

21. Dezember 2016

## HINWEIS AN DIE MEDIEN

### Hintergrundinformationen Kreativwirtschaftsbericht

#### **Mehr Umsatz und mehr Erwerbstätige in der Hamburger Kreativwirtschaft**

Die Hamburger Kreativwirtschaft verzeichnet wachsende Umsätze: Von 2010 bis 2013 wuchs der jährliche Umsatz um 4,1 Prozent. Jährlich setzt sie rund 11 Milliarden Euro um. Das entspricht in etwa 2,6 Prozent der Hamburger Wirtschaftsleistung.

Die Kreativwirtschaft ist eine beschäftigungsintensive Branche. Die Anzahl der Erwerbstätigen stieg von 2009 bis 2013 um 10,2 Prozent und damit stärker als in der Hamburger Gesamtwirtschaft (+7,9 Prozent).

Insgesamt sind heute rund 87.500 Hamburgerinnen und Hamburger in diesem Wirtschaftszweig beschäftigt. Das sind 7,4 Prozent aller Erwerbstätigen in der Hansestadt. Diese Zahl umfasst erstmals auch die geringfügig Tätigen (selbständige Unternehmerinnen und Unternehmer, die bis zu 17.500 Euro im Jahr umsetzen) und die geringfügig Beschäftigten (sogenannte „Minijobber“) in der Kreativwirtschaft, die für diesen Bericht erstmals erfasst wurden.

#### **Verdopplung: Hebeleffekte der Kreativwirtschaft in andere Branchen**

Für diesen Bericht wurden zum ersten Mal die Hebeleffekte untersucht, die die Kreativwirtschaft auf verschiedenen Ebenen auslöst. Betrachtet wurden dabei mittelbare und unmittelbare Effekte auf vor- und nachgelagerte Branchen, das heißt bei Zulieferern oder Abnehmern. Bundesweit löste die Hamburger Kreativwirtschaft 2010 eine Bruttowertschöpfung von rund 8,8 Milliarden Euro aus. Das entspricht bei einer Bruttowertschöpfung der Hamburger Kreativwirtschaft von vier Milliarden Euro im selben Jahr einem Faktor von 2,2. Jeder Euro, der in der Kreativwirtschaft an Bruttowertschöpfung generiert wird, generiert demnach in einer vor- oder nachgelagerten Branche mindestens einen weiteren Euro. Derselbe Faktor gilt auch für die Zahl der Beschäftigten: Für jeden Arbeitsplatz, der in der Kreativwirtschaft entsteht, wird in einer vor- oder nachgelagerten Branche mindestens ein weiterer geschaffen. Die vielfachen Hebeleffekte zeigen, dass die Kreativwirtschaft eng mit der Gesamtwirtschaft verwoben ist und für diese eine zentrale Bedeutung hat. Sie werden im vorliegenden Bericht erstmals dokumentiert und können damit in der zukünftigen Förderstrategie stärker berücksichtigt werden.

### **Jeder fünfte Hamburger Selbständige ist in der Kreativwirtschaft tätig**

In der Kreativwirtschaft gibt es besonders viele Selbständige. Ihre Anzahl wuchs von 2009 bis 2011 um 15,1 Prozent auf etwa 27.100. Fast jeder fünfte selbständig tätige Unternehmer ist demnach in der Kreativwirtschaft beschäftigt, im bundesweiten Durchschnitt ist es nur ungefähr jeder zehnte. Damit wird deutlich, wie wichtig die Kreativwirtschaft für Hamburg ist.

### **Die Beschäftigungsstruktur in der Kreativwirtschaft: heterogen und kleinteilig**

Erstmals wurde für diesen Bericht auch die Gruppe der geringfügig Tätigen untersucht. Darunter fallen Selbständige und Unternehmen, die weniger als 17.500 Euro Umsatz pro Jahr erwirtschaften. Wie bereits die Ergebnisse des ersten Berichts vermuten ließen, macht diese Gruppe in der Kreativwirtschaft einen wesentlichen Anteil aus: Etwa 14.000 in der Hamburger Kreativwirtschaft Tätige bleiben mit ihren Umsätzen unter dieser Grenze. Damit zählt mehr als die Hälfte der Selbständigen zur Gruppe der geringfügig Tätigen. Die Branche ist demnach besonders kleinteilig strukturiert.

Auch bei den Angestellten in der Kreativwirtschaft machen geringfügig Beschäftigte einen nicht zu vernachlässigenden Anteil aus: Knapp 9.000 von insgesamt knapp 59.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zählen zu dieser Gruppe, also gut 15 Prozent. Für die Kreativwirtschaftsförderung sind dies wichtige Erkenntnisse. Die Zahlen zeigen, dass geringfügig Beschäftigte in der Kreativwirtschaft einen höheren Anteil ausmachen als in der Hamburger Gesamtwirtschaft. Es entspricht demnach den Bedürfnissen der Branche, dass die Hamburg Kreativ Gesellschaft einen Fokus auf die Stärkung der wirtschaftlichen Situation kreativwirtschaftlich Tätiger gesetzt und ihre Arbeit an die heterogene Struktur des Wirtschaftszweigs angepasst hat. Dem wird auch in Zukunft Rechnung getragen.

### **Die Beschäftigungsstruktur in der Kreativwirtschaft: Weiblich und hochgebildet**

Fast die Hälfte der in der Kreativwirtschaft Beschäftigten sind Frauen: Mit 47,8 Prozent liegt ihr Anteil ein wenig höher als im Hamburger Durchschnitt, der 46,6 Prozent beträgt. In einigen Teilmärkten sind sogar über 70 Prozent der Beschäftigten weiblich. Vermutlich gelingt es wie in keiner anderen Branche so gut, Männer und Frauen gleichermaßen zu beschäftigen.

In der Hamburger Kreativwirtschaft sind überdurchschnittlich viele Hochqualifizierte tätig. Mit 35 Prozent liegt die Anzahl derer, die einen Hochschulabschluss haben, über dem Hamburger Durchschnitt von knapp 20 Prozent. Die Hochqualifizierten sind gleichermaßen bei den Selbständigen, bei den geringfügig Beschäftigten sowie bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zu finden. Sie sind diejenigen, die diesen Wirtschaftszweig hauptsächlich tragen und voranbringen.

Der Anteil der Nichtdeutschen unter den Beschäftigten in der Kreativwirtschaft liegt deutlich unter dem Hamburger Durchschnitt. In einer Zeit, in der Zuwanderung die Entwicklung der Gesellschaft prägt, gibt es dadurch in Zukunft für die Kreativwirtschaft Chancen: Zugewanderte bringen durch ihren spezifischen kulturellen Hintergrund wichtige neue Ideen ein. Diese in die Branche verstärkt einzubinden bietet ein großes Potential, das von allen Beteiligten genutzt werden sollte.

### **Perspektiven und Aufgaben**

Die Analyse der Kreativwirtschaft in diesem Bericht liefert ein umfassendes, aktuelles Bild der Branche, ihrer Entwicklungen und Bedürfnisse. Nachdem der erste Kreativwirtschaftsbericht 2012 als Grundlage dafür diente, die Kreativwirtschaftsförderung weiter strategisch auszurichten, bestätigt der zweite Bericht nun, dass die Aktivitäten der Hamburg Kreativ Gesellschaft den Gegebenheiten und Bedürfnissen der Branche weitgehend entsprechen. Er zeigt außerdem, wo heute und in Zukunft Herausforderungen liegen. Daran wird sich die Kreativ Gesellschaft in den nächsten Jahren orientieren.

- ***Kreativwirtschaft und Innovation***

Kreativität kann ein wesentlicher Impuls für Innovation sein. Verglichen mit der Förderung von technologischen Innovationen im Bereich der Forschung in klassischen Branchen wird Kreativität als Innovationsmotor erst in geringem Maße gefördert. Mit der Förderung interdisziplinärer Zusammenarbeit begegnet die Hamburger Kreativwirtschaftsförderung bereits dieser Herausforderung und schafft Möglichkeiten, Kreativität als Treiber für branchenübergreifende Innovationen zu erkennen und zu nutzen.

Mit Co-Workingspaces wie dem Betahaus gibt es in Hamburg bereits Räume, in denen sich Kreative und Akteurinnen und Akteure klassischer Wirtschaftszweige in der täglichen Arbeit inspirieren. Ein weiterer Schwerpunkt der Förderung sind branchenübergreifende, sogenannte cross-sektorale Ansätze: Fragestellungen der klassischen Wirtschaft werden mit der Problemlösungskompetenz der Kreativwirtschaft verbunden. Für alle beteiligten Branchen eröffnen sich dadurch Potentiale: Die klassische Wirtschaft profitiert von den Kompetenzen in der Kreativwirtschaft, und dadurch entstehen Arbeitsplätze. Die Kreativ Gesellschaft entwickelt eine geeignete cross-sektorale Plattform und Formate und hat hierfür gemeinsam mit der Kulturbehörde bereits Mittel der Europäischen Union eingeworben, um diese interdisziplinären Formen der Zusammenarbeit weiter nutzbar zu machen.

- ***Kreativwirtschaft und Ausbildung***

Da im Bereich der Kreativwirtschaft besonders viele selbständig tätig sind, gibt es hier einen besonderen Bedarf an der Vermittlung unternehmerischen Wissens. Ebenfalls groß ist der Bedarf an Fachkräften. Die Kreativ Gesellschaft bietet deshalb eine Reihe von niedrigschwelligen Weiterbildungsformaten an und setzt sich dafür ein, dass entsprechende Angebote in das Curriculum von Berufsfachschulen und Hochschulen aufgenommen werden.

- ***Wissenschaft und Forschung***

Akteurinnen und Akteure der Kreativwirtschaft nutzen Erkenntnisse der Forschung und Wissenschaft bislang zu wenig. Die Kreativ Gesellschaft wird deshalb die Vernetzung von Hochschulen und Kreativwirtschaft sowie den Austausch zwischen ihnen weiter befördern.

- ***Förderung der kleinen Strukturen***

Die kleinen Strukturen prägen die Kreativwirtschaft deutlich und unterscheiden sie maßgeblich von anderen Branchen. Diese zu fördern bleibt ein weiterer Schwerpunkt der Hamburg Kreativ Gesellschaft. Da die kleinen Strukturen in der Regel nicht für die gängigen Finanzierungsmodelle geeignet sind, ist Crowdfunding eine gute Alternative. Mit „Nordstarter“ hat die Hamburg Kreativ Gesellschaft bereits eine eigene regionale Crowdfunding-Plattform etabliert, über die in den letzten fünf Jahren bereits mehr als zwei Millionen Euro für kreative Projekte gesammelt wurden.

Daneben beschäftigt sich die Kreativ Gesellschaft weiterhin mit der Frage, welche anderen adäquaten Finanzierungsformen es für die Branche geben kann.

- ***Markterschließung***

Für kleine Unternehmen ist die Erschließung internationaler Märkte für ihre Leistungen und Produkte oft mit einem großen finanziellen Aufwand und Risiko verbunden. Um die Internationalisierung zu fördern unterstützt die Kreativ Gesellschaft kleine Unternehmen dabei, Messeauftritte zu realisieren.

- ***Gründer und Start-Ups***

Da die Tendenz zu Gründungen in der Kreativwirtschaft weiterhin ungebrochen ist, unterstützt die Kreativ Gesellschaft die Gründerinnen und Gründer intensiv vor, während und nach der Unternehmensgründung. Ziel dabei ist es, dass die neugegründeten Unternehmen auf einer soliden Basis

stehen und langfristig erfolgreich sind. Besondere Aufmerksamkeit bei dieser Art der Förderung gilt den Start-Ups, für die die Kreativ Gesellschaft weitere Förderformate entwickeln will.

- **Flächen und Immobilien**

Geeignete Flächen zu finden ist für die Akteurinnen und Akteure in der Kreativwirtschaft oftmals noch immer entscheidend für den Erfolg ihres Unternehmens. Zwischen 2011 und 2014 ist es der Kreativ Gesellschaft gelungen, Flächen von insgesamt mehr als 50.000 Quadratmeter für die Hamburger Kreativwirtschaft zu erschließen und zu vermitteln. Zuletzt konnte im Juli 2016 mit dem Hochwasserbassin ein großes Objekt an die Nutzer übergeben werden. Die Erschließung von geeigneten Immobilien für die Kreativwirtschaft wird auch in den nächsten Jahren eine Kernaufgabe der Kreativ Gesellschaft bleiben.

### **Rückfragen der Medien**

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Jean Rehders

Telefon: 040 / 879 798-16

E-Mail: [Jean.Rehders@kreativgesellschaft.org](mailto:Jean.Rehders@kreativgesellschaft.org)

Enno Isermann | Pressestelle

Telefon: (040) 428 24-207

E-Mail: [enno.isermann@kb.hamburg.de](mailto:enno.isermann@kb.hamburg.de)

Internet: [www.hamburg.de/kulturbehoerde](http://www.hamburg.de/kulturbehoerde)