

Öffentliche **Beschlussvorlage**

Vorlagen-Nr.:

V/1097/2008

Auskunft erteilt:

Herr Bertling
Herr Wistokat

Ruf:

492 70 43
492 41 04

E-Mail:

Bertling@stadt-muenster.de
Wistokat@stadt-muenster.de

Datum:

19.01.2009

Betrifft

Antrag der CDU-Fraktion an den Rat Nr. A-R/0054/2008
"Kulturwirtschaft als Standortfaktor - Gründerzentrum für kreative Ökonomie -"

Beratungsfolge

11.02.2009 Hauptausschuss

Entscheidung

Beschlussvorschlag:

I. Sachentscheidung:

Der Antrag der CDU-Fraktion Nr. A-R/0054/2008 an den Rat „Kulturwirtschaft als Standortfaktor - Gründerzentrum für kreative Ökonomie“ (vgl. Anlage) wird zur Vorberatung an den Kulturausschuss verwiesen.

Begründung:

Die Themenfeld der Kreativwirtschaft ist ausgesprochen komplex und hat in seinen wirtschaftlichen und kreativ-künstlerischen Bezügen eine große Bandbreite. Es erscheint daher sinnvoll, den Focus der künftigen Betrachtung genauer zu justieren:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gehört zu den innovativen Wirtschaftsbereichen in Nordrhein-Westfalen. Allein im engeren Bereich der Kulturwirtschaft arbeiten rund 33.000 Selbständige und Unternehmen, die Umsätze in Höhe von ca. 20,7 Mrd. € (2005) erwirtschaften.

Die kulturwirtschaftliche Gründungs- und Entwicklungsdynamik liegt in vielen Bereichen über der traditioneller Branchen, und folglich entstehen überdurchschnittlich hohe Arbeitsplatz- und Wertschöpfungseffekte in dieser Gruppe von Wirtschaftszweigen.

Alle bisherigen Kulturwirtschaftsberichte Nordrhein-Westfalens haben gezeigt, dass die zukunftsorientierten Branchen der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen seit Jahren weit überdurchschnittliche Umsatzzuwächse und erhebliche Beschäftigungseffekte aufweisen.

Unter Kulturwirtschaft/Creative Industries werden in Deutschland diejenigen Kultur- bzw. Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und bzw. oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Sie bilden den privaten(-wirtschaftlichen) Teilsektor des gesamten Kultur-/Kreativsektors ab.

Im Modell der Kulturwirtschaft bildet der Faktor „Kultur im weiten Sinne“ das gemeinsame Merkmal. Dieser reicht von der individuellen künstlerischen Idee und Originärproduktion über die angewandten Künste und den Kulturhandel mit künstlerischer und populärer Kultur bis hin zur massenmedialen Verbreitung von Kulturgütern und Dienstleistungen. Der entscheidende Schlüssel für das Verständnis der Kulturwirtschaft ist der Begriff der künstlerischen oder kulturellen Produktion. Da dies empirisch schwer zu fassen ist, steht hier stellvertretend die soziologische Kategorie der Künstler-, Kultur- und Kreativberufe. Beispielsweise zählen alle marktwirtschaftlich orientierten Wirtschaftszweige wie Musikensembles, Tonstudios, Labels, Verlage und Tonträgerproduktion, Buchhändler und Musikalienhändler, Kunsthändler und Galerien, Konzertagenturen, Filmschauspieler, Filmproduzenten und Kinos, Architekturbüros und Designerstudios, Künstlerateliers, Autoren- und Journalistenbüros, Agenturbüros für kulturelle Dienstleistungen etc. zur Kulturwirtschaft.

Im erweiterten Modell der Creative Industries steht der Faktor „Kreativität“ als Ausgangspunkt von branchenspezifischen Produkten und Dienstleistungen im Zentrum. Künstlerische, kulturelle Ideen und populäre Produkte verbinden sich hier neu mit technologischer, innovativer und wissenschaftlicher Kreativität. Kulturwirtschaftliche Teilbranchen werden durch zusätzliche marktwirtschaftliche Bereiche wie z.B. Werbung, Multimedia, Software- oder Games-Industrien zu einem größeren marktwirtschaftlichen Kreativkomplex zusammengefasst. Der entscheidende Schlüssel für das Verständnis der Creative Industries ist die Copyright-Basis aller Produkte und Dienstleistungen. Das Creative Industries Modell ist das im internationalen Kontext am weitesten verbreitete Konzept und lehnt sich an das britische Vorbild an.

Die Kulturwirtschaft/Creative Industries wird aufgrund ihrer kleinteiligen Betriebsstrukturen auch als so genannte „kleine Creative Industries“ thematisiert. Die wachsende Bedeutung dieser kleinen Creative Industries scheint, durch die neuen technologischen und kostengünstigen Ausrüstungen und Produktionsmethoden möglich zu werden und führt in der öffentlichen Wahrnehmung zu einer Aufwertung der selbstständigen Kultur- und Kreativberufe. Produkte und Dienstleistungen der selbstständigen Büros, Ateliers, Künstleragenturen nehmen in dieser Sichtweise eine zentrale Rolle ein.

Sie sind der erste wichtige Akteurstypus der gesamten Kulturwirtschaft/Creative Industries, neben den klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU), die als Rückgrat der Kulturwirtschaft/Creative Industries Beschäftigung und Wertschöpfung schaffen.

Mit dem recht neuen Begriff der „Kreativwirtschaft“ werden neben den „traditionellen“ Künsten, die Kulturindustrien wie Medien, Film, Verlagswesen und Design sowie Werbung und Software- und Spieleentwicklung gebündelt. Gemeinsames Muster dieser Akteure ist die Nutzung einer „urbanen Atmosphäre“ als Kreativitätsressource sowie eine bewusst auf kleinräumige Nähe zu Firmen des gleichen Aktivitätszweigs ausgerichtete Standortwahl.

Es können so „Kreative Räume“ auf Quartiers- oder Stadtteilebene entstehen, welche als dynamische Sektoren „creative workers“ anziehen. Vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs der Städte um „kreative Köpfe“ wird einer Stadtentwicklung, die die wechselseitigen Bezüge zwischen den Aktiven in kreativen Berufen und den urbanen Milieus aktiv in den Blick nimmt und zukunftsorientiert gestaltet eine große Bedeutung beigemessen.

Für die Stadt Münster mit ihrer langen Tradition als Hochschul- und Kulturstandort gilt es umso mehr, die Bedürfnisse und Potenziale der von der Landesregierung zu den Leitmärkten Nordrhein-Westfalens gezählten Kultur- und Kreativwirtschaft in ihre strategische Entwicklungspolitik mit einzubeziehen.

Es wird vorgeschlagen, dem Antragsanliegen zu folgen und einen Bericht zu Münster zu erarbeiten, der ausgehend von einer weiten Vorstellung von Kreativwirtschaft auch die öffentlich finanzierte Kultur in die Betrachtung einbezieht und bezogen auf die Situation in Münster zunächst das vorhandene Profil beschreibt. Dazu gehören u. a.:

- eine Darstellung der relevanten Akteure und Teilmärkte, ihre Umsätze und ihre Beschäftigten.
- eine Beschreibung des öffentlich finanzierten Bereichs und der Abhängigkeiten zwischen ihm und der Kulturwirtschaft/Creative Industries.
- die Bedeutung der nicht wirtschaftlichen Aktivitäten herauszustellen.
- bestehende Förderstrukturen auf Seiten des Landes bzw. Landesprojekte aufzeigen, (z.B. in Create.NRW).
- Die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Wirtschafts- und Innovationsfaktor für Münster darzustellen,
- Handlungsfelder zur Entwicklung der regionalen Kulturwirtschaft aufzeigen,
- aufzeigen, wie die unternehmerische und marktbezogene Kompetenz bei Selbständigen und Kleinstunternehmern der Kultur- und Kreativwirtschaft und eine Verzahnung der Kreativwirtschaft mit der Gesamtwirtschaft verbessert werden kann,
- Möglichkeiten zu prüfen, wie Plattformen, Marktplätze und Infrastruktureinrichtungen, wie z. B. ein Gründerzentrum ähnlich einem Technologiehof, geschaffen werden können, die als Schnittstellen von Kreativwirtschaft und anderen Branchen und als Anker- und Ausgangspunkte für die Kreativwirtschaft dienen können,
- Ideen zu entwickeln, wie der Know-how-Transfer zwischen Hochschulen und Unternehmen gefördert werden kann.
- Die Möglichkeiten für "Kreative Räume" auf Quartiers- oder Stadtebene zu untersuchen.

Zu den grundsätzlichen Fragen eines Kulturwirtschaftsberichts hat es im Rahmen der Verwaltung bereits Abstimmungsgespräche zwischen dem Kulturamt, der Wirtschaftsförderung, dem Amt für „Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung“ und MM gegeben.

Die Verwaltung kann diese Fragestellung im Rahmen eines Kulturwirtschaftsberichtes nur unter Zuhilfenahme externen Sachverständigen darstellen. Dadurch entstehen Kosten, die abhängig von der Untersuchungstiefe noch ermittelt werden müssen.

I. V.

gez.
Dr. Hanke
Stadträtin