INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Be Creative!
Herausforderungen und Trends für die Kultur- und Kreativwirtschaft 2011

Marktanalyse der International School of Management in Zusammenarbeit mit ecce

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

ecce european centre for creative economy

Prof. Dr. Julia Frohne

Hintergrund

Die **International School of Management** (ISM) ist eine private staatlich anerkannte Hochschule mit Sitz in Dortmund, Frankfurt, München und Hamburg. Sie bildet Nachwuchskräfte für die internationale Wirtschaft aus. Das Studienprogramm umfasst je fünf Bachelor-Studiengänge und Masterstudiengänge sowie drei MBA-Programme. Alle Studiengänge der ISM zeichnen sich durch Internationalität und Praxisorientierung aus. Dabei arbeitet die ISM mit Kooperationen mit Unternehmen, Projekten in Kleingruppen sowie integrierten Auslandssemestern an über 130 Partneruniversitäten.

Prof. Dr. Julia Frohne ist Studiengangsleiterin des Bachelors „Psychology & Management“ an der ISM und war zuvor als Marketing Direktorin bei der RUHR.2010 GmbH in Essen sowie zehn Jahre lang bei dem internationalen Beratungsunternehmen KPMG und sechs Jahre als Großkundenberaterin für die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft tätig. Neben der Lehre in Wirtschaftspsychologie, Tourismus und Marketing liegen ihre Forschungsschwerpunkte in Markt- und Werbewirkungsstudien im Dienstleistungssektor (z.B. Tourismus, Kultur, Kreativwirtschaft, Versicherungen, Medien), Zielgruppenforschung und Konsumentenverhaltensforschung.

Das **Trendbarometer** entstand im Sommersemester 2011 als Kooperationsprojekt zwischen ecce und der ISM im Rahmen eines studentischen Workshops.

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Agenda

- Intention
- Fragestellungen
- Methodische Vorgehensweise
- Methodischer Steckbrief
- Demographische Auswertung
- Ergebnisse
- Zusammenfassung

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Agenda

- **Intention**
- Fragestellungen
- Methodische Vorgehensweise
- Methodischer Steckbrief
- Demographische Auswertung
- Ergebnisse
- Zusammenfassung

Aufgabe

Erstellung eines Trendbarometers zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr

Ziel

- Überprüfung der Branchenentwicklung und Beschäftigungssituation
- Bewertung der aktuellen Lage
- Darstellung strategischer Ziele innerhalb der Branche
- Ausarbeitung von Zukunftstrends

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Agenda

- Intention
- **Fragestellungen**
- Methodische Vorgehensweise
- Methodischer Steckbrief
- Demographische Auswertung
- Ergebnisse
- Zusammenfassung

Fragestellungen

1. Wird das Ruhrgebiet als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft weiterhin an Bedeutung gewinnen?

2. Ist der allgemeine positive konjunkturelle Aufschwung auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet zu erkennen und wie wirkt sich dieser aus?

3. Wird die Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet als Arbeitgeber zukünftig an Bedeutung gewinnen?

4. Welche Prioritäten und Trends werden als besonders wichtig für die Kultur- und Kreativwirtschaft gesehen und welche Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen gibt es?

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Fragestellungen

5. Welche Unterstützungsmaßnahmen sind zur Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft erforderlich?

6. Welche Impulse wurden für die nachhaltige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die Kulturhauptstadt RUHR.2010 gesetzt?

7. Werden die Kreativ.Quartiere als zusätzlicher Beitrag zur Weiterentwicklung des Standorts Metropole Ruhr gesehen?

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Agenda

- Intention
- Fragestellungen
- **Methodische Vorgehensweise**
- Methodischer Steckbrief
- Demographische Auswertung
- Ergebnisse
- Zusammenfassung

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Methodische Vorgehensweise

Kickoff Veranstaltung	05.04.2011

Informationsbeschaffung Fragebogenerstellung	Deadline 20.04.2011

Fragebogeneingabe in Inquery Pretest Umfragedurchführung	Deadline 18.05.2011

Auswertung Ergebnisinterpretation	Deadline 31.05.2011

Abschlusspräsentation	Deadline 07.06.2011

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Agenda

- Intention
- Fragestellungen
- Methodische Vorgehensweise
- **Methodischer Steckbrief**
- Demographische Auswertung
- Ergebnisse
- Zusammenfassung

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Methodischer Steckbrief

Erhebungsform	Online Umfrage mittels Inquery
Ort der Befragung	Metropole Ruhr und angrenzendes Umland
Grundgesamtheit	ca. 6000 Unternehmen/Mitarbeiter der Kultur- und Kreativwirtschaft
Rücklauf/Stichprobe	221 / davon 177 verwertbar
Erhebungsinstrument	Standardisierter Fragebogen mit geschlossenen und offenen Antwortkategorien
Befragungszeitraum	05.05.11-18.05.11
EDV - Auswertung	SPSS for Windows 17.0

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

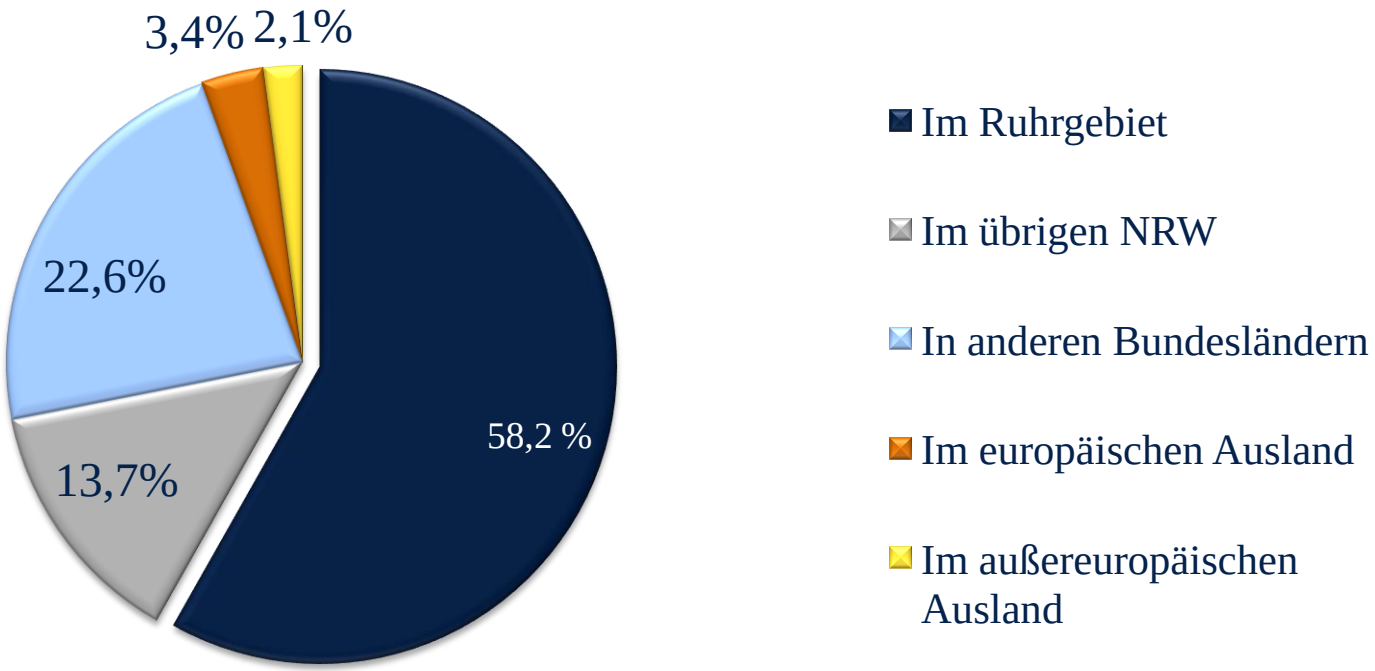
Agenda

- Intention
- Fragestellungen
- Methodische Vorgehensweise
- Methodischer Steckbrief
- **Demographische Auswertung**
- Ergebnisse
- Zusammenfassung

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Geburtsort der befragten Personen

Wo sind Sie geboren?



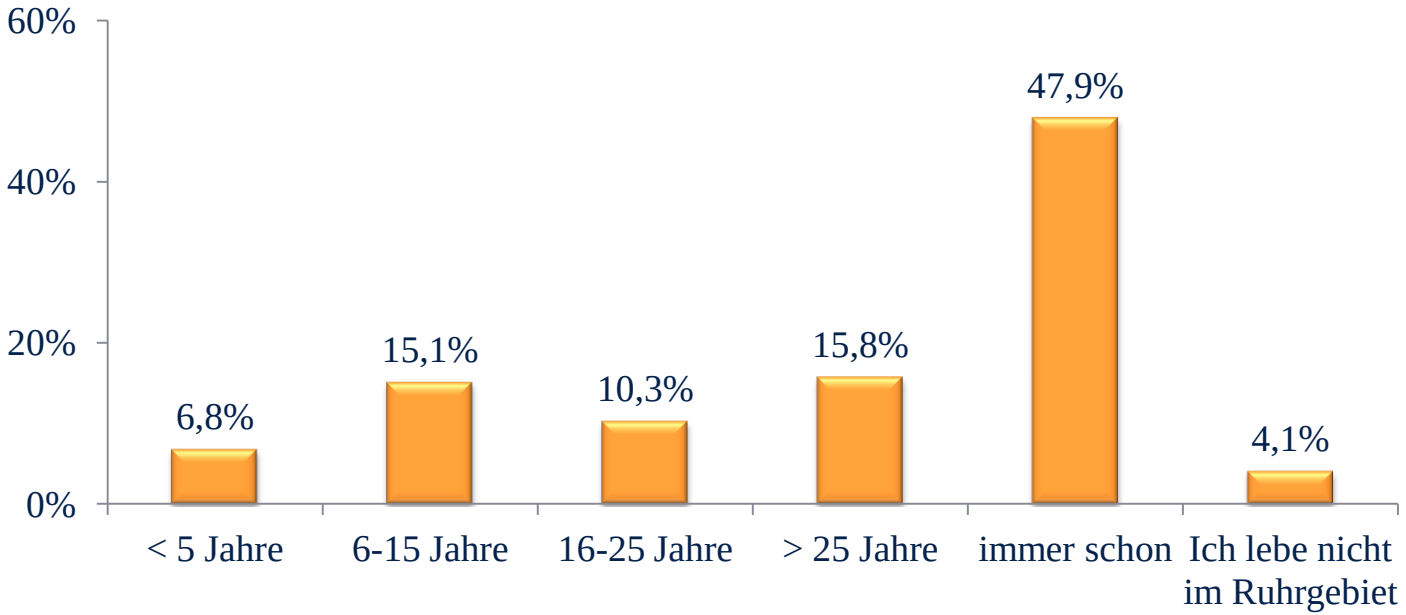
Auf Basis aller befragten Personen

Stark regional geprägte Kultur- und Kreativszene

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Aufenthaltsdauer im Ruhrgebiet

Wie lange leben Sie schon im Ruhrgebiet?



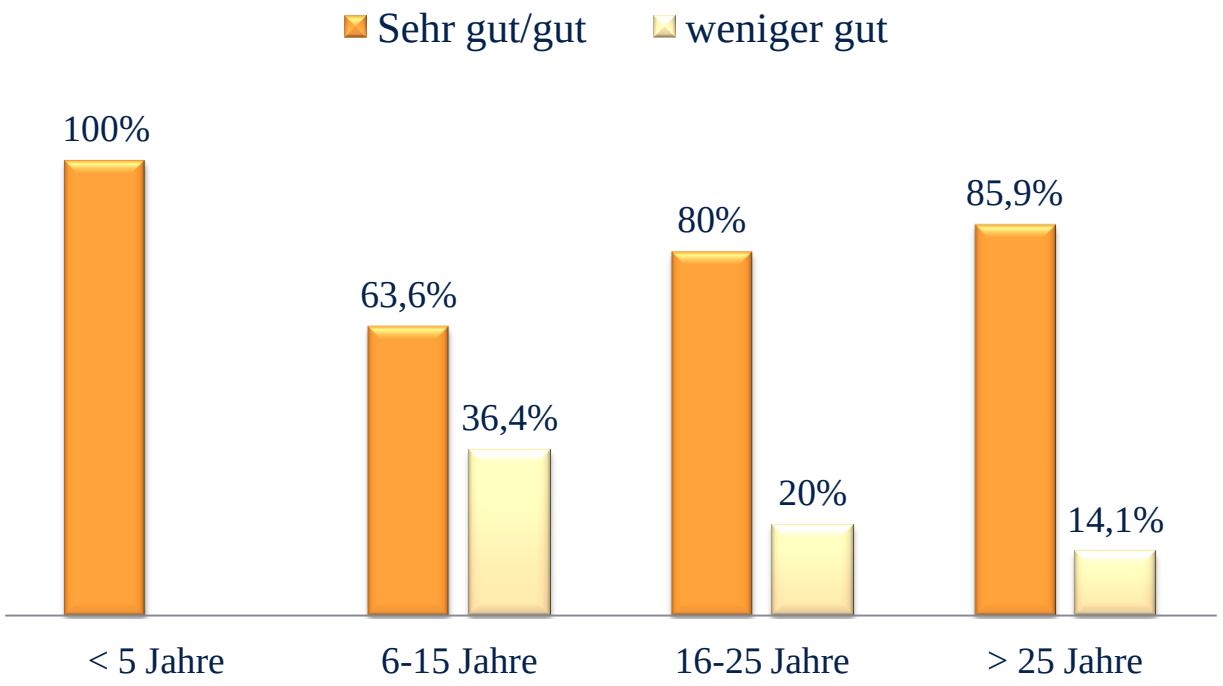
Auf Basis aller befragten Personen

63,7 % der Befragten leben länger als 25 Jahre im Ruhrgebiet

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Zukunftspotenzial Ihres Aufenthaltsortes

Wie lange leben sie im Ruhrgebiet und wie bewerten Sie das Potential?



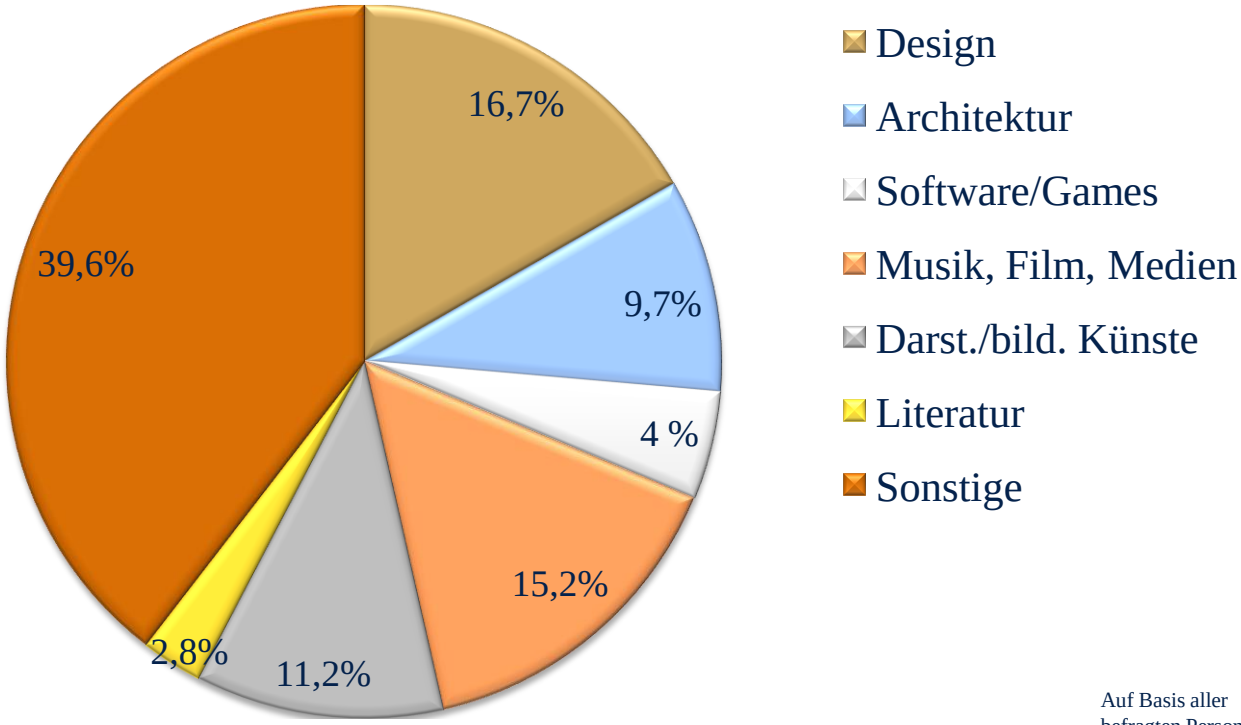
Auf Basis aller befragten Personen

Zukunftspotential sehr positiv laut denjenigen, die sich in den letzten 5 Jahren für den Standort entschieden haben

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Branchenverteilung

In welcher Branche sind Sie tätig?



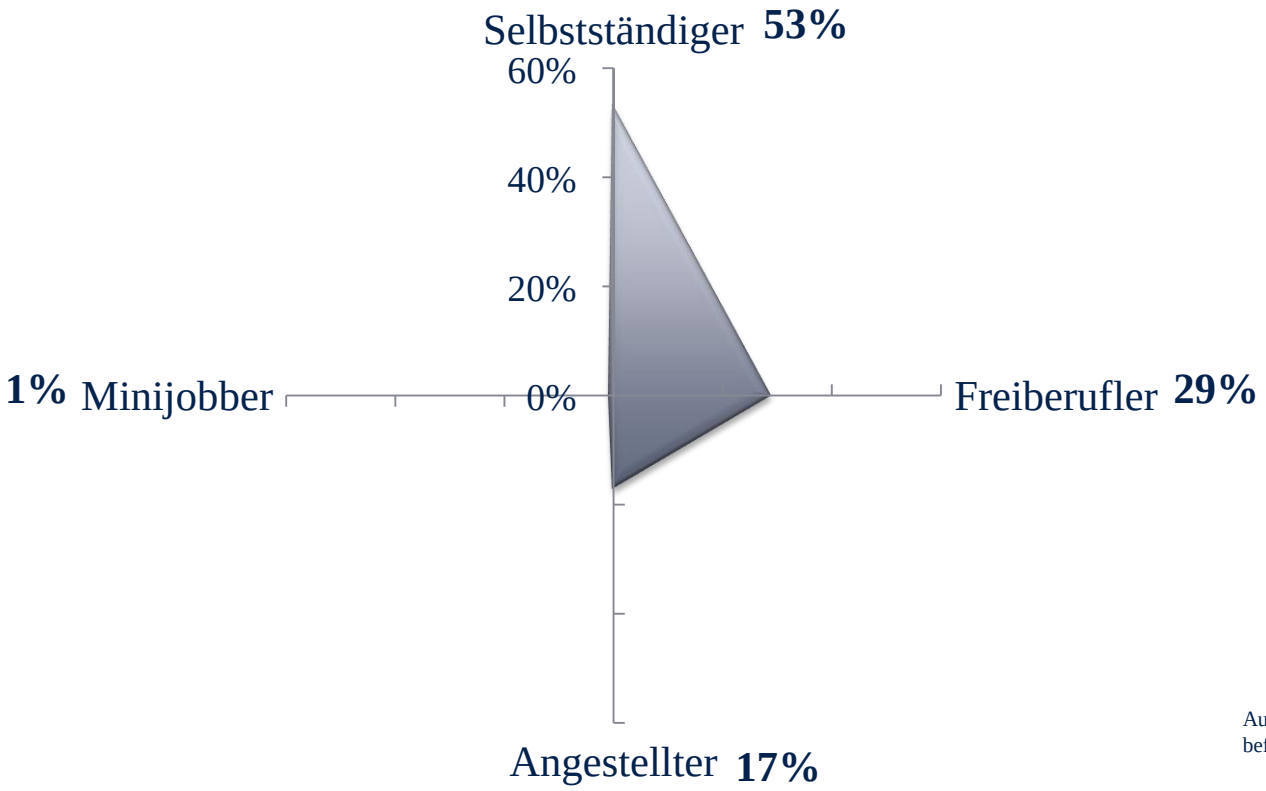
Auf Basis aller befragten Personen

Unter den Befragten ist die Design- und Medienbranche am stärksten vertreten

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Art der beruflichen Tätigkeit

Sie sind in dem Unternehmen tätig als…



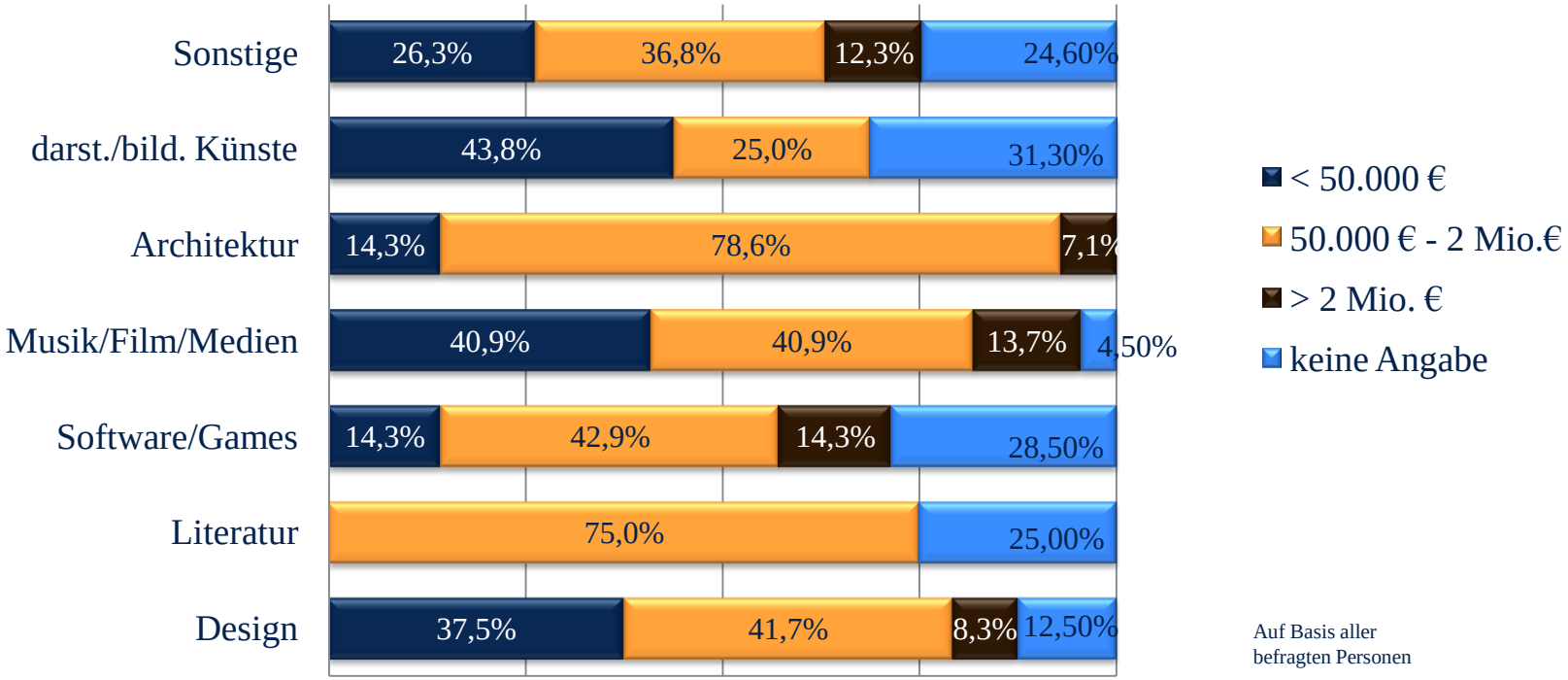
Auf Basis aller befragten Personen

Viele Selbstständige und Freiberufler unter den Befragten

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Umsatz

Wie hoch ist Ihr jährlicher Umsatz?



Auf Basis aller befragten Personen

Heterogene Umsatzstruktur in den einzelnen Branchen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Unternehmensstandort

An welchem Standort ist Ihr Unternehmen ansässig?

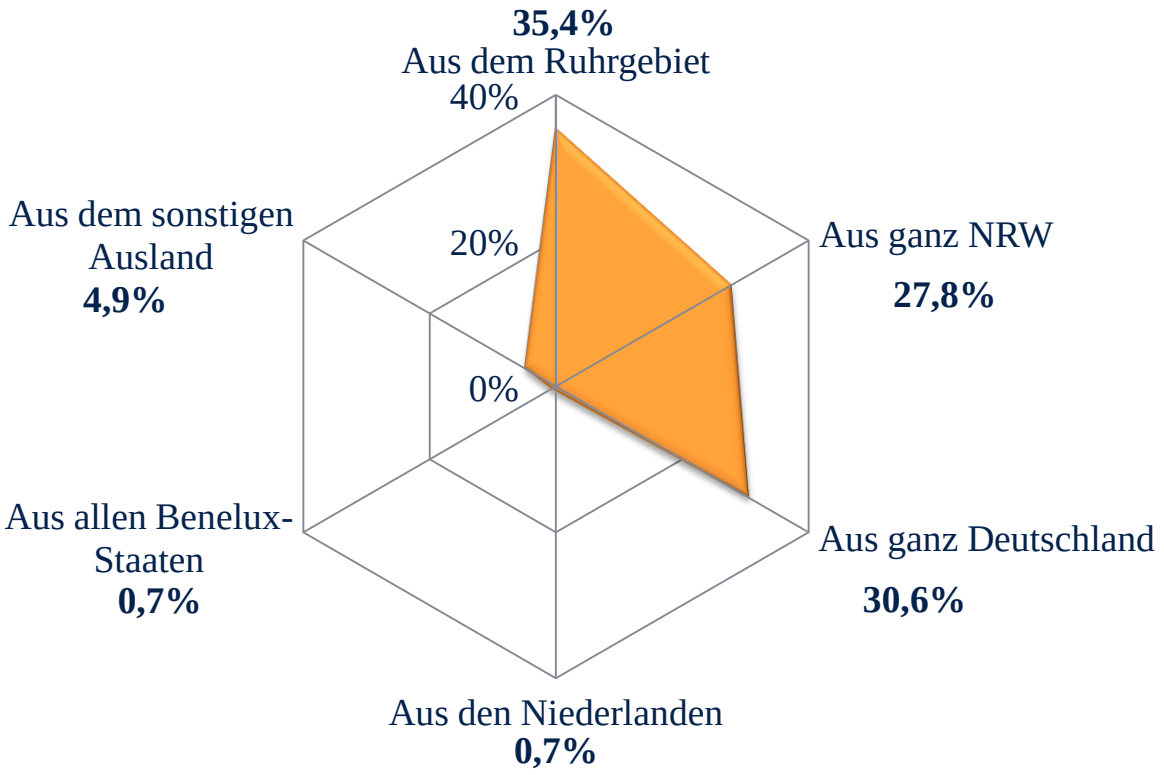
Auf Basis aller befragten Personen

Mehrzahl der Befragten ist im Kreis Dortmund und Essen ansässig

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Herkunft der Kundschaft

Woher kommt der überwiegende Anteil Ihrer Kunden



Auf Basis aller befragten Personen

Überwiegend nationale Kundschaft, an das Ruhrgebiet angrenzende Nachbarstaaten gehören nicht zur Kundschaft

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Der Prototyp

- 44,5 Jahre
- selbstständig/freiberuflich tätig
- jährlicher Umsatz von 50.000 € - 2 Mio. €
- im Ruhrgebiet geboren und lebend
- arbeitet mit nationalen Kunden

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Agenda

- Intention
- Fragestellungen
- Methodische Vorgehensweise
- Methodischer Steckbrief
- Demographische Auswertung
- **Ergebnisse**
- Zusammenfassung

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

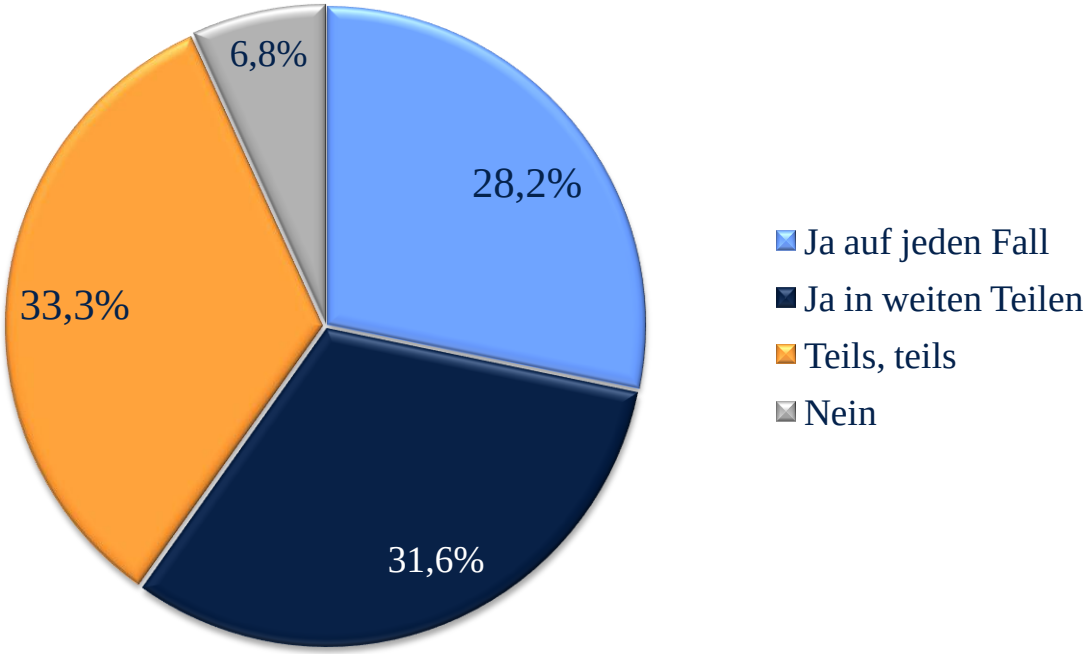
Ergebnisse

- Attraktivität und Zukunftspotenzial des Standorts „Ruhrgebiet“
- Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation
- Einfluss von Trends und die Weiterentwicklung der Unternehmen in der Kultur- und Kreativbranche
- RUHR.2010 und Kreativ.Quartiere

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Attraktivität und Zukunftspotenzial des Ruhrgebiets

Ist das Ruhrgebiet gegenüber anderen Metropolen der Kultur- und Kreativwirtschaft künftig **konkurrenzfähig**?



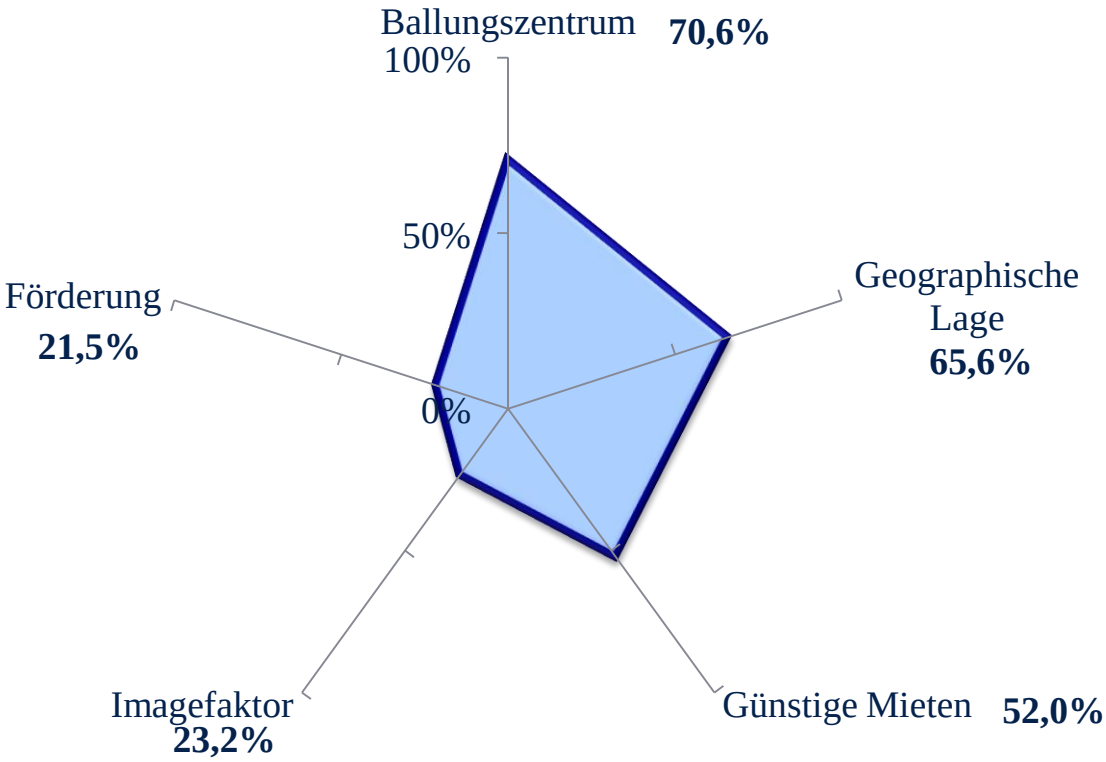
Auf Basis aller befragten Personen

Das Ruhrgebiet kann mit anderen Metropolen wie Amsterdam oder Berlin mithalten → Ruhrgebiet ist konkurrenzfähig

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Attraktivität und Zukunftspotenzial des Ruhrgebiets

Warum haben Sie sich für das Ruhrgebiet **als Standort entschieden**?

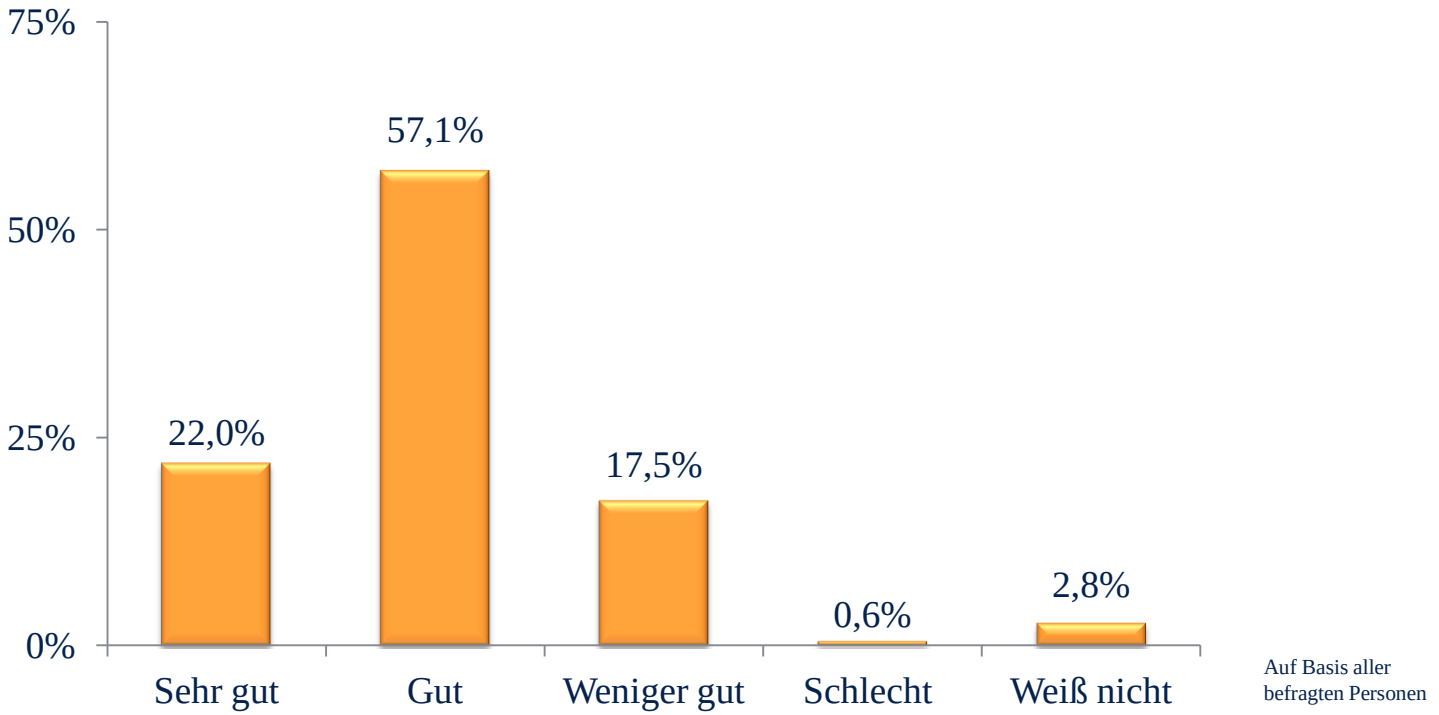


Auf Basis aller befragten Personen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Attraktivität und Zukunftspotenzial des Ruhrgebiets

Wie bewerten Sie das **Zukunftspotential des Standortes Ruhr** für Ihr Unternehmen?



Das Ruhrgebiet hat gute Zukunftsaussichten, sich weiter als Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu etablieren

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Attraktivität und Zukunftspotenzial des Ruhrgebiets

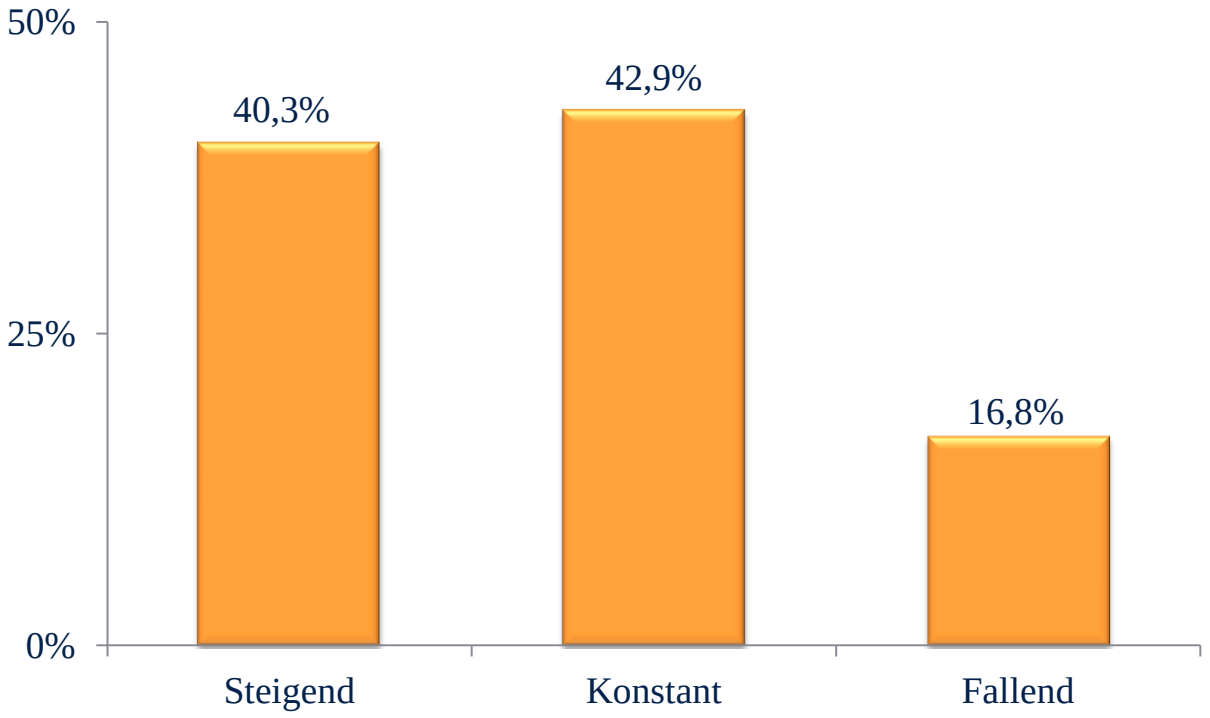
Fazit

- Konkurrenzfähig gegen über anderen Metropolen
- Argumente für den Standort Ruhrgebiet:
  - Ballungszentrum
  - Günstige Mieten
  - Geographische Lage
- Gutes Zukunftspotenzial laut der Befragten aus der Kultur- und Kreativwirtschaft

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation

Wie hat sich der **Umsatz** Ihres Unternehmens (vor Steuern) im **Jahr 2010** entwickelt?

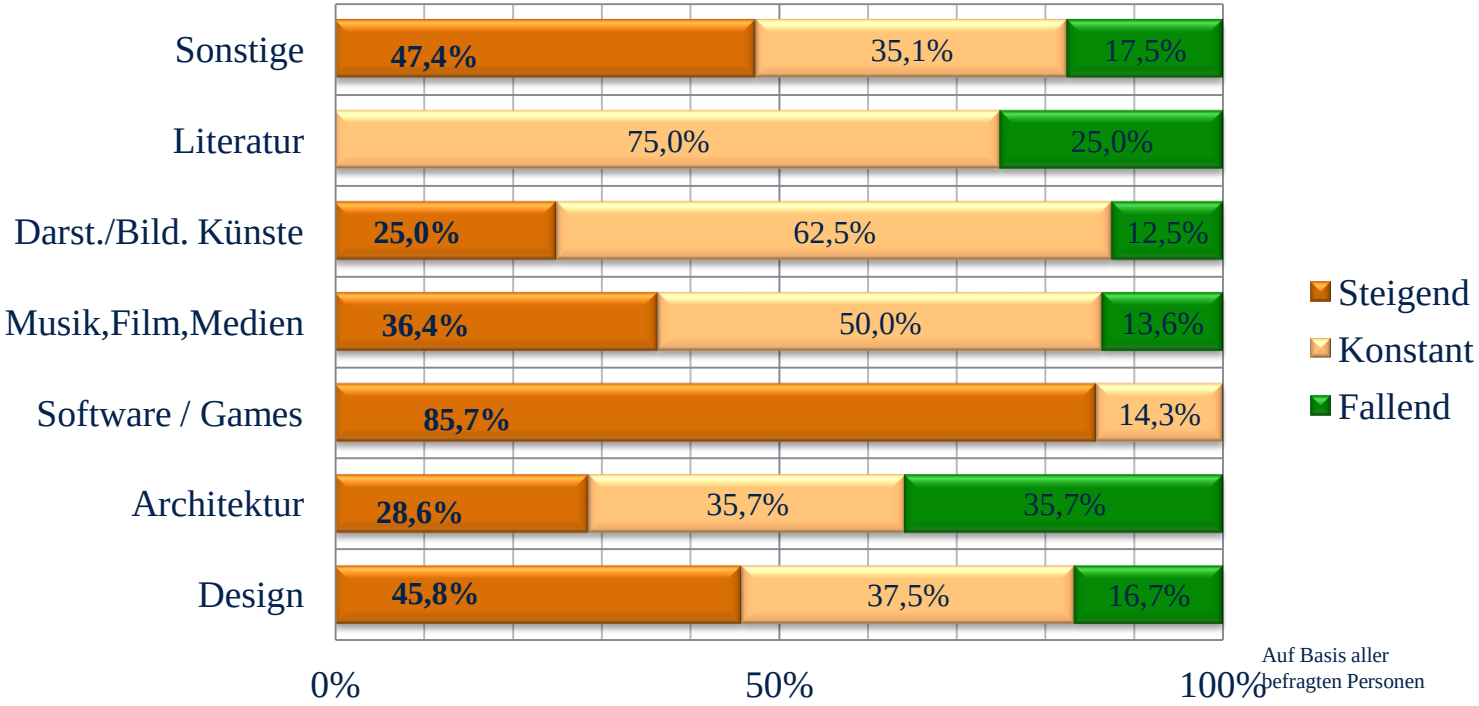


Auf Basis aller befragten Personen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation

Wie hat sich Ihr **Umsatz in 2010** entwickelt? Bzgl. Branchenverteilung



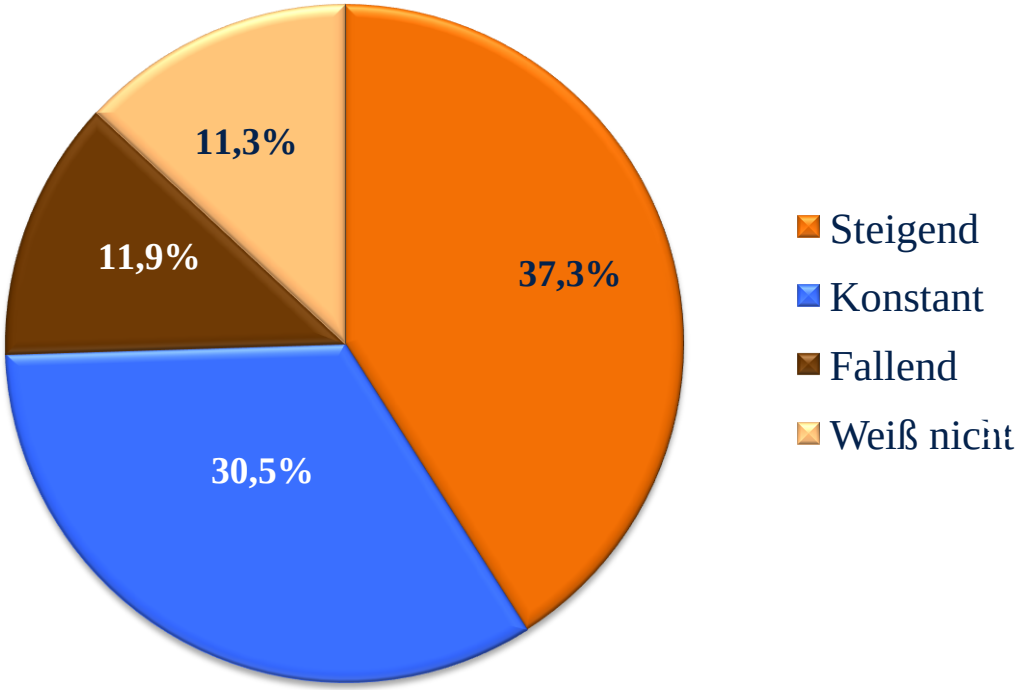
Auf Basis aller befragten Personen

Besonders positive Entwicklung in der Software/Games- und der Designbranche.

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation

Wie glauben Sie wird sich der **Umsatz** in Ihrem Unternehmen im **Jahr 2011** entwickeln?



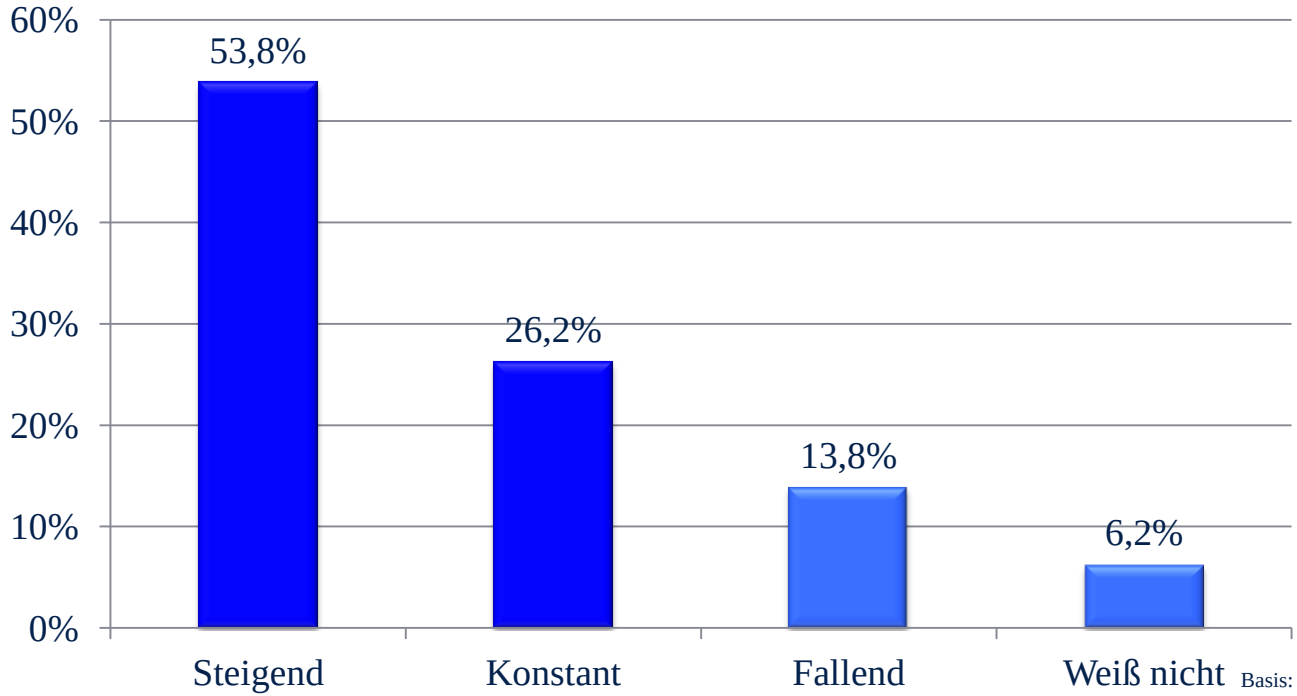
Auf Basis aller befragten Personen

Positive Einschätzung der Umsatzentwicklung für 2011

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation

Wie glauben Sie wird sich der Umsatz in Ihrem Unternehmen im Jahr 2011 entwickeln? (Basis: Umsatz in 2010 war steigend - 40,3%)



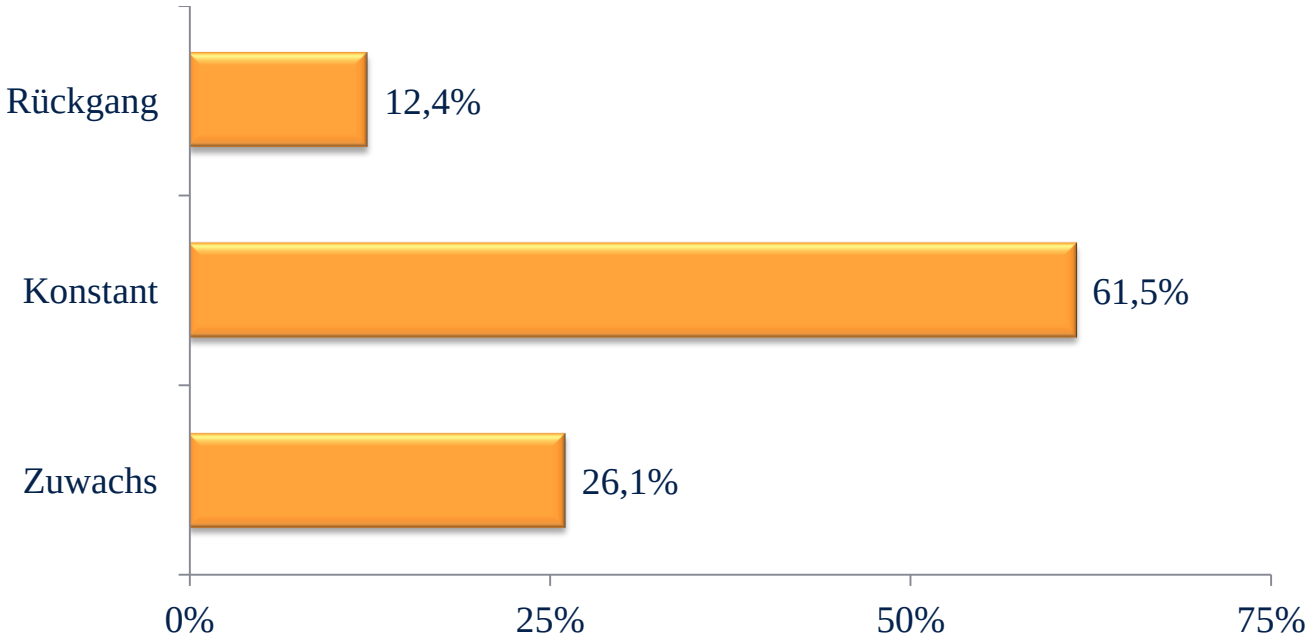
Basis: alle Befragten mit steigenden Umsätzen

Unternehmen, die im Jahr 2010 schon einen steigenden Umsatz erzielt haben, sehen weiterhin positiv in die Zukunft

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation

Wie hat sich die **Beschäftigungssituation** in Ihrem Unternehmen im **Jahr 2010** entwickelt?



Auf Basis aller befragten Personen

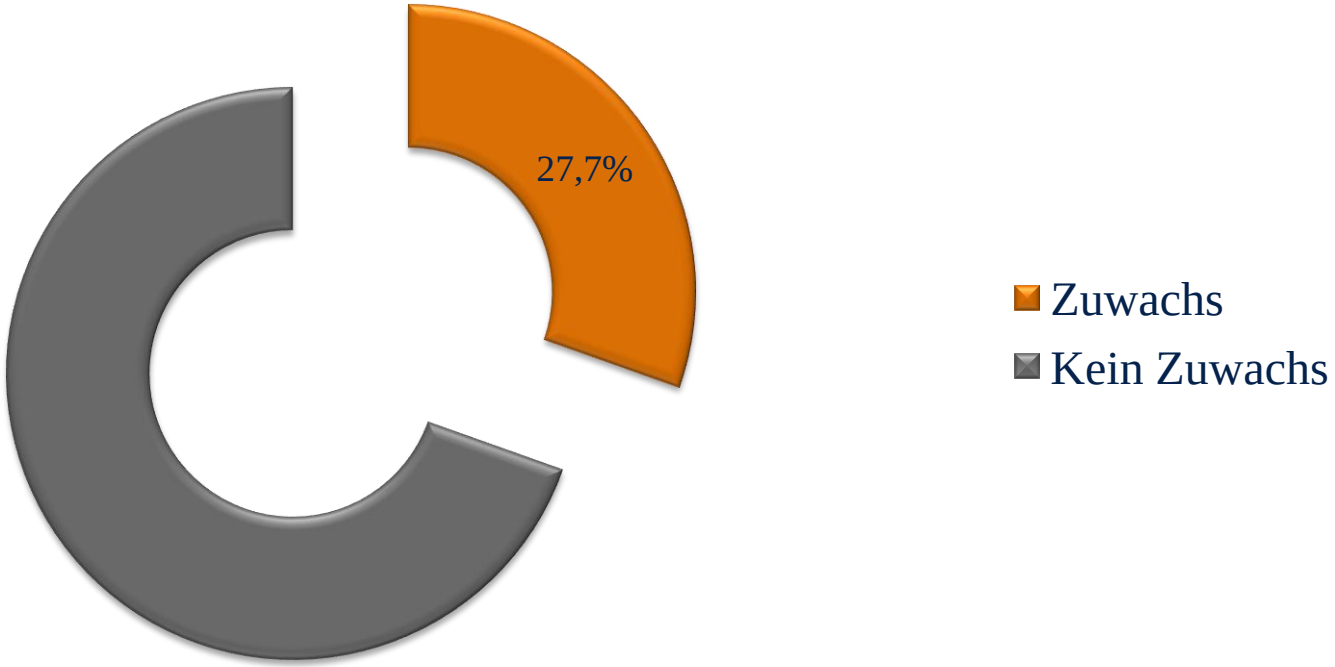
2010 ist eine überwiegend stagnierende bis positive Entwicklung im Bereich der Beschäftigung zu verzeichnen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation

Planen Sie in **2011** die Zahl Ihrer **Beschäftigten zu erweitern**?



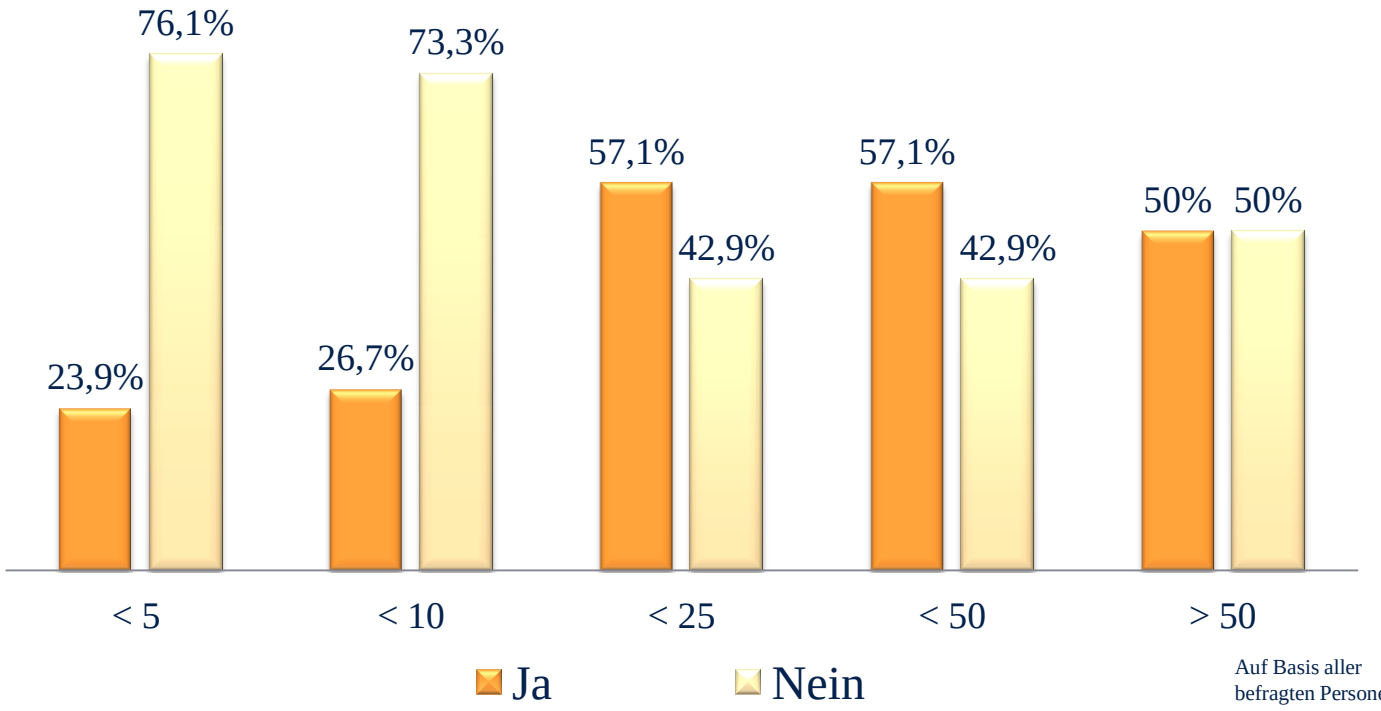
Auf Basis aller befragten Personen

2011 ist ein Zuwachs an Beschäftigten in jedem dritten Unternehmen geplant

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Beschäftigungssituation nach Unternehmensgröße

Wie viele Beschäftigte arbeiten in Ihrem Unternehmen und planen Sie diese Anzahl zu erweitern?



Auf Basis aller befragten Personen

Kleine Unternehmen sind zurückhaltender in der Erweiterung Ihrer Beschäftigtenzahl als Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeitern

Konjunkturelle Entwicklung und Beschäftigungssituation

Fazit

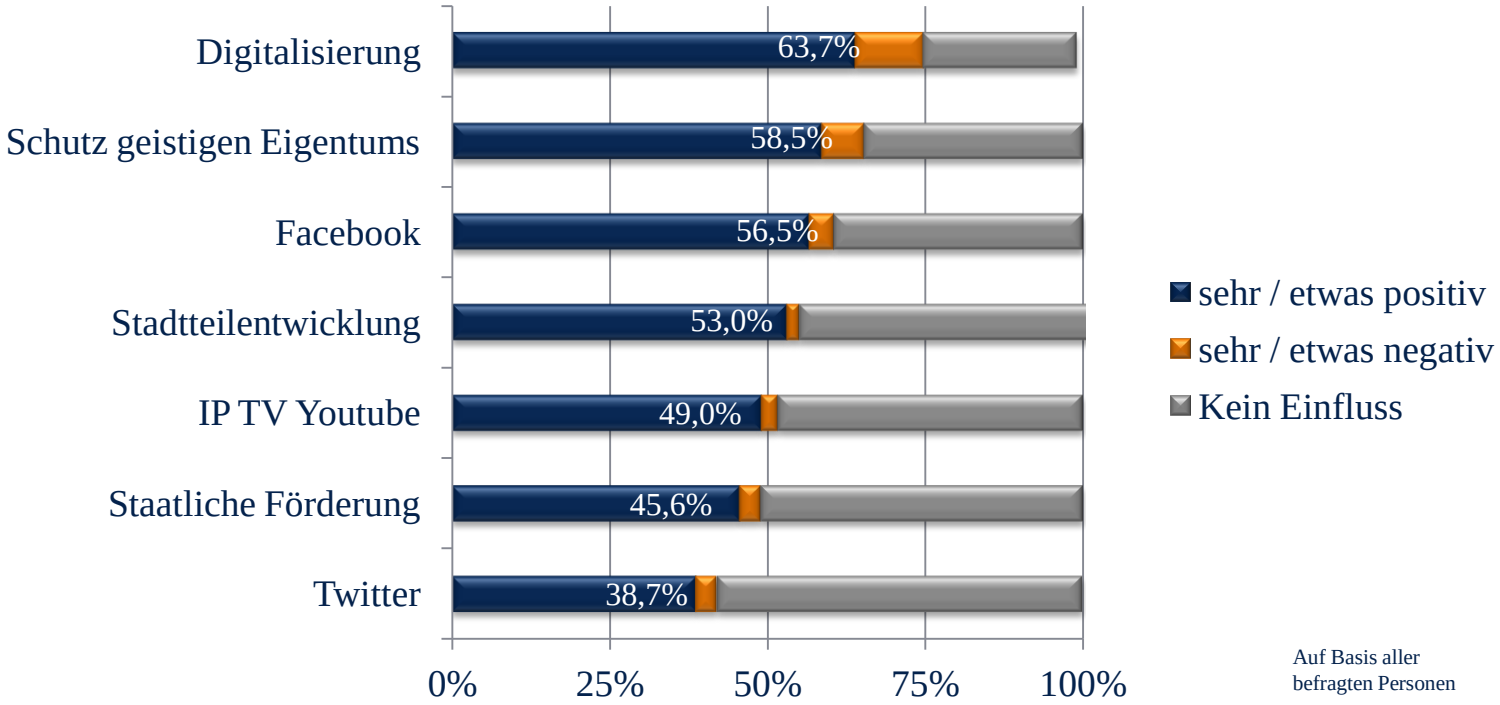
- Im Jahr 2010 → Konstanter sowie steigender Umsatz
- Größter Zuwachs :
  - Software/Games
  - Sonstige Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft
  - Design
- Besonders abfallender Umsatz → Literatur und Architektur
- Umsatzprognose wird als positiv und konstant angegeben
- Beschäftigungssituation im 2010 war konstant
  → Ein Drittel möchte erweitern; besonders im Mittelstand

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Einfluss von Trends auf die Weiterentwicklung

Was denken Sie, welchen **Einfluss die folgenden Trends** auf die **weitere Entwicklung** Ihres Unternehmens haben werden?



Auf Basis aller befragten Personen

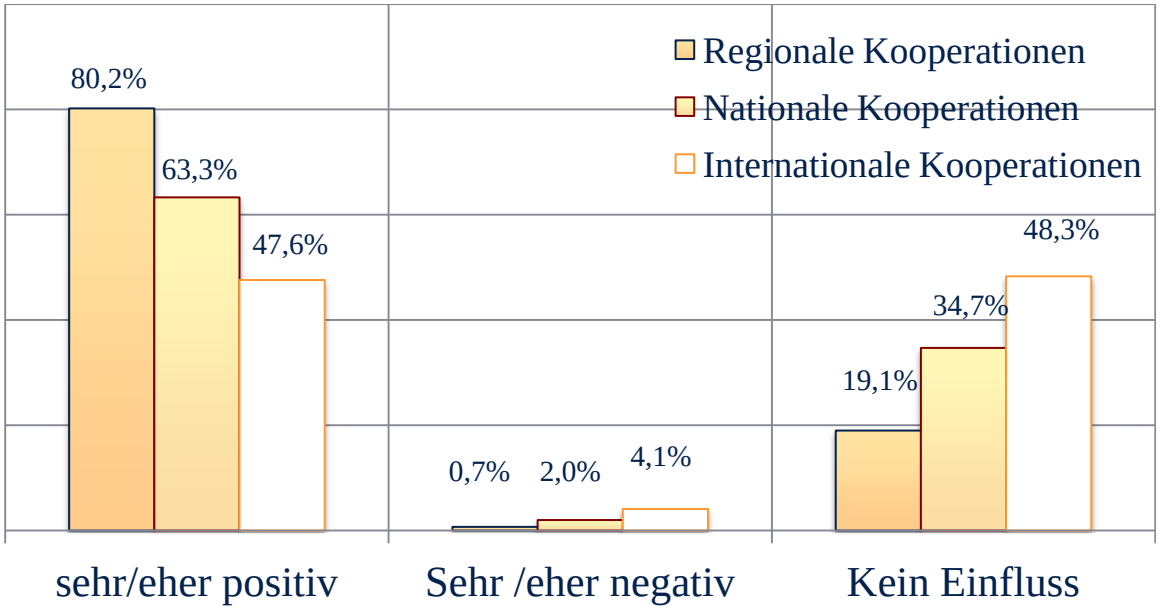
Der größte Einfluss auf die Weiterentwicklung des Unternehmens wird in der Digitalisierung, bei Social Media und im Schutz geistigen Eigentums gesehen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Einfluss von Trends auf die Weiterentwicklung

Was denken Sie, welchen **Einfluss** die folgenden Trends **auf die weitere Entwicklung** Ihres Unternehmens haben werden? → **Kooperationen**



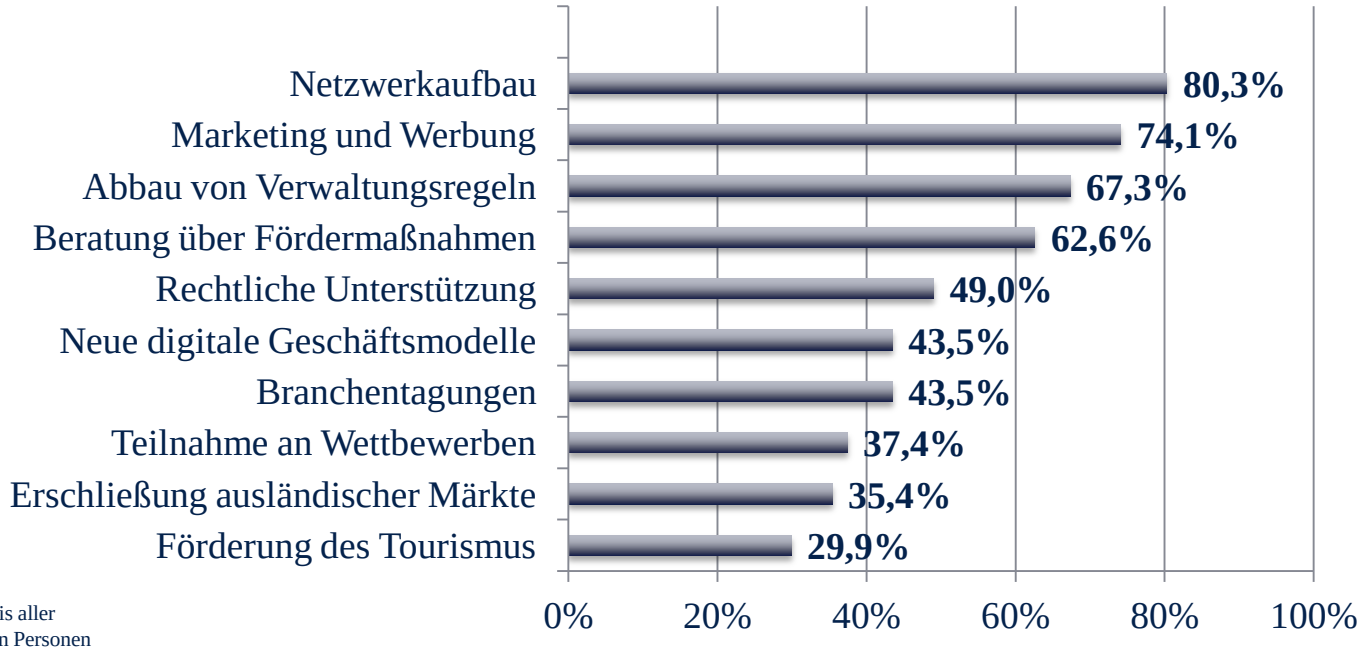
Auf Basis aller befragten Personen

In regionalen Kooperationen ist ein besonders positiver Einfluss auf die Kultur- und Kreativwirtschaft zu sehen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Einfluss von Trends und die Weiterentwicklung

In welchen Bereichen wünschen Sie sich **mehr Unterstützung** im Hinblick auf die weitere Entwicklung Ihres Unternehmens?



Auf Basis aller befragten Personen

Netzwerkaufbau und Marketingarbeit werden als wichtige Unterstützungsbereiche angesehen.

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Mehr Förderung und Engagement gewünscht

Welche Trends sind Ihrer Ansicht nach noch **besonders wichtig für die Kreativ- und Kulturwirtschaft** und welchen Einfluss haben sie?

Mehr kulturelle Events und kulturelles Engagement

Kommunikation/Gespräche von Mensch zu Mensch

Mehr und bessere kulturelle Bildung

Förderung für individuelle und ökologische Trends

Förderung durch Land und Kommune

Netzwerkerweiterung durch Social Media

Förderung regionaler Künstlergruppen & der freien Szene

Auf Basis aller befragten Personen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Einfluss von Trends und die Weiterentwicklung

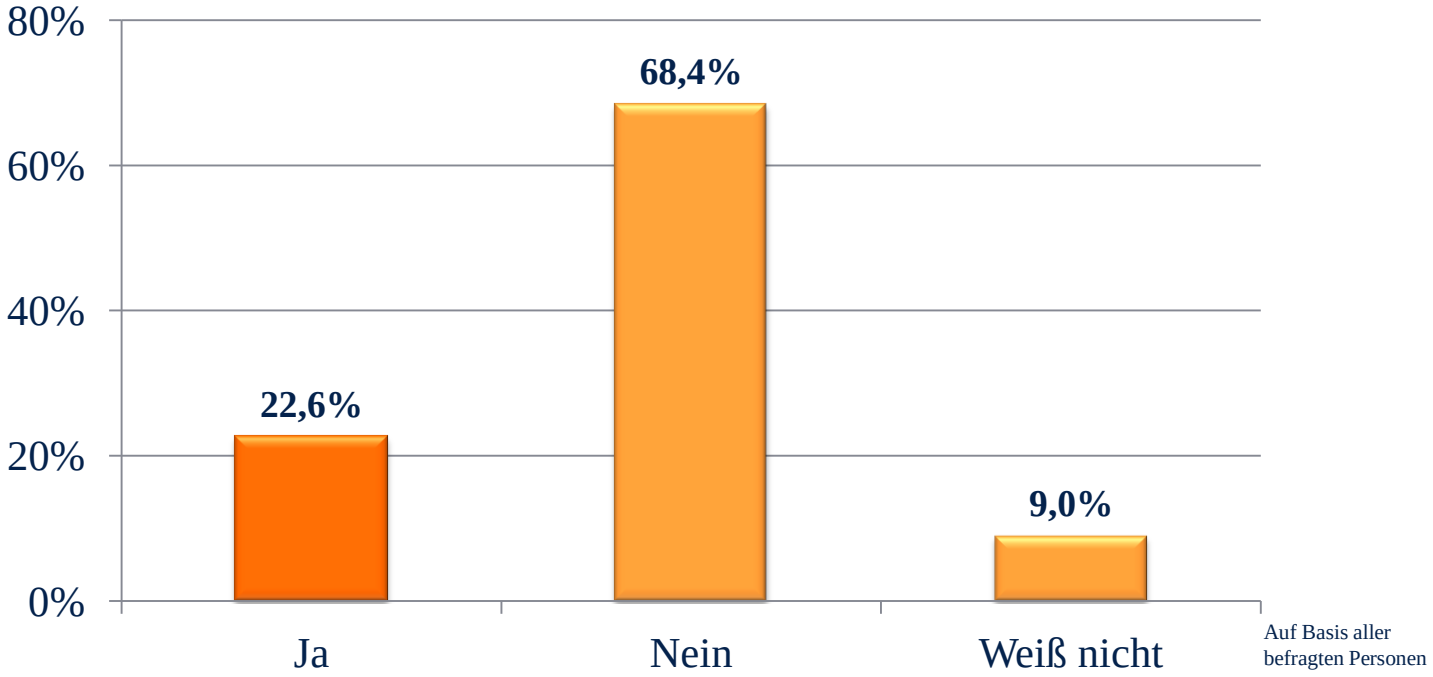
Fazit

- Digitalisierung- & Social Media-Trends vs. Schutz des geistigen Eigentums
- Besonders regionale, aber auch nationale Kooperationen üben positiven Einfluss aus
- Prioritäten in 2011/2012:
  - Auftragsakquise
  - Marketing
  - Gutes Personal
- Kultur- u. Kreativwirtschaft wünscht sich mehr Unterstützung:
  - Netzwerkaufbau
  - Marketing/Werbung
  - Abbau von Verwaltungsregeln
  - Beratung über Fördermaßnahmen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Impulse durch RUHR.2010

Hat Ihr Unternehmen von RUHR.2010 **profitiert**?

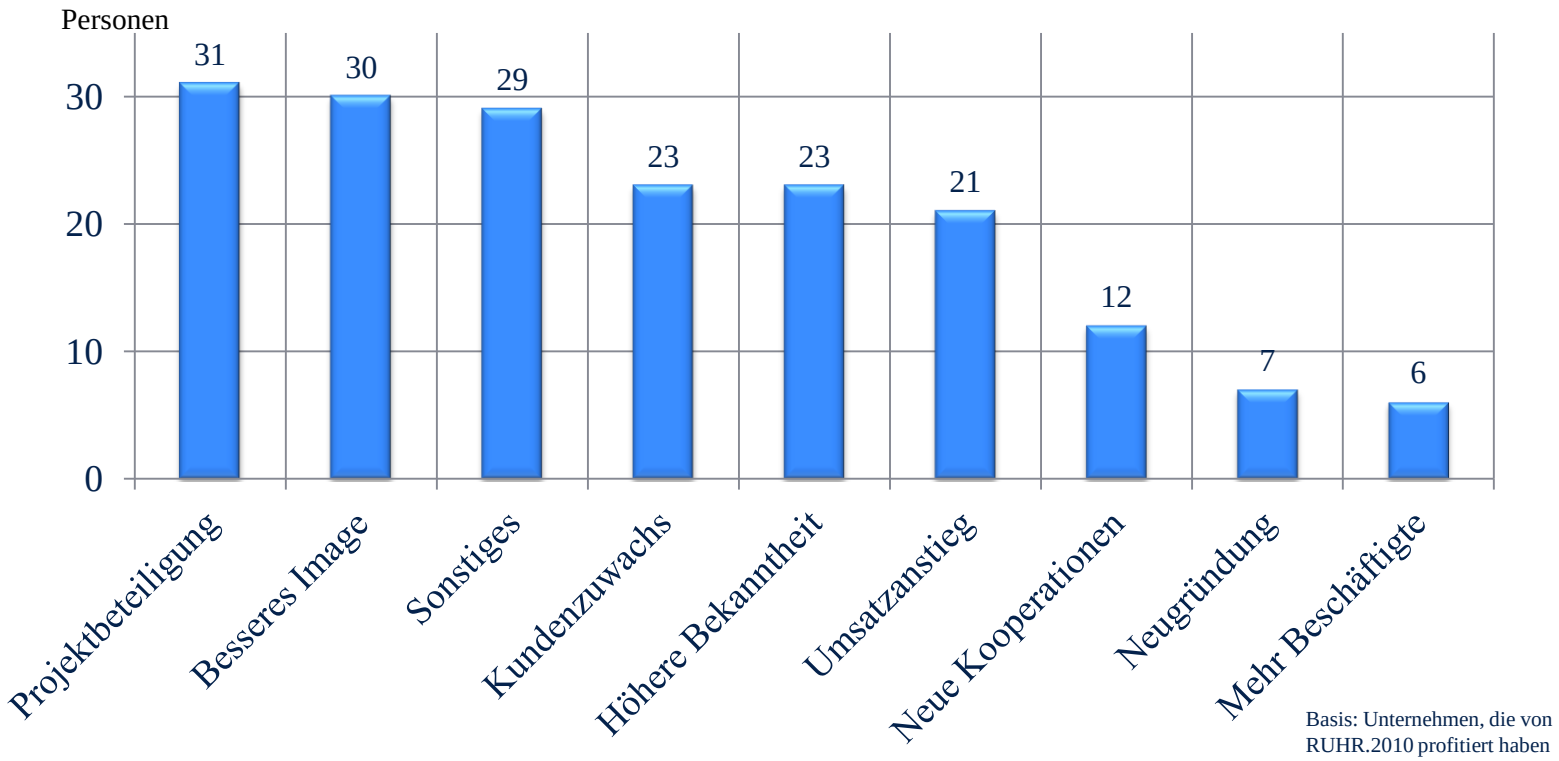


Jedes fünfte Unternehmen kann einen erhöhten Erfolg aufgrund von RUHR.2010 verzeichnen

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Impulse durch RUHR.2010

Inwiefern hat Ihr Unternehmen von RUHR.2010 **profitiert**?



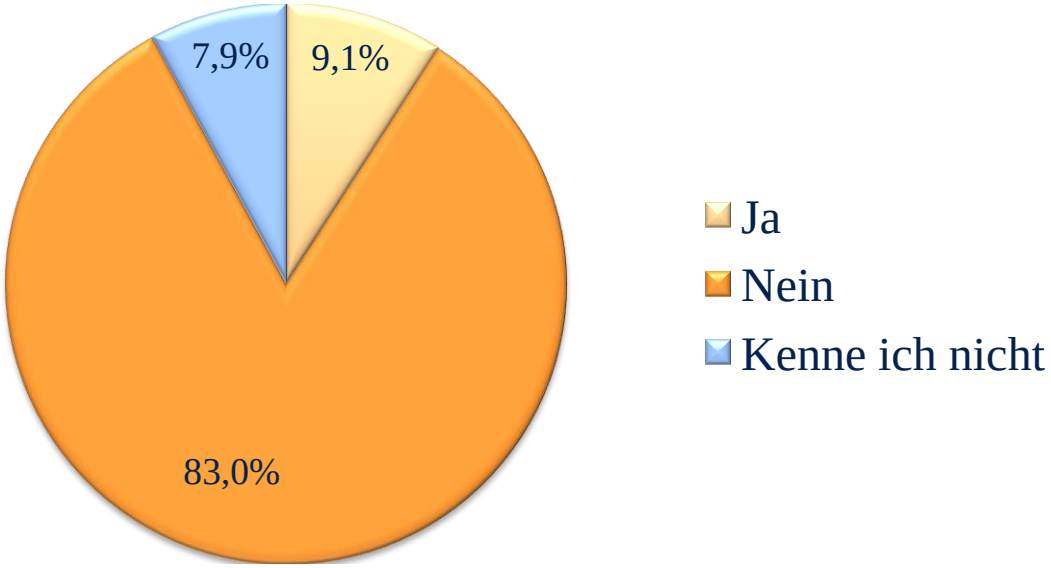
Basis: Unternehmen, die von RUHR.2010 profitiert haben

Durch RUHR.2010 haben die Unternehmen von Projektbeteiligungen, einem besseren Image und Kundenzuwachs profitiert

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Firmenstandort - Kreativ.Quartiere

Liegt Ihr **Firmenstandort** in einem **Kreativ.Quartier**?



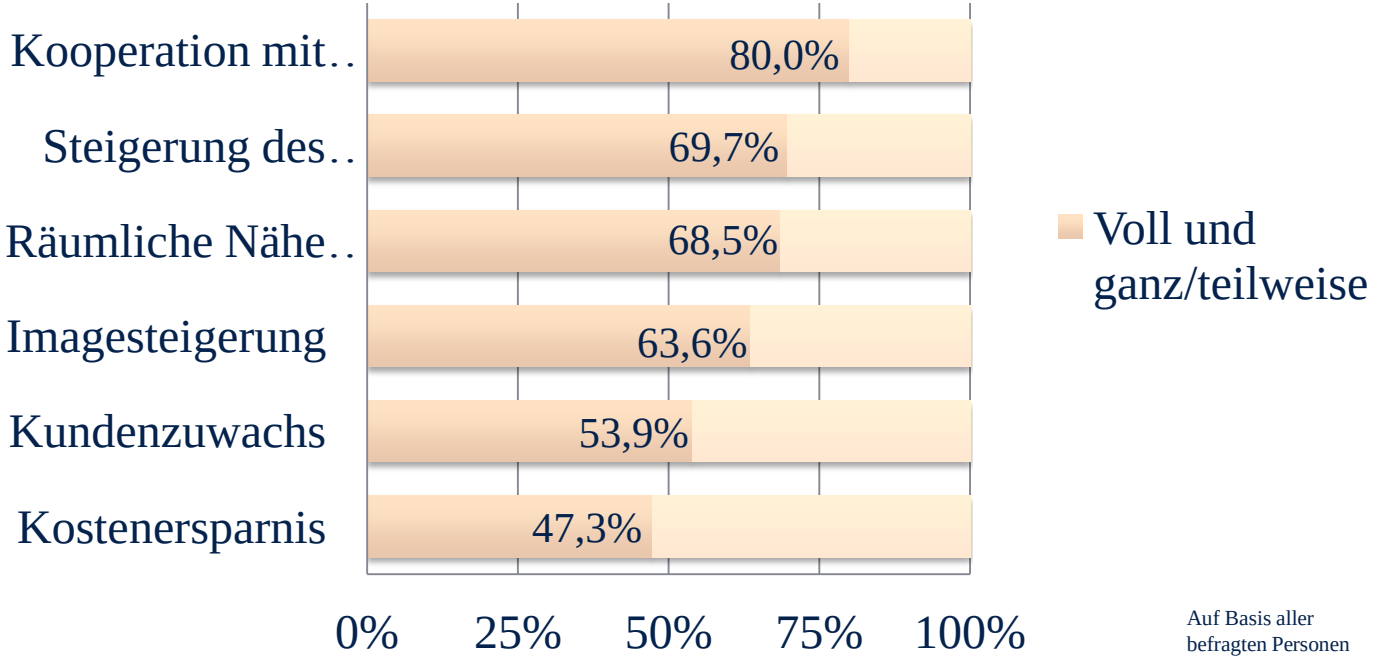
Auf Basis aller befragten Personen

Die meisten Unternehmen liegen (noch) nicht in einem der Kreativ.Quartiere, jedoch sind diese mehr als 90% der Befragten bekannt

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Gründe für Firmenstandort – Kreativ.Quartiere

Welche der folgenden Argumente sind für Sie entscheidend um sich in einem Kreativ. Quartier anzusiedeln?



Auf Basis aller befragten Personen

Regionale Kooperationen als auch Bekanntheitssteigerung sind wichtigere Argumente für die Ansiedlung als Kundenzuwachs und Kostenersparnis!

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Einfluss von Trends und die Weiterentwicklung

Fazit

- Jedes 5. Unternehmen hat von RUHR.2010 profitiert durch:
  - Projektbeteiligung
  - Besseres Image
  - Kundenzuwachs
  - Höheren Bekanntheitsgrad
- Kreativ.Quartiere sind bekannt, aber werden noch nicht genutzt
  - → Jedes 10. Unternehmen liegt in einem Kreativ.Quartier
  - → 90% kennen die Kreativ.Quartiere
- Für die Ansiedlung wären folgende Faktoren entscheidend:
  - Kooperationen mit anderen Unternehmen
  - Imagesteigerung
  - Kostenersparnis

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

Agenda

- Intention
- Fragestellungen
- Methodische Vorgehensweise
- Methodischer Steckbrief
- Demographische Auswertung
- Ergebnisse
- **Zusammenfassung**

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

1. **Wird das Ruhrgebiet als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft weiterhin an Bedeutung gewinnen?**

   → Ruhrgebiet ist konkurrenzfähig gegenüber anderen Metropolen

   → Ballungszentrum, geographische Lage und die günstigen Mieten machen das Ruhrgebiet besonders attraktiv für Unternehmen

   → Positiver Ausblick für die Zukunft als Firmenstandort

2. **Ist der allgemeine positive konjunkturelle Aufschwung auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet zu erkennen und wie wirkt sich dieser aus?**

   → Konjunktureller Aufschwung ist in der Umsatzentwicklung 2010 zu erkennen

   → wirkt sich besonders in der Software/Games-Branche aus

   → Positiv blickend auf die Umsatzprognose für 2011

3. Wird die Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet als Arbeitgeber zukünftig an Bedeutung gewinnen?

- → Konstante sowie steigende Beschäftigungszahlen in 2010
- → Kleine Unternehmen sind zurückhaltender in der Erweiterung des Personals im Vergleich zu größeren Unternehmen
- → Jedes dritte Unternehmen will einstellen

4. Welche Prioritäten und Trends werden als besonders wichtig für die der Kultur- und Kreativwirtschaft gesehen und welche Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen gibt es?

- → Im Vordergrund stehen Auftragsakquise, Marketing und gutes Personal
- → Regionale sowie nationale Kooperationen werden als wichtige Faktoren für die Weiterentwicklung gesehen
- → Digitalisierung, Schutz des geistigen Eigentums, Social Media sind im Fokus für die Weiterentwicklung des Unternehmens

INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT

5. Welche Unterstützungsmaßnahmen sind zur Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft erforderlich?

→ Fokus wird gelegt auf Netzwerkaufbau, Marketing, Abbau von Verwaltungsregeln sowie die Beratung über Fördermaßnahmen

→ mehr Unterstützung um Kultur in den Bereichen zu fördern: Nachhaltigkeit, Bildung, Events

6. Welche Impulse wurden für die nachhaltige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die Kulturhauptstadt RUHR.2010 gesetzt?

→ Jedes fünfte Unternehmen hat von der Kulturhauptstadt RUHR.2010 profitiert

→ Projektbeteiligungen, besseres Image und Kundenzuwachs waren die Erfolgsfaktoren

7. Werden die Kreativ.Quartiere als zusätzlicher Beitrag zur Weiterentwicklung des Standorts Metropole Ruhr gesehen?

→ Werden noch nicht genutzt, aber sind bei 90% bekannt

→ Gute Argumente für die Ansiedlung wären:

- Kooperationen mit anderen Unternehmen
- Imagesteigerung
- Kostenersparnis

ISM
International School
of Management
Otto-Hahn-Straße 19
44227 Dortmund
Tel.: 0231-975139-88

Frau Prof. Dr. Julia Frohne, Anne Jäger, Isabelle Hanke, Carola Kissel, Nina Adamaschek, Nadine König
Max Schimann, Christopher Wieseler, Friederike Kassmann, nicht auf dem Foto: Juliane Großmann