

Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund: Strukturmerkmale und Zukunftsfelder

Ergebnisse der Untersuchung: Kurzfassung

Oktober 2007

Dipl.-Ing./Stadtplaner AK NW Ralf Ebert, Dr. Friedrich Gnad



Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft*



- Musikwirtschaft
- Literatur, Buch- und Pressemarkt
- Kunstmarkt
- Film- und TV-Wirtschaft
- Theatermarkt
- Designwirtschaft/Architektur
- Werbewirtschaft
- Modewirtschaft (nur Herstellung)

* In Anlehnung an die Kulturwirtschaftsberichte des Landes NRW unter Einbezug von Vorprodukten und Handel

Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Daten und Fakten

Anzahl der Unternehmen, Höhe der Umsätze, Beschäftigte in Dortmund

- ca. 1.700 Selbstständige und Unternehmen (einschließlich jener mit weniger als 17.500 Euro Umsatz pro Jahr)
- 800 Mio. Euro Umsatz pro Jahr
- 4.900 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
- insgesamt nicht ganz 7.000 Arbeitsplätze, ca. die Hälfte für Frauen

nach Daten des LDS, der Landesagentur für Arbeit und Angaben im Rahmen der Telefonbefragung



Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Daten und Fakten

Teilmarktstruktur und Entwicklung



- Bedeutsame Teilmärkte sind bei der Anzahl der Unternehmen wie der Höhe der erzielten Umsätze:
 - 1. „Literatur- Buch- und Pressemarkt“ („Verlagswesen“), Teilmarkt mit den meisten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten
 - 2. „Designwirtschaft/Architektur“ und
 - 3. „Werbewirtschaft“
- Zwischen 1996 und 2005 starke Zunahme der Selbstständigen und Unternehmen (Übersicht)
- Ähnlich positiv war der Verlauf der erzielten Umsätze

nach Daten des LDS und Angaben im Rahmen der Telefonbefragung

Daten und Fakten

Umsätze und Betriebsgrößenstrukturen

- Die jährlichen Umsätze der Selbstständigen bzw. Unternehmen variieren in den Umsatzgrößenklassen sehr stark: bei den 6 Umsatzklassen von mehr als 17.500 Euro und bis zu 5 Mio. Euro liegt der Anteil der Unternehmen jeweils bei etwa 10 bis 15 Prozent
- Nur wenige Unternehmen erzielen jährlich mehr als 5 Mio. Euro Umsatz
- Die Hälfte der Befragten sind Selbstständige ohne sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; 20 Prozent haben 1 bis 2 und 15 Prozent 3 bis 5 Beschäftigte (Übersicht)

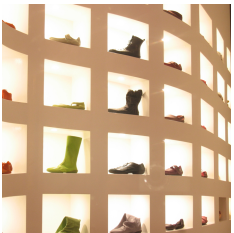


Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Daten und Fakten

Stärken des Standortes Dortmund

- Der Teilmarkt „Designwirtschaft/Architektur“ hat Entwicklungsvorteile am Standort Dortmund: überdurchschnittliche Umsatzzuwächse im Jahre 2005 (+20 Prozent gegenüber –31 Prozent in NRW),
- Positive überdurchschnittliche Entwicklung auch in der „Werbewirtschaft“ in Dortmund bei Anzahl der Unternehmen, Umsätze (+69 Prozent gegenüber + 35 Prozent in NRW) und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

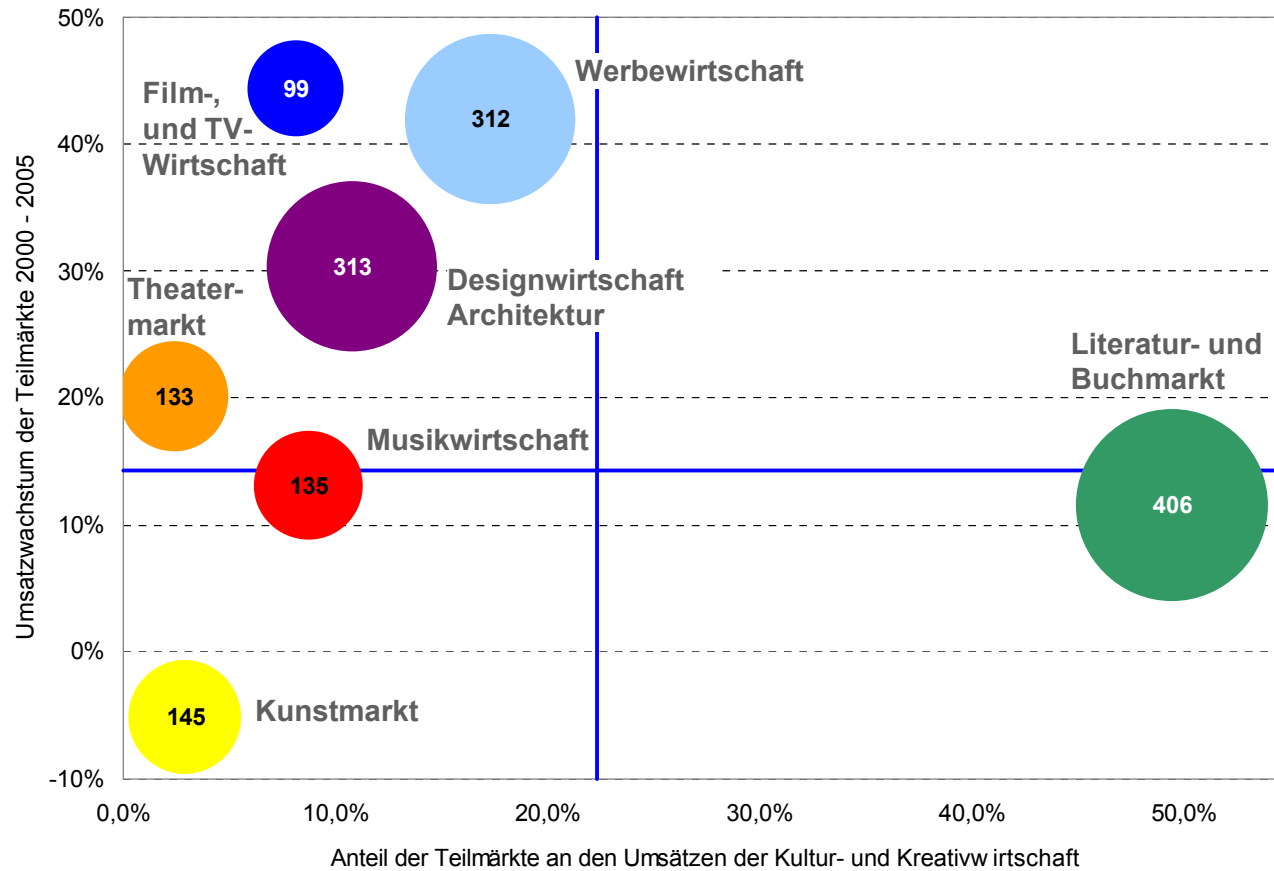


nach Daten des LDS

Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Daten und Fakten

Bedeutung der Teilmärkte in Dortmund nach erzielten Umsätzen in 2005 und der Entwicklung zwischen 2000 und 2005



Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Schlussfolgerungen

- Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist auch in Dortmund eine neue bzw. junge Branche und hat mit den überwiegend kleinen und flexiblen Einheiten in den letzten 15 Jahren zum strukturellen Wandel der Stadt beigetragen
- Die in Dortmund vorhandenen Hochschul- und Ausbildungseinrichtungen sind für Existenzgründungen und damit für die lokale Dynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft von großer Bedeutung
- Die Mehrzahl der Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund ist hinsichtlich ihrer Märkte überlokal ausgerichtet, ist also „exportorientiert“



Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Schlussfolgerungen

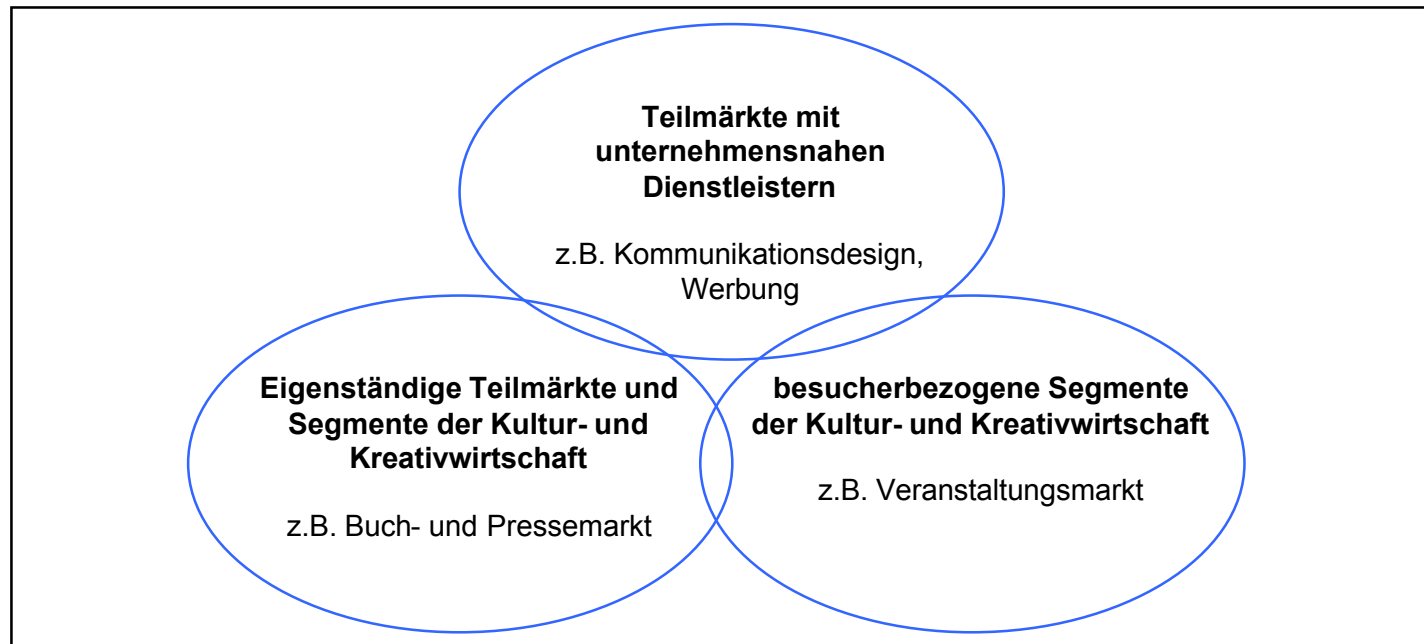


- Die Vielzahl an Kooperationen der Selbstständigen und Unternehmen in Dortmund ist ein Hinweis auf deren schon vollzogene lokale Vernetzung
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft stärkt bei den Strukturen der Gewerbeimmobilien (z.B. Kleinteiligkeit, Mietpreis) und den Standortpräferenzen vieler Selbstständiger und Unternehmen („urbane Räume“) das Stadtzentrum und den Innenstadtrand
- Angesichts der Bedeutung der jungen Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund und der überwiegend positiven Markteinschätzung (mit positiven Rückwirkungen auf das Arbeitsplatzangebot des lokalen Arbeitsmarktes) empfiehlt sich die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein für Dortmund relevantes Handlungsfeld

Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Zukunftsfelder

Sektorale Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Rahmen einer lokalen Entwicklungsstrategie



Quelle: *STADTart* 2007

Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Warum Zukunftsfeld „Designwirtschaft/Architektur“?



Marktaspekte

- + innerhalb des Ruhrgebiets weist der Teilmarkt in Dortmund vergleichsweise eine gute Position auf und kann mit besseren Strukturdaten aufwarten
- + Design, speziell Kommunikationsdesign (Essen eher Produktdesign) ist angesichts der anhaltenden Kulturalisierung vieler Märkte eine Zukunftsbranche
- + dies gilt auch für Teile der am Wirtschaftsstandort Dortmund bedeutsamen IT-Branche (z.B. Segment der Gamesindustrie)
- + die Entwicklung der Branchen „Designwirtschaft“ und „Architektur“ ist in den vergangenen Jahren positiv verlaufen
- + es gibt in diesen Branchen überregional tätige Selbstständige und Unternehmen

Quelle: *STADTart* 2007

Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Warum Zukunftsfeld „Designwirtschaft/Architektur“?

Rahmenbedingungen des Standorts Dortmund

- + es bestehen anerkannte Ausbildungseinrichtungen, z.B. die FH Dortmund mit den Fachbereichen Design und Architektur, die Universität Dortmund mit den Fakultäten Architektur und Raumplanung
- + es sind für die Teilmarktentwicklung hilfreiche Inkubations- und Gründungszentren bzw. mietpreisgünstige Erprobungsräume vorhanden, z.B. das „Künstlerhaus Dortmund“, das „Depot“
- + es gibt ein die Teilmarktentwicklung förderliches Umfeld an Einrichtungen und Angeboten, z.B. das Museum am Ostwall, Hardware e.V., das Institut für Kunst und Materielle Kultur an der Universität Dortmund
- + unterschiedliche „kulturelle Szenen“ tragen zu einer attraktiven „Lebensqualität“ und damit auch „business climate“ bei
- + es gibt Initiativen zur Unterstützung des Existenzgründungspotenzials in diesem Teilmarkt, z.B. im Rahmen von EXIST



Quelle: *STADTart* 2007

Zukunftsfeld „Designwirtschaft/Architektur“

Bedeutung des Zukunftsfeldes „Designwirtschaft/Architektur“ für die Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt und den Standort Dortmund

- Mit dem Schwerpunkt „Kommunikationsdesign“ an der FH Dortmund sind positive Effekte für die ortsansässige Werbewirtschaft verbunden
- Durch Unterstützung von Design, Architektur und Werbung wird der kulturbezogene unternehmensnahe Dienstleistungssektor der Stadt und damit die Innovationsfähigkeit lokaler/regionaler Produktionssysteme in Dortmund und Umgebung gestärkt
- In diesem Zukunftsfeld vorhandene Ausbildungseinrichtungen mit einem förderlichen Umfeld (u.a. verfügbare Raumpotenziale) sind Anlaufstellen, um Talente der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Dortmund zu ziehen



Warum Zukunftsfeld „Veranstaltungsmarkt“?

Marktaspekte

- + eine Vielzahl an nachhaltig vorhandenen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen als Basis für die Nachfrage im Veranstaltungsmarkt, vor allem die Universität und die Fachhochschulen
- + oberzentrale Funktion und großer Einzugsbereich im Einzelhandel wie bei den Pendlerverflechtungen, vor allem in östlicher- bzw. südöstlicher Richtung als zusätzliches Nachfragepotenziale
- + es gibt ein gefächertes Angebot, von Großanlagen wie der Westfalenhalle bis zu einer Vielzahl an kleineren Anbietern, z.B. Domicil, Roxy, Fletch Bizzle, Kabarett Queue
- + erfahrene und bereitwillige Veranstalter und Organisatoren sind vorhanden



Quelle: *STADTart* 2007

Warum Zukunftsfeld „Veranstaltungsmarkt“?

Rahmenbedingungen des Standorts Dortmund

- + attraktive, bekannte Einrichtungen mit regionalem und auch überregionalem Einzugsbereich (z.B. Konzerthaus Dortmund, Domicil) und umfangreiche Gebäudepotenziale
- + hohe Zentralität und gute Erreichbarkeit
- + durch öffentlich geförderte Kulturveranstaltungen gibt es breit gefächert unterschiedliche „kulturelle Szenen“

Quelle: *STADTart* 2007



Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Zukunftsfeld „Veranstaltungsmarkt“

Bedeutung des Zukunftsfeldes „Veranstaltungsmarkt“ für die Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt und den Standort Dortmund:

- Es verbessert den Standortfaktor „Lebensqualität“ und damit die „harten“ Standortbedingungen für das Zukunftsfeld „Designwirtschaft/Architektur“ und weitere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Es lassen sich über den Veranstaltungsmarkt mediale Aufmerksamkeitseffekte mit positiven Effekten für das Standortmarketing erzielen
- Bei entsprechender Standortplanung wird auch der Einzelhandelsstandort Dortmund und die Tourismuswirtschaft gestärkt
- Ein attraktives kulturelles Umfeld ist für Unternehmen wie für Beschäftigte der Wissensindustrien ein „weicher“ Standortfaktor
- Im sich zunehmend europäisierenden Wettbewerb der Universitätsstandorte erzielt Dortmund hierdurch Vorteile (Attraktivität für Student/innen, als Wissenschafts- und Tagungsort)



Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Zukunftsfelder: Empfehlungen

Einordnung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen für Dortmund

- **Schwerpunktbildung:** Die beiden identifizierten Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft „Designwirtschaft/Architektur“ sowie „Veranstaltungsmarkt“ empfehlen sich als Handlungsschwerpunkte der Kommunal- und Wirtschaftspolitik der Stadt
- **Basisstrategie der Stadt:** Angesichts der entwicklungsstrategischen Bedeutung der Zukunftsfelder, deren Vernetzung mit anderen Teilmärkten bzw. Segmenten der Kultur- und Kreativwirtschaft, den vielfältigen Standortanforderungen und den positiven Standorteffekten für die Wissensindustrien bzw. für das Standortmarketing der Stadt, bedarf es in der Kultur- und Kreativwirtschaft einer integrierten Strategie und kooperativen Handelns seitens der
 - **Wirtschaftsförderung**, u.a. bei der Existenzgründung und der weiteren Professionalisierung, dem Marketing der Potenziale am Standort Dortmund, der aktiven Bestandspflege



Zukunftsfelder der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund

Zukunftsfelder: Empfehlungen

- **Kulturförderung**, vor allem hinsichtlich der Unterstützung „kultureller Szenen“ in Dortmund (u.a. in Abstimmung mit den lokalen besucherorientierten Anbietern der Kultur- und Kreativwirtschaft)
- **Stadtentwicklungsplanung**, u.a. durch Rahmenkonzepte in den räumlichen Schwerpunkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, durch attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums
- **Bedeutung im Rahmen der Landespolitik:** Im Rahmen des demnächst von Land Nordrhein-Westfalen eingeführten Clustermanagements bietet die Basisstrategie die Möglichkeit einzelne Bausteine solcher Cluster am Standort Dortmund weiter zu entwickeln

