

Kultur- und Kreativwirtschaft – eine „neue Großbranche“

240.000 Unternehmen in elf Teilbranchen bundesweit

Von Dr. Ulrich S. Soénius

„Ich kenn die IHK viel zu wenig, um daraus Nutzen zu ziehen“, „Vertreten Sie auch kleine Unternehmen?“, „Was leistet die IHK für mein Design-Büro an Hilfestellung?“ Diese und ähnliche Fragen werden häufig bei Netzwerktreffen, anlässlich von öffentlichen Auftritten und bei Beratungen von Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaftsbranche an Mitarbeiter der IHK gestellt. Diese leisten bereits für die Unternehmen der „neuen“ Großbranche viel, auch wenn alle Wirtschaftsbranchen gleich behandelt werden.

Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft existieren elf Teilbranchen: Architektur, Buch- und Verlagswesen, Design, Film, Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik, Medien, Rundfunkwirtschaft, Software (Games) und Werbung. Neu ist die Clusterbildung, viele Unternehmen können auf eine lange Tradition zurückblicken, manche haben sich dagegen aufgrund neuer Technologien auf bisher unbekanntes Terrain begeben. Die Vielfalt ist groß. 2009 waren in diesen Branchen bundesweit 240.000 Unternehmen mit einer Millionen Beschäftigten und einer Bruttowertschöpfung in Höhe von 63 Milliarden Euro tätig. Alle Teilbranchen haben spezifische Fragestellungen und Themen, einige Themen werden verbunden, andere gelten für alle Marktteilnehmer. Daher sind die IHKs die idealen Ansprechpartner sowohl für Einzelanliegen der Unternehmen wie auch die Interessensvertretung der Branchen insgesamt.

Hilfestellung in der Gründungsphase

Der Service der IHKs, im Rahmen der Starthilfe junge Unternehmen auf die ersten Gehversuche vorzubereiten, wird von Unternehmen der elf Teilbranchen der Kultur- und

Kreativwirtschaft sehr unterschiedlich angenommen. Sind die Fragestellungen von angehenden Einzelhändlern von Büchern und Musikalien häufig deckungsgleich mit denen anderer Handelswaren, so agieren Designer, Filmproduzenten, Tonstudiobetreiber oder Verleger doch häufig in ihren branchenabhängigen Umgebungen, bevor sie sich mit der eigentlichen Gründungsphase auseinandersetzen. Viele angehende Unternehmer aus der Kreativwirtschaft nutzen die Erstberatungen, um sich über Businessplan, Fördermittel und Behördensdchungel zu informieren. Hilfen bieten die Berater der IHKs auch beim Zugang zu Fremdkapital. Im Rahmen der Bauleitplanung und bei Ansiedlungsfragen unterstützt die IHK vor Ort ebenfalls. An manchen Orten bieten die IHKs speziell in den Akademien und Hochschulen Erstberatung an und haben eine Fachkraft, die sich um die Branche im Besonderen kümmert. In den Weiterbildungsseminaren werden grundlegende ökonomische Kenntnisse angeboten, die im Lehrplan mancher Ausbildungsstätte fehlen. Die IHKs bieten zahlreiche Informationen für erste Auslandskontakte und helfen bei Themen des betrieblichen Alltags.

Eine der wichtigsten Aufgaben von Industrie- und Handelskammern ist die Interessensvertretung der gewerblichen Wirtschaft in der Region. Da die Kultur- und Kreativ-

wirtschaft sich in elf Teilbranchen gliedert, bietet sich die IHK als Forum der Vernetzung dieser Teilsegmente geradezu an. So kann ein regelmäßig durchgeführtes Branchenforum dazu führen, dass sich die Akteure untereinander kennenlernen. Die IHKS unterstützen bei der Erstellung von Kulturwirtschaftsberichten und liefern Informationen über die Branchen an die Öffentlichkeit. Mancherorts werden „Creative-Tage“, Stiftungstage und Kulturpatenkooperationen von den IHKS organisiert. Aber auch die Vernetzung mit anderen Unternehmen, aus Industrie, Handel und Dienstleistungen, ist herkömmliche IHK-Aufgabe und zudem regionale Wirtschaftsförderung.

Gemeinsame Interessen bündeln – auch gegenüber Politik und Verwaltung

Die Artikulierung gemeinsamer Interessen, wie z. B. die Frage der preisgünstigen Nutzung von schwer vermittelbaren Immobilien, die Berücksichtigung der Branchen bei regionaler oder lokaler Standortförderung und die Beteiligung an Unternehmerreisen ins Ausland, kann von der IHK unter Mitwirkung von Unternehmen der Branche übernommen werden. Gerade die Kultur- und Kreativwirtschaftsbranche bringt bei geschicktem Auftreten einen ungeheuren Imagegewinn für die Wirtschaftsregion mit sich. Die Unternehmen der Branchen haben meist gute Verbindungen zu Künstlern, die wiederum für eine Region positiv wirken können. Oft bringt sich die IHK als Sprach-



Foto: auremar/Fotolia.com

rohr dieser zumeist Klein- und Kleinunternehmen gegenüber der öffentlichen Verwaltung und der Politik ein.

Im Bereich der Ausbildung sind die IHKS seit jeher für die Unternehmen der Kreativbranchen tätig. Sei es die Ausbildung zum Buchhändler, zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik, zum Gestalter für visuelles Marketing, zum Kaufmann für audiovisuelle Medien bis hin zum Veranstaltungskaufmann - alles Berufe aus der Kultur- und Kreativwirtschaft.

In vielen IHKS sind in jüngster Zeit auch spezielle Ausschüsse oder Arbeitskreise mit Vertretern der Branchen gegründet worden, in einigen sind mehrere Unternehmer Mitglieder der Vollversammlung geworden. Vie-

le IHKS unterstützen örtliche Künstler oder Kunstinitiativen durch Bereitstellung von Ausstellungsraum, die Durchführung von Kulturveranstaltungen und Berichte in den IHK-Zeitschriften. Ebenso gibt es Kulturförderpreise, die an Unternehmen verliehen werden und so die Öffentlichkeit über das positive Wirken der Wirtschaft informieren. Mitgliedsunternehmen werden zum Thema Kultursponsoring beraten.

Dies dient dem Standort und den Mitgliedsunternehmen, die so in Kontakt mit Kunst und Kultur kommen. Auch werden Auszubildende in speziellen Programmen mit ihren Ausbildern abseits von Werkbank, Verkaufstheke oder Schreibtisch an die Kultur herangeführt.

Dahinter entstehen kreative Ideen: Designpreise, Digital-Kampagnen, Werbung für die Deutsche Bahn, Ministerien, Saarbrücker Zeitung, Software AG, Saarländischer Rundfunk, saarVV, VVS-Konzern ...



Sie suchen Kontakte? Wir sagen's weiter. Stündlich 245.000 Mal!

So werden Verkaufserfolge gemacht: Schalten Sie z. B. Ihren Radiospot in der WFS-SaarlandKombi mit durchschnittlich 245.000 Kontakten stündlich von Montag bis Freitag. Mehr geht nicht! Wenn Ihre Botschaft optimal ankommen soll, lassen Sie uns reden: über die optimale Platzierung in Saarlunds stärksten Sendern, über Zielgruppen und ein Angebot nach Maß. Dafür reicht 1 Kontakt unter **0681 602-1919** oder 1 Klick auf **www.werbefunk-saar.de**.



GEHÖRT. GESEHEN. IM SAARLAND.

WFS 
WERBEFUNK SAAR



Foto: AYakovlev/iStockphoto.com

Region beitragen, dies ist erst seit wenigen Jahren auf breiter Basis bekannt geworden. Vielerorts setzen sich auch die Unternehmer der Branche aktiv für ihren Standort ein - kreativ, kulturell und innovativ. Ideal, dass die IHKs als einzige Gesamtinteressenvertretung diese Unternehmen in ihren Reihen haben.

Der Autor

ist Vorsitzender des DIHK-Arbeitskreises Kultur und Kreativwirtschaft
IHK zu Köln
Unter Sachsenhausen 10-26
50667 Köln
Tel.: (0221) 1640-400
E-Mail: ulrich.soenius@koeln.ihk.de



Best practices bekanntmachen

Die IHKs haben sich bundesweit zusammengeschlossen und bearbeiten die Anliegen der Unternehmen gemeinsam. Der DIHK-Arbeitskreis Kultur und Kreativwirtschaft sichert den Austausch von Best Practices bei den IHKs und vertritt die IHK-Organisation auf gesamtstaatlicher Ebene

bei der Berücksichtigung der Interessen der Unternehmen.

Die Kultur als Standortfaktor zu begreifen und für ihren Erhalt im Sinne einer Wirtschaftsregion zu streiten, ist ein Anliegen der Unternehmen in der Region, die den Wert von kulturellen Einrichtungen schätzen und für die Personalentwicklung, Kundenbindung und Standortwerbung gerne einsetzen. Dass darüber hinaus viele Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaftsbranche auch zum ökonomischen Wert einer

Fit in den Herbst mit den Vitaminen A, C und N.



15 Mitarbeiter decken Ihren Tagesbedarf an Kreativität und Marketing-Wissen.
Fordern Sie jetzt Ihren persönlichen Beipackzettel an unter
info@acn-werbeagentur.de



ACN Werbeagentur