

PRESSEMITTEILUNG

KREATIVWIRTSCHAFT RUHR:

Prognos-Studie nimmt Unternehmen und Innovationspotenziale unter die Lupe

Wie kann man das Ruhrgebiet als einen attraktiven Standort für Kreative besser vermarkten und deren Potential besser für die Wirtschaft nutzen – das war eine der zentralen Fragen der heutigen Veranstaltung AUFTAKT Kreativwirtschaft Ruhr. Eingeladen hatten die Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH (wmr) und das European Centre for Creative Economy GmbH (ecce).

Die wmr und ecce wollten es dieses Mal ganz genau wissen und im Auftrag der wmr hat die Prognos AG den wirtschaftlichen Impetus von Kreativen auf Unternehmen im Ruhrgebiet untersucht. Diese Analyse wurde heute in Duisburg vorgestellt. Ergänzt wurde die quantitative Untersuchung um eine qualitative Analyse, die aus einer Onlinebefragung, Experteninterviews und einer Zukunftswerkstatt mit Vertretern aus der Kreativwirtschaft bestand. Insgesamt 170 Personen wurden befragt. So hat bisher keine Region in Deutschland seine Kreativunternehmen unter die Lupe genommen. Um über die zentralen Ergebnisse der Prognos-Studie zu diskutieren, kamen mehr als 170 regionale und überregionale Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung nach Duisburg.

In der regionalen Kreativwirtschaft gibt es 10.300 Selbstständige und Unternehmen und insgesamt 35.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. 2012 erwirtschafteten sie sechs Milliarden Euro Jahresumsatz, und damit rund zwei Prozent Anteil an der Gesamtwirtschaft. Damit erzielt das Ruhrgebiet im landes- und bundesweiten Vergleich zwar nur einen unterdurchschnittlichen Wert, die Attraktivität der Region als Standort für Kreativwirtschaft ist jedoch aus Sicht der Unternehmen gestiegen. Nur das nach wie vor schwache Image des Ruhrgebiets, so die einheitliche Meinung, wirke sich mitunter nachteilig auf die überregionale Akquise aus.

Und wo liegen die Stärken und Potenziale der Kreativwirtschaft? Die Prognos-Analyse belegt, dass sich die Teilbranchen Architektur, Design und Software-/Games-Industrie besonders erfolgreich und sogar besser als im Bundesdurchschnitt entwickelt haben. Software (12.400 Erwerbstätige), Architektur (5.000 Erwerbstätige) und Design (5.300 Erwerbstätige) sind darüber hinaus Branchen, die ein hohes Innovationspotenzial auch für Unternehmen in anderen Bereichen schaffen.

Wichtige Impulse für andere Branchen

Bislang sind meist Kreativunternehmen Hauptauftraggeber für Kreative, andere Branchen zeigen sich noch zögerlich. Die Kreativen selbst definieren ihre zukünftigen Wachstumsmärkte im Tourismus, im Bereich Bildung und Wissen und in der Energie- und Gesundheitswirtschaft. Zudem stammen die Kunden derzeit fast zur Hälfte aus dem Ruhrgebiet, nur ein Drittel kommt aus

der übrigen Bundesrepublik. Die Wachstumspotenziale außerhalb des Ruhrgebiets und außerhalb der Kreativwirtschaft sind noch längst nicht ausgeschöpft.

Die Analyse zeigt auch, welche Innovationspotenziale die Kreativunternehmen anderen Branchen bieten können. So gab jedes zweite der befragten Kreativunternehmen aus dem Ruhrgebiet an, neue innovative Produkte in den letzten zwei Jahren auf den Markt gebracht zu haben. „Die Kreativwirtschaft“, so **Rasmus C. Beck**, Vorsitzender der Geschäftsführung der wmr, „ist ein zentraler Baustein einer modernen und dynamischen Region. Für moderne Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen sind ihre Innovationsimpulse unerlässlich. Damit sorgt die Kreativwirtschaft einerseits für attraktive Jobs, zum anderen generiert sie dauerhaftes Wachstum und stärkt die Metropole Ruhr im globalen Wettbewerb“.

„Innovativer, internationaler, interdisziplinärer – dies sind die Anforderungen an eine auch in der Zukunft erfolgreiche Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet. Welche Schritte nun zu tun sind, wollen wir mit unseren Partnern in der Region in 2015 erarbeiten. Dank der Innovationsstrategie des Landes NRW und der Agenda Europa 2020 ist die Ausgangslage für die Kreativwirtschaft Ruhr so günstig wie schon lange nicht mehr“, so **Prof. Dieter Gorny**, Geschäftsführer von ecce.

NRW-Wirtschaftsminister **Garrelt Duin** erklärte: „Die Kreativwirtschaft steigert über ihre Innovationskraft die Wertschöpfung in anderen Branchen. Sie ist wie die Hefe im Teig, die dafür sorgt, dass der gesamte Kuchen größer wird. Wenn Industrie, Mittelstand und Kreativwirtschaft sich miteinander vernetzen, bereiten sie den Boden für echte Innovationen.“

Die Erschließung dieser Innovationspotenziale – auch das ein Ergebnis der Veranstaltung – soll einen Schwerpunkt der gemeinsamen Strategie zur Weiterentwicklung der Kreativwirtschaft Ruhr bilden. Oberbürgermeister **Dr. Peter Kurz** aus Mannheim machte in seinem Beitrag über das Mannheimer Modell deutlich, dass es einen langen Atem braucht und man sich auf die jeweils besonderen Begabungen der Kreativwirtschaft konzentrieren muss, möchte man diese Strategie erfolgreich umsetzen: „Kreativwirtschaftliche Fördermechanismen sind erwiesenermaßen ein Motor für nachhaltige Stadtentwicklung und Wachstum“, so Kurz. „Spezialisierte Teilbranchen bereichern die lokalen Arbeitsmärkte und ziehen Talente an, Kultur- und Kreativwirtschaft steigern die Attraktivität und positive Wahrnehmung von Städten. Kommunale Investitionen in entsprechenden Strukturen und Gründungszentren können in ihren stadträumlichen Umfeldern prägende Impulse setzen und treiben auch den interkulturellen Dialog in den Quartieren an. Das können wir aus der Mannheimer Praxis belegen.“

Der Auftakt für die Umsetzung der gemeinsamen Strategie wurde mit konkreten Vorhaben unterfüttert. Eine davon ist die Vereinbarung, nächstes Jahr drei regionale Innovationswerkstätten durchzuführen.

Pressekontakte:

Eva Kießler, Pressesprecherin / Leiterin Strategische Kommunikation wmr,
Tel.: 0208 305529-16 Mail: kiessler@wfgmetropoleruhr.de;
Christian Caravante, Projektmanagement Kommunikation ecce,
Tel: 0231 22227571 Mail: caravante@e-c-c-e.com