesländern und dem europäischen Ausland. Sie gelangen von hier auch zu ausgewählten hessischen Netzwerken.

Darüber hinaus werden thematisch passende aktuelle Publikationen und Dokumentationen von Veranstaltungen zur Verfügung gestellt. Ein Newsletter hält Neuigkeiten bereit. Fragen zu den Inhalten beantworten die Ansprechpartner der Geschäftsstelle sowie die bei den jeweiligen Einzelbeiträgen genannten Personen. *WN* ■

Sie gehören zur KuK

Zur Branche zählen neben dem Kunstmarkt und dem Markt für darstellende Künste unter anderem Musik- und Kommunikationswirtschaft, Buchmarkt, Software- und Spieleindustrie. Ebenso Architekten und Designer. Wichtig: Nur die Privatwirtschaft steht beim Projekt KuK im Fokus. Öffentlich geförderte Einrichtungen werden ausgespart. Informationen: www.kreativwirtschaft-kassel.de ■