

HESSISCHES MINISTERIUM
FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE, VERKEHR
UND LANDESENTWICKLUNG



FÜNF

5. HESSISCHER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFTSBERICHT

HERAUSGEBER

Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und Landesentwicklung
Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
www.wirtschaft.hessen.de

VERFASSER

Susanne Stöck, Susanne Piesk, Regina Giebel
unter Mitarbeit von Heiko Müller, Simon Schiefer
HA Hessen Agentur GmbH

REDAKTION

Rolf Krämer, Referat Kultur- und Kreativwirtschaft,
Medienwirtschaft und Neue Medien,
Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Landesentwicklung
Regina Giebel, HA Hessen Agentur GmbH

GESTALTUNG UND SATZ

OPAK Werbeagentur GmbH, Frankfurt am Main

DRUCK

A & M Service GmbH, Elz

Stand: Dezember 2015

Auflage: 5.000

BESTELLUNG

Diese Druckschrift kann kostenfrei beim
Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr
und Landesentwicklung bestellt werden.

Bitte senden Sie Ihre Bestellung an:

Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und Landesentwicklung
Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
Telefax: +49 (0)611 / 8152219
bestellungen@wirtschaft.hessen.de

Download im Internet unter:

www.kreativwirtschaft-hessen.de › Publikationen

ANMERKUNG ZUR VERWENDUNG

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlkampfveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Die genannten Beschränkungen gelten unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl die Druckschrift dem Empfänger zugegangen ist. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.



INHALT

	VORWORT	6
	EINLEITUNG	8
1	KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN	10
1.1	Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft	10
1.2	Charakteristika	10
1.3	Eine Region, die attraktiv sein will, muss auch kreativ sein Interview mit Tarek Al-Wazir, Hessischer Wirtschaftsminister	14
2	KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN: DATEN & FAKTEN	18
2.1	Beitrag Hessens zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland	18
2.1.1	Unternehmen und Umsatz	18
2.2	Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft	21
2.2.1	Erwerbstätige insgesamt	21
2.2.2	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	21
2.2.3	Freiberuflich Tätige und Unternehmensinhaber	21
2.3	Struktur der Kultur- und Kreativwirtschaft	22
2.3.1	Unternehmen und Umsatz in den Teilmärkten	22
2.3.2	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den Teilmärkten	25
2.3.3	Portraits der Teilmärkte	28
	Werbemarkt	28
	Software-/Games-Industrie	32
	Pressemarkt	36
	Designwirtschaft	42
	Architekturmarkt	48
	Filmwirtschaft	56
	Buchmarkt	64
	Musikwirtschaft	72
	Markt für darstellende Künste	82
	Rundfunkwirtschaft	88
	Kunstmarkt	92

3	DIE KREATIVBRANCHE IN HESSEN UND EIN BLICK ÜBER DEN TELLERRAND	100	ANHANG	162
			NACHWORT	167
3.1	Kultur- und Kreativwirtschaft auf Landesebene	100		
3.1.1	Hessisches Wirtschaftsministerium und Ministerium für Wissenschaft und Kunst	100		
3.1.2	Hessen Agentur und Hessen Trade & Invest	102		
	Geschäftsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft Hessen	102		
	Landesinitiative *Baukultur in Hessen	103		
	Innovationsförderung Hessen	104		
	Technologielinien	104		
	Messeförderung	105		
	Delegationsreisen	105		
	Enterprise Europe Network Hessen	106		
3.1.3	Institutionen und Projekte	108		
	Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen	108		
	RKW Hessen	108		
	Hessen Design	109		
	Rat für Formgebung	110		
	Deutscher Designer Club	111		
	NODE Forum for Digital Arts	111		
	Kulturfonds Frankfurt RheinMain	112		
	KulturRegion FrankfurtRheinMain	112		
	HessenFilm und Medien	113		
	B3 Biennale des bewegten Bildes	113		
3.2	Kultur- und Kreativwirtschaft auf kommunaler Ebene	115		
	Kultur- und Kreativwirtschaft			
	... in Darmstadt	116		
	... in Frankfurt am Main	122		
	... in Gießen	128		
	... in Hanau	132		
	... in Kassel	136		
	... in Marburg	140		
	... in Offenbach am Main	142		
	... in Rüsselsheim am Main	148		
	... in Wiesbaden	150		
3.3	Kultur- und Kreativwirtschaft: Bund und EU	156		
3.3.1	Bundesebene	156		
3.3.2	EU-Ebene	158		

VORWORT

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

erst vor etwa zwei Jahrzehnten sind die Creative Industries verstärkt in die Wahrnehmung von Öffentlichkeit und Politik gelangt. Anfangs als brotlose Kunst oder bestenfalls weicher Standortfaktor abgetan, hat sich mittlerweile die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Kreativwirtschaft eine ernst zu nehmende Branche ist, von der viele andere profitieren. Sie hat erhebliches Potenzial, zumal sie – außer Kreativität – wenig Ressourcen benötigt. Einem rohstoffarmen Land wie Deutschland bietet die wissens- und könnensbasierte Kreativwirtschaft daher echte Zukunftschancen.

Grund des erfreulichen Wahrnehmungswandels sind nicht zuletzt harte Fakten auf Grundlage einer systematischen wirtschaftsanalytischen Erfassung der Zahlen von Statistikbehörden, Finanzämtern und Arbeitsagentur. Sie dokumentieren zuverlässig Umsätze, Unternehmens- und Beschäftigungszahlen. Ebenso hilfreich ist die 2009 in der Wirtschaftsministerkonferenz erreichte Einigung auf eine einheitliche Definition: danach besteht die Kultur- und Kreativwirtschaft aus Unternehmen, die sich „erwerbswirtschaftlich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung oder Verbreitung von kulturellen bzw. kreativen Gütern befassen.“

Diese insgesamt stark vernetzten Branchen entwickeln sich dynamisch. Nicht zuletzt die massiven Auswirkungen der Digitalisierung haben sich hier früh gezeigt und zu erheblichen Veränderungen geführt. Deshalb ist es bei der Gestaltung der politischen Rahmenbedingungen wichtig, die aktuellen und anstehenden Herausforderungen zu verstehen. Das Land Hessen pflegt konstant den Dialog mit der Kultur- und Kreativwirtschaft, um für diese vielversprechende und spannende Branche gute Bedingungen zu schaffen.

Zudem berichtet das Hessische Wirtschaftsministerium regelmäßig über die Entwicklung der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Diese Berichte bieten seit 13 Jahren Einblick in Trends und Herausforderungen einer vitalen Branche. Inzwischen gibt es in Hessen eine Vielzahl an Netzwerken, Veranstaltungen, Angeboten und Institutionen der Kultur- und Kreativwirtschaft, sowohl auf kommunaler wie auf Landesebene. Hessen hat mit der Geschäftsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Hessen Agentur einen zentralen Ansprechpartner für die Branche geschaffen.

Der vorliegende Bericht gibt Orientierung in der Vielfalt der Angebote und nennt Ansprechpersonen auf allen Ebenen, stellt Potenziale und Herausforderungen dar und dient ganz allgemein als Handbuch der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen.

Sie werden sehen: Es hat sich viel getan. Und es gibt noch viele Möglichkeiten.



Tarek Al-Wazir

Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Landesentwicklung



MOCK-UP

EINLEITUNG

Im Jahr 2003 hat das Land Hessen den ersten Kulturwirtschaftsbericht veröffentlicht und die Bedeutung dieses Sektors nicht nur für Bildung und Gesellschaft, sondern auch für die Wirtschaft und Stadtentwicklung erkannt. Viele Kommunen haben seitdem ihre Aktivitäten zur Förderung der Branche vorangetrieben und somit einen wesentlichen Beitrag zur Würdigung der Leistungen der Kultur- und Kreativbranche in Hessen geleistet. Auch auf Landesebene wurden die Maßnahmen zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft verstärkt. Im Jahr 2015 hat das Hessische Wirtschaftsministerium durch Kreativwirtschaftsforen den Dialog mit Kultur- und Kreativwirtschaftsunternehmen intensiviert, um ein authentisches Bild von Herausforderungen und Perspektiven der Branche zu erhalten und daraus weitere Handlungsoptionen zu generieren.

Der vorliegende 5. Hessische Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht hat 13 Jahre nach der ersten Auseinandersetzung mit dem Themenfeld die Aufgabe, den Status quo der Branche in Hessen aufzuzeigen. Mit dieser Publikation soll der immens ausgeprägte Reichtum an Projekten, Institutionen und kreativen Hotspots gebündelt sichtbar gemacht werden. Die Publikation richtet sich zunächst an Kultur- und Kreativschaffende und ihre Initiativen, Netzwerke und Verbände. Zugleich soll sie Unternehmen anderer Branchen, Organisationen der Wirtschaftsförderung, Beratungsstellen, Hochschulen sowie Entscheidungsträger in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik anschaulich über die Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen informieren. Die Qualitäten der Kultur- und Kreativbranche als Innovationsmotor und Zukunftsbranche sind mittlerweile anerkannt und hinreichend dokumentiert.

Das einführende erste Kapitel enthält ein ausführliches Interview mit dem Hessischen Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir.

Im zweiten Kapitel können Sie sich über die Entwicklung der Branche und ihrer elf Teilmärkte im 5-Jahres-Vergleich informieren. Zudem können Sie hier die hohe Zahl kultur- und kreativwirtschaftlicher Einrichtungen, von Kompetenzzentren und Ausbildungsstätten bis hin zu Veranstaltungen und Auszeichnungen, kennenlernen. Exemplarisch werden Institutionen, Projekte und Veranstaltungen ohne Anspruch auf Vollständigkeit benannt. Ein Blick in andere Bundesländer und auf die Bundesebene erweitert die Perspektive über den hessischen Tellerrand hinaus.

Das dritte Kapitel bietet Orientierung zu branchenrelevanten Angeboten, die das Land Hessen unterstützt. Ausführliche Portraits der wichtigsten hessischen Zentren der Kultur- und Kreativwirtschaft informieren über die breite Skala der Profile, Chancen und Herausforderungen der Standorte. So vielgestaltig die Bedarfe zur Entfaltung des Kreativpotenzials auch sein mögen: In Hessen finden Kultur- und Kreativschaffende zahlreiche Orte mit einer prosperierenden Branche, und begegnen dabei immer wieder den „drei T“ des prominenten Wissenschaftlers Richard Florida: Talent, Toleranz und Technologie. Durch entsprechende Informationen möchten wir Kultur- und Kreativschaffende in die Lage versetzen, auch Angebote des Bundes und der EU zu nutzen und das eigene Unternehmen optimal auf in- und ausländischen Märkten zu positionieren.

Zum Abschluss erhält der hessische Unternehmer Stephan Koziol das Wort: Denkanstöße aus spezifischer Perspektive.

A black and white close-up portrait of an elderly man with his eyes closed. The man has a mustache and visible wrinkles on his face and neck. He is wearing a dark-colored t-shirt. The background is a plain, light color. The text "360°" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of his forehead.

360°

1.1

ABGRENZUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Der vorliegende 5. Hessische Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht betrachtet die marktorientierte Kultur- und Kreativwirtschaft. Er übernimmt bei den Auswertungen zu Struktur und Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung der Branche die von der Wirtschaftsministerkonferenz abgestimmte Definition und Teilmarktgliederung. Diese umfasst alle Kultur- bzw. Kreativunternehmen, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen bzw. kreativen Gütern befassen. Die marktorientierte Kultur- und Kreativwirtschaft wird danach in folgende Teilmärkte untergliedert:

DIE TEILMÄRKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

1	WERBEMARKT
2	SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE
3	PRESSEMARKT
4	DESIGNWIRTSCHAFT
5	ARCHITEKTURMARKT
6	FILMWIRTSCHAFT
7	BUCHMARKT
8	MUSIKWIRTSCHAFT
9	MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNST
10	RUNDFUNKWIRTSCHAFT
11	KUNSTMARKT
12	SONSTIGE

1.2

CHARAKTERISTIKA

Die Tätigkeiten der Kultur- und Kreativwirtschaft umfassen ein großes Spektrum: eigentliche schöpferische Akte, Produktion von Kunst und kulturellen Gütern, Dienstleistungen zur Vermarktung und Verbreitung von Kunst und Kultur, Handel und Bewahrung von Kulturgütern sowie kulturelle Erziehung. Die individuelle schöpferische Tätigkeit steht dabei also am Beginn einer langen Wertschöpfungskette.

Zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen die Unternehmen und Institutionen, deren Tätigkeit auf Gewinnerzielung ausgerichtet ist und die überwiegend in einer privaten Rechtsform organisiert sind. Das sind z. B. Werbeagenturen, Designstudios, Kinos, Buchverlage, Kleinkunsttheater, Galerien ebenso wie Architekten, Drehbuchautoren, Journalisten und freie Künstler. Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft und selbstständige Kulturschaffende arbeiten – ähnlich wie zahlreiche unternehmensnahe Dienstleister – häufig in Netzwerken und lokalen Milieus zusammen, die es ihnen ermöglichen, auch über den lokalen Maßstab hinaus nutzbringende Beziehungen aufzubauen. Damit werden die jeweiligen Informationszugänge zu Märkten verbessert, fachliche Ressourcen können projektbezogen zur Auftragsbefreiung gebündelt werden, und die Akquisition von Aufträgen wird erleichtert. Netzwerke tragen dazu bei, die wirtschaftliche Entwicklung auch der kleineren oder sehr spezialisierten Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu fördern.

Die Innovationspotenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft werden zunehmend wahrgenommen, und die Bedeutung von Kreativleistungen rückt mehr und mehr in den Blickpunkt von Unternehmen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft schafft nicht nur einen Mehrwert für die Branche selbst, sondern leistet wichtige Beiträge für Innovationsleistungen anderer Wirtschaftszweige, beispielsweise der Automobilindustrie oder der IT-Branche. Die Einbeziehung von Kreativen in unternehmerische Prozesse kann helfen, neue Perspektiven zu eröffnen und neue Produkte marktfähig zu machen. So sind künstlerische Leistungen in Industrie- oder Produktdesign oftmals wesentliche Voraussetzungen für den Markterfolg von Produkten.

KULTUR- UND KREATIV- WIRTSCHAFT IN HESSEN

Das Schweizer Drei-Sektorenmodell¹ gliedert den gesamten Kultur- und Kreativsektor in einen marktwirtschaftlichen (Kultur- und Kreativwirtschaft), einen öffentlichen (öffentlicher Kulturbetrieb) und einen gemeinnützigen Bereich (Freie Kulturszene) auf. Diese stehen miteinander „kapillar“ in Verbindung. Eine vielfältige Kulturszene bietet ein attraktives Umfeld für alle Unternehmen. Umgekehrt tragen andere Wirtschaftsbereiche zum Prosperieren der Kultur- und Kreativwirtschaft bei. Die öffentliche Hand wiederum, die kulturelle Einrichtungen und Kulturschaffende maßgeblich unterstützt, erhält von den Unternehmen und Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft Steuern und Abgaben. Der öffentliche Sektor bietet beispielsweise mit Museen und Rundfunkanstalten eine relevante Grundlage für das Schaffen der Akteure im privaten Sektor.

Die Freie Kulturszene ist in der Regel nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtet. Die freien Gruppen, Veranstalter und Institutionen in diesem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft sind oft als Verein, gemeinnützige GmbH oder in kommunaler Trägerschaft organisiert. Die Freie Kulturszene wird von Nonprofit-Einrichtungen und -Organisationen wie soziokulturellen Zentren, alternativen Kulturzentren, Kulturcafés, freien Theatergruppen, örtlichen Kulturvereinen etc. geprägt. Sie erwirtschaftet zum Teil ihr Budget selbst, und zwar über eigene Einnahmen, vor allem aus Kulturveranstaltungen und Gastronomie, sowie durch die Unterstützung von Sponsoren, ist jedoch – ähnlich wie der öffentliche Kulturbetrieb – regelmäßig auch auf öffentliche Förderung angewiesen. Ein besonderes Merkmal der Freien Kulturszene ist ein hohes ehrenamtliches Engagement.

Der öffentliche Kulturbetrieb umfasst die Gesamtheit der unmittelbar von der öffentlichen Hand getragenen Kulturinstitutionen. Dies sind Einrichtungen wie Theater, Museen, Orchester, institutionell geförderte Verbände, Ausbildungsstätten, Stiftungen und Wettbewerbe, aber auch öffentliche Kultur- und Forschungsinstitute, die Verwaltung von kulturellen Einrichtungen auf Bundes- und Landesebene sowie in den Landkreisen und Kommunen. Der öffentliche Kulturbetrieb kann auf regionaler Ebene ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und Beschäftigungsfaktor sein, der sich in der Regel – da er relativ konjunkturunabhängig ist – durch eine stabile Beschäftigungslage auszeichnet. Die in den letzten Jahren verstärkt nachgesuchte Einbeziehung privater Ressourcen in die Finanzierung von Einrichtungen und Veranstaltungen widerlegt deren öffentlichen Charakter nicht, sondern weist auf ein neuerlich gestiegenes Interesse von Unternehmen am (öffentlichen) Kulturgesehen hin.

1: Siehe Beitrag „Kulturwirtschaft“ von Michael Söndermann, Kulturpolitische Mitteilungen • Nr. 116 • 1/2007.

Hessens Image als Kreativstandort ist (noch) in einer Präge- und Entwicklungsphase, die jetzt insbesondere durch eine neue Generation von Kreativunternehmen (aktiv) mitgestaltet werden kann.

Mathias Jakob | studiokassel|MUSIKPRODUKTION, Kassel

Frankfurt ist so klein, dass man alles mit dem Fahrrad oder zu Fuß machen kann, trotzdem entsteht durch die gläsernen Kulissen und die Lichter in den Hochhäusern ein urbanes Gefühl in mir. Dieses Gefühl ist wichtig für meine kreative Arbeit, denn ich sehe sie nicht als einen reinen Prozess an, sondern als einen Zustand, in den ich mich versetzen möchte.

Max Zimmermann | FIFTYEIGHT 3D Animation & Digital Effects, Frankfurt am Main

Die lokale Verfügbarkeit der unterschiedlichen Gewerke – geprägt von hessischer Empathie – hilft uns, unseren Aktionsradius jederzeit qualitativ in die Welt zu tragen. Hessen ist ein attraktiver Raum mit und für Menschen, die den Dialog suchen – im Beruf wie im täglichen Leben. Hessen vernetzt – lokal, national, international, bilateral ...

Wolf Udo Wagner | Studio Wagner:Design, Frankfurt am Main

1.3

**„EINE REGION, DIE ATTRAKTIV SEIN WILL,
MUSS AUCH KREATIV SEIN“**

Hessens Wirtschaftsminister
Tarek Al-Wazir über Kultur- und Kreativ-
wirtschaft als politischen Schwerpunkt

HERR MINISTER, SIE HABEN SICH VORGENOMMEN, DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN ZU STÄRKEN. DAS IST IHNEN SO WICHTIG, DASS SIE DIESES ZIEL EIGENS IN DIE KOALITIONSVEREINBARUNG HINEINGESCHRIEBEN HABEN. WARUM?

AL-WAZIR Weil hier ein Wirtschaftssektor ressourcenschonend wächst, vielen Menschen Arbeit gibt und Impulse für andere Branchen setzt. Die Kreativbranche setzt in Hessen jährlich rund 12 Mrd. Euro um, zählt über 20.000 Firmen und beschäftigt mehr als 120.000 Menschen. Das sind sehr erfreuliche Zahlen, aber da ist noch mehr Potenzial. Denn Hessen bietet Kreativen ideale Bedingungen: Wirtschaftskraft, Infrastruktur, Internationalität und Weltoffenheit. Und außerdem: Eine Region, die attraktiv sein will, muss auch kreativ sein. Wenn man fragt, was Menschen an Berlin toll finden, dann ist die Antwort oft, dass man dort eben irgendwie das Gefühl hat: „Hier ist es hip.“ Und zu diesem Hip-Gefühl gehört Kreativität eben dazu.

WENN DAS SO IST: MUSS MAN DA NICHT BEFÜRCHTEN, DASS DIE KREATIVEN GLEICH NACH BERLIN WEITERZIEHEN?

AL-WAZIR In Berlin gibt es zwar viele Kreative, aber wenig zahlende Kundschaft. In Hessen gibt es dagegen viele, die kreative Leistung auch anständig bezahlen wollen und können. Das ist ein Vorteil. Kreative Zentren blühen dort, wo die allgemeine Wirtschaft stark und vielfältig ist. Ein weiterer Vorteil ist die hohe Konzentration von Hochschulen, die Leute aus der ganzen Welt anziehen. Hier ist es international und lebendig, es gibt einen kreativen Humus, aus dem viel Spannendes wächst. Das wird noch nicht überall so wahrgenommen, ist aber so. Es muss nur besser sichtbar werden, und daran arbeiten wir.

WANN IST IHNEN KLAR GEWORDEN, DASS DIESER WIRTSCHAFTSBEREICH BESONDERE AUFMERKSAMKEIT VERDIENEN KÖNNTE?

AL-WAZIR Mein Aha-Erlebnis war, als ich – das muss 2006 oder 2007 gewesen sein – den Spieleentwickler Crytek besuchte. Ich hatte keine Vorstellung, was da passiert, ging durch die Tür, und vor mir saßen plötzlich hundert junge Leute an Computern, ein ganz internationales Team, und alle im wahrsten Sinne des Wortes kreativ tätig. Über die Games-Branche wird ja insgesamt viel zu schlecht geredet, viele denken zunächst an Ego-Shooter. Aber man muss wissen, dass die da auch modernste Industrie-Anwendungen entwickeln. Diese Kombination aus Kreativität und wirtschaftlichen Potenzialen, das ist eine große Chance.

ES HEISST, DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT GIBT IMPULSE FÜR ANDERE BRANCHEN?

AL-WAZIR Viele Wirtschaftsbereiche profitieren enorm vom Beitrag der Kreativen, denken sie nur an den Stellenwert des Designs in der Automobilbranche. Oder um beim Beispiel Games zu bleiben: Spielesoftware fließt inzwischen in Therapieprogramme für Krankengymnastik ein und wird in der Schulung von Chirurgen genutzt. Das wird noch stärker werden, weil die Digitalisierung alle Lebensbereiche erfasst.

SIE HABEN BESCHRIEBEN, WIE VIELFÄLTIG DIE BRANCHE IST. GIBT ES DA ÜBERHAUPT GEMEINSAME INTERESSEN UND BEDÜRFNISSE, AN DENEN DIE WIRTSCHAFTSPOLITIK ANSETZEN KANN?

AL-WAZIR Mir geht es vor allem darum, dort zu unterstützen, wo sich ganz Neues entwickelt, wo mutige Ideen in jungen Unternehmen entstehen. Hier können wir helfen, indem wir die Finanzierungsinstrumente für junge Unternehmen ausbauen oder Räume und Beratung vermitteln. Kurz: Es geht um die kleinen – die aber hoffentlich in ein paar Jahren so groß sind, dass sie dann ohne den Staat auskommen.

WELCHEN HANDLUNGSBEDARF SEHEN SIE DENN BEI DEN FINANZIERUNGSMITTELN?

AL-WAZIR Es gibt Förderangebote, aber die sind nicht immer überall bekannt. Daran arbeiten wir. Selbstverständlich können Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft alle Förderprogramme des Landes nutzen. Wenn es notwendig ist, werden wir nachjustieren; das wollen wir im Dialog mit der Branche klären. Die Bandbreite der Darlehensangebote reicht von 3.000 Euro bis zwei Mio. Euro. Bei Volumina, die das Land nicht stemmen kann, müssen wir andere Wege gehen. Deswegen sind wir mit Finanzinstituten im Gespräch, damit wir die, die Geld haben, mit denen zusammenbringen, die Geld brauchen.

IST DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT EIGENTLICH EINE BALLUNGSRAUMBRANCHE?

AL-WAZIR Grundsätzlich kann es Kreativwirtschaft überall geben, gerade im digitalen Zeitalter. Wahr ist aber: Es wird weiterhin vor allem die Metropolregion um Frankfurt sein. Aber dazu muss man auch Offenbach, Wiesbaden und Darmstadt zählen, das ist ja alles im Radius von nur 30 bis 40 Kilometern. Die Region muss sich geschlossen darstellen. Aber Kreativität braucht auch reale Treffpunkte. Das findet nicht nur virtuell statt. Es geht bei Kreativität immer auch um Austausch und Unterstützung, um Networking.

HABEN SIE DESHALB DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT ZUM THEMA ZWEIER DELEGATIONSREISEN IN DIE NIEDERLANDE UND NACH ITALIEN GEMACHT?

AL-WAZIR Auch. Solche Reisen erfüllen mehrere Zwecke. Zum einen zeigt man im Ausland, was wir in Hessen haben. Zweitens haben sie natürlich das Ziel, hessischen Unternehmen internationale Kontakte und Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen. Genauso aber signalisieren wir damit den hessischen Unternehmen, dass wir uns als Wirtschaftsministerium für die Kreativwirtschaft einsetzen, auch international. Und viertens schauen wir natürlich immer, ob man anderswo etwas dazu lernen kann.

WAS HABEN SIE DENN NACHAHMENSWERTES AUF DIESEN REISEN GESEHEN?

AL-WAZIR Am meisten beeindruckt hat mich, was aus dem ehemaligen Philips-Gelände in Eindhoven geworden ist: ein Campus für Forschung und Entwicklung, der ausdrücklich auch für andere Firmen offen ist. Dort teilt man Ergebnisse miteinander. Die Angst, dass ein anderer einem etwas klaut, wurde überwunden. Dieser Glaube, dass man gemeinsam mehr erreicht, ist sicher etwas, das wir in Deutschland lernen und besser machen können.

DAS IST SICHER AUCH ETWAS, DAS ZEIT BRAUCHT. WAS IST DENN DIE VORDRINGLICHE HERAUSFORDERUNG BEI DER ENTWICKLUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN?

AL-WAZIR Es wird wichtig für uns, dass wir sichtbarer machen, was es hier gibt. Das hat etwas mit unseren Hochschulen zu tun und mit der Frage, wie wir mehr Orte für kreative Arbeit schaffen. Orte wie den basis in Frankfurt oder die Heyne-Fabrik in Offenbach. Günstige Räume sind im Ballungsraum bekanntlich ein Dauerthema. Wie wir das schaffen, obwohl wir – anders als Berlin – hier nicht aus EU-Töpfen subventionieren dürfen, das wird eine der spannenden Fragen sein. Aber ich bin zuversichtlich, dass es uns gelingt.

IST DAS DER SINN DES BRANCHENDIALOGS, DEN SIE FÜHREN?

AL-WAZIR Nicht allein. Natürlich wollen wir zunächst einmal wahrnehmen, was wir hier an Unternehmen und funktionierenden Strukturen haben. Vor allem aber geht es darum, von der Branche zu lernen, was ihre Wünsche und Erwartungen sind – damit wir auf dieser Grundlage Politik gestalten können. Zugleich wollen wir diesen Dialog zu einem Forum entwickeln, wo die Branche untereinander ins Gespräch kommt, wie man sich gegenseitig unterstützen kann. Networking ist wichtig.

WORAUF GRÜNDEN SIE IHRE ERWARTUNG, DASS DAS ALLES FUNKTIONIERT?

AL-WAZIR Ich habe ja aus meiner lokalen Sicht verfolgt, wie die Stadt Offenbach – eigentlich aus der puren Not heraus – vor einigen Jahren beschlossen hat, einen Schwerpunkt auf die Kultur- und Kreativwirtschaft zu legen. Heute generiert die Branche dort Arbeitsplätze und Steuereinnahmen. Und das ist nicht nur mit Fördermitteln gelungen, sondern auch, indem man Leute zusammengebracht hat. Solche Entwicklungen zu fördern, ist eine klassische Aufgabe für die Wirtschaftspolitik.

HABEN SIE DEN FOKUS KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT EIGENTLICH IHRER HEIMATSTADT ZULIEBE GESETZT?

AL-WAZIR Ach was, ich bin Minister für alle Hessinnen und Hessen und freue mich über alles, was Kreativwirtschaft macht, egal wo. Dass die Kreativwirtschaft auch in Offenbach große Fortschritte macht, liegt daran, dass die Stadt diese Chance erkannt und ergriffen hat. Außerdem sind hier die Mieten noch bezahlbar. Das hat aber nichts damit zu tun, wo der Minister gerade herkommt.



HESSEN

2.1

BEITRAG HESSENS ZUR KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND

Die hessische Kultur- und Kreativwirtschaft leistet zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland einen Beitrag von rund 8 Prozent, bezogen auf die Zahl der Unternehmen, den Umsatz und die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Dies entspricht in etwa dem Einwohneranteil Hessens an Deutschland (7,5 Prozent). Beide Anteile haben sich in den letzten Jahren kaum verändert.

In den einzelnen hessischen Teilmärkten weicht dieser Anteil jedoch nach oben oder unten ab und signalisiert damit einen überdurchschnittlichen oder aber einen unterdurchschnittlichen Beitrag des jeweiligen hessischen Teilmarkts.

In Hessen gibt es vier Teilmärkte, die zu den umsatzstarken Teilmärkten gehören und deren Beitrag zum gesamtdeutschen Umsatz im jeweiligen Teilmarkt gleichzeitig über den Durchschnittswert der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft hinaus geht. Sie stellen somit eine besondere Stärke Hessens dar.

Dies sind die Teilmärkte:

- **Werbung** (Umsatzanteil am Teilmarkt in Deutschland 11,8 %),
- **Architektur** (Umsatzanteil am Teilmarkt in Deutschland 10,4 %)
- **Software-/Games-Industrie** (Umsatzanteil am Teilmarkt in Deutschland 9,8 %)
- **Designwirtschaft** (Umsatzanteil am Teilmarkt in Deutschland 9,8 %)

Auch der Markt für darstellende Künste weist einen überdurchschnittlichen Anteil am Umsatz der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft auf, hat jedoch absolut gesehen für die hessische Kultur- und Kreativwirtschaft nur geringe Bedeutung.

Einen überdurchschnittlichen Anteil an der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten² am jeweiligen Teilmarkt in Deutschland sowie gleichzeitig eine hohe Bedeutung für den hessischen Arbeitsmarkt haben zwei hessische Teilmärkte:

- **Buchmarkt** (Beschäftigtenanteil am Teilmarkt in Deutschland 13,3 %)
- **Werbung** (Beschäftigtenanteil am Teilmarkt in Deutschland 10,8 %).

2.1.1

UNTERNEHMEN UND UMSATZ

Der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft werden 2013³ rund 20.400 Unternehmen zugerechnet, die einen Umsatz von rund 11,6 Mrd. Euro erzielten. Das sind 8,2 % aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Hessen. Ihr Anteil am Umsatz der Gesamtwirtschaft in Hessen beträgt rund 2,4 %. In Deutschland werden insgesamt rund 246.000 Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft zugerechnet – das sind 7,6 % aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen. Diese Unternehmen wiesen im Jahr 2013 einen Umsatz von insgesamt rund 146 Mrd. Euro aus, das entspricht einem Anteil von rund 2,3 % am Umsatz der Gesamtwirtschaft in Deutschland.

2: Ohne geringfügig Beschäftigte.

3: Die aktuellsten Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes zu Umsätzen beziehen sich auf das Jahr 2013.

KULTUR- UND KREATIV- WIRTSCHAFT IN HESSEN: DATEN & FAKTEN

In Bayern und Nordrhein-Westfalen gibt es, auch bedingt durch die Größe dieser Bundesländer, jeweils mehr als doppelt so viele Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Anteil der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Unternehmenszahl der Gesamtwirtschaft hat jedoch die gleiche Größenordnung wie in Hessen (7,8 bzw. 7,6 %). Baden-Württemberg weist rund 30.000 Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf, das sind 7 % aller Unternehmen.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt niedriger als in der Gesamtwirtschaft. So hatten im Jahr 2013 die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland im Durchschnitt einen steuerbaren Umsatz in Höhe von rund 594.000 Euro. Demgegenüber waren es in der Gesamtwirtschaft durchschnittlich 1,94 Mio. Euro je Unternehmen – ein mehr als 3-mal so hoher Umsatz. Dies gilt mit unterschiedlich starken Ausprägungen für alle Bundesländer.

Baden-Württemberg steuert zum Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, bedingt durch seine Größe als Bundesland, einen Anteil von 16 % bei, Bayern und Nordrhein-Westfalen sogar 21 % bzw. 24 %. Seit 2009 sind diese Größenordnungen sowohl auf Bundes- und Länderebene als auch in Hessen relativ stabil geblieben.

KENNZIFFERN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN UND AUSGEWÄHLTEN BUNDESLÄNDERN

	DEUTSCHLAND	HESSEN	BADEN- WÜRTTEMBERG	BAYERN	NORDRHEIN- WESTFALEN
UMSATZ IN TSD. EURO	146.377.658	11.615.123	23.501.742	31.164.838	34.989.943
UNTERNEHMEN	246.353	20.446	30.351	46.801	50.875
UMSATZ JE UNTERNEHMEN IN TSD. EURO	594	568	774	666	688
SVB ⁴	808.775	71.857	129.746	150.607	161.224
AUSSCHLIESSLICH GERINGFÜ GIG ENTLOHNTE BESCHÄFTIGTE	211.101	16.840	38.892	31.386	44.009
ANTEIL DEUTSCHLAND INSGESAMT					
UMSATZ	100,0	7,9	16,1	21,3	23,9
UNTERNEHMEN	100,0	8,3	12,3	19,0	20,7
SVB ⁴	100,0	8,9	16,0	18,6	19,9
AUSSCHLIESSLICH GERINGFÜ GIG ENTLOHNTE BESCHÄFTIGTE	100,0	8,0	18,4	14,9	20,8
ANTEIL AN DER JEWEIFLIGEN GESAMTWIRTSCHAFT					
UMSATZ	2,3	2,4	2,2	3,0	2,3
UNTERNEHMEN	7,6	8,2	6,8	7,8	7,6
SVB ⁴	2,7	3,0	3,0	3,0	2,6

Quelle: Berechnungen der Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes (2013) und der Bundesagentur für Arbeit (2014)

4: SVB = Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

2.2

ERWERBSTÄTIGE IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

2.2.1

ERWERBSTÄTIGE INSGESAMT

Insgesamt kann man von mindestens 121.000 Erwerbstätigen ausgehen, die in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen tätig sind. In der Struktur der Erwerbstätigen gibt es in Hessen und auf Bundesebene keine signifikanten Unterschiede. Auch hat sich die Zusammensetzung der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2009 kaum verändert. Etwa 17 % der Erwerbstätigen sind Inhaber von Unternehmen. Weitere 10 % der Erwerbstätigen sind freiberuflich tätig (in der Künstlersozialkasse erfasst). Das Gros stellen die abhängig Beschäftigten mit rund 73 % der Erwerbstätigen. Dies sind 59 % sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und 14 % ausschließlich geringfügig Beschäftigte.

2.2.2

SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTE

In Deutschland waren in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014⁵ rund 809.000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, dies entspricht einem Anteil von 2,7 % an den Gesamtbeschäftigten in Deutschland. Darüber hinaus sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft 211.000 Personen ausschließlich geringfügig beschäftigt.

In der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft waren 2014 rund 72.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte tätig, das entspricht einem Anteil von 3 % an den Gesamtbeschäftigten in Hessen. Dies ist mehr als im Bundesdurchschnitt.

In Baden-Württemberg und Bayern hat die Kultur- und Kreativwirtschaft ebenfalls einen Anteil von rund 3 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, in Nordrhein-Westfalen nur 2,6 %.

Hinzu kommen in Hessen rund 16.800 ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte. Ihr Anteil an den Erwerbstätigen ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft von Teilmarkt zu Teilmarkt verschieden. Weiterhin sind in Hessen zahlreiche Personen im Nebenjob geringfügig in der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt.⁶

2.2.3

FREIBERUFLICH TÄTIGE UND UNTERNEHMENSINHABER

Die wachsende Bedeutung und die verstärkte öffentliche Wahrnehmung der Kultur- und Kreativwirtschaft haben auch zu einer steigenden Popularität der selbstständigen Kreativberufe und der Kreativunternehmen geführt. Die Zahl der Freiberufler sowie der Kleinst- oder Ein-Personen-Unternehmen nimmt in allen Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu.

Zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft die Freiberufler in kreativen Berufen und die selbstständigen Künstler hinzuzurechnen, die in der Statistik der *Künstlersozialkasse Oldenburg (KSK)* in den vier inhaltlichen Sparten – Wort, Bildende Kunst, Musik und Darstellende Kunst – erfasst werden. Das waren 2014 in Hessen 11.800 Personen.

Die stärkste Zunahme an Versicherten von 2009 bis 2014 hat es in Hessen in den Bereichen Musik (+12 %) bzw. Darstellende Kunst (+11 %) gegeben. In den Bereichen Wort und Bildende Kunst blieb die Zahl der Versicherten nahezu unverändert (0 % bzw. +1 %).

5: Die aktuellsten Daten der Bundesagentur für Arbeit zu Beschäftigten beziehen sich auf das Jahr 2014.

6: Dies sind rund 8.000 Personen. Diese üben auf jeden Fall parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen, ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung der Struktur nicht berücksichtigt.

Die hessischen Künstler gaben für das Jahr 2014 ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 15.979 Euro an, in Deutschland waren es 15.425 Euro und damit geringfügig weniger. Gegenüber dem Jahr 2009 bedeutet dies einen Anstieg um 13 %. Die stärkste Einkommenssteigerung gegenüber dem Vorjahr entfällt in Hessen auf die Bereiche Wort und Bildende Kunst mit 15 %.

Insgesamt liegen die Durchschnittseinkommen in Hessen um rund 3,6 % über dem Durchschnittseinkommen in Deutschland; insbesondere die Bereiche Bildende Kunst und Musik fallen hier mit einer positiven Abweichung von 5,9 bzw. 5,8 % auf. Im Bereich Wort liegen die Einkommen in Hessen um 4,7 % über dem Wert des Bundes, in der Darstellenden Kunst sind die Einkommen in Hessen jedoch um rund 3 % niedriger als in Deutschland.

Zu den Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen auch Inhaber von Unternehmen mit mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz.⁷ In Hessen sind das rund 20.400 sowie eine unbekannte Zahl an Unternehmensmitinhabern.

2.3

STRUKTUR DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnen sich nicht nur durch die Heterogenität der Kreativschaffenden und ihrer Produkte und Dienstleistungen aus, sondern auch durch eine hohe Spannweite an Erwerbstätigen-, Unternehmens- und Umsatzzahlen. Beeinflusst von der Globalisierung und Digitalisierung sowie der allgemeinen Wirtschaftssituation haben sie sich in den vergangenen Jahren wirtschaftlich höchst unterschiedlich entwickelt.

2.3.1

UNTERNEHMEN UND UMSATZ IN DEN TEILMÄRKTEN

Sowohl in Hessen als auch in Deutschland insgesamt sind es die gleichen Teilmärkte, die die meisten Unternehmen aufweisen. Spitzenreiter sind die Designwirtschaft und der Architekturmarkt (rund 4.500 und 3.500). Etwas weniger und in etwa gleich viele Unternehmen weisen die Software-/Games-Industrie und der Werbemarkt auf (rund 3.300 und 2.900).

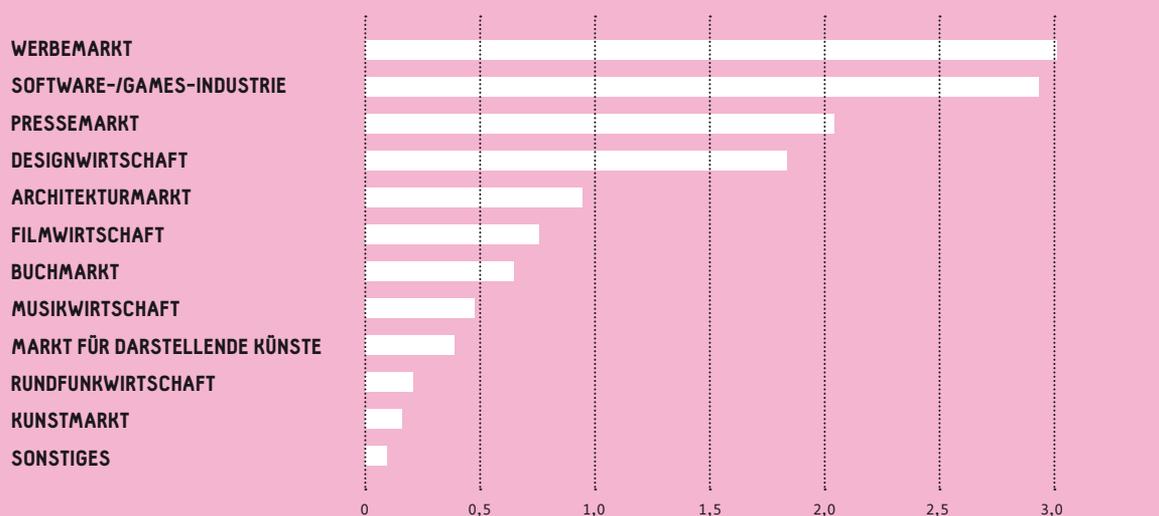
Die drei umsatzstärksten Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft sind in Deutschland wie auch in Hessen der Pressemarkt, die Software-/Games-Industrie sowie der Werbemarkt, in Hessen allerdings in umgekehrter Reihenfolge.

Der umsatzstärkste Teilmarkt der erwerbswirtschaftlich orientierten Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen war im Jahr 2013 die Werbung mit rund 3,0 Mrd. Euro Umsatz. Das ist auch in Nordrhein-Westfalen der Fall, wo die Werbung 9,6 Mrd. Euro Umsatz erzielte. Der zweitstärkste Teilmarkt in Hessen war die Software-/Games-Industrie mit gut 2,9 Mrd. Euro Umsatz. Ebenfalls eine hohe wirtschaftliche Bedeutung hat der Pressemarkt in Hessen als drittstärkster Teilmarkt mit rund 2,0 Mrd. Euro Umsatz. Im Bund ist der Pressemarkt mit rund 32 Mrd. Euro umsatzstärkster Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Architekturmarkt ist mit knapp 1 Mrd. Euro Umsatz fünftstärkster Teilmarkt in Hessen.

Um die Bundesländer im Hinblick auf die Bedeutung dieser umsatzstarken Teilmärkte besser vergleichen zu können, ist der jeweilige Anteil dieser Teilmärkte an der Gesamtwirtschaft des entsprechenden Bundeslandes aufschlussreich. Hier zeigt sich z. B., dass der Werbemarkt, der in Hessen wie in Nordrhein-Westfalen der umsatzstärkste Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft ist, in Hessen eine etwas geringere Bedeutung für die Gesamtwirtschaft hat als in Nordrhein-Westfalen.

7: Sie sind als Unternehmen in der Umsatzsteuerstatistik erfasst.

UMSATZ IN DEN TEILMÄRKEN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN 2013 (IN MRD. EURO)



Quelle: Berechnungen der Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

UMSATZ IN DEN TEILMÄRKEN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN UND AUSGEWÄHLTEN BUNDESLÄNDERN 2013¹

	HESSEN UMSATZ ²	IN % ³	BA-WÜ UMSATZ ²	IN % ³	BAYERN UMSATZ ²	IN % ³	NRW UMSATZ ²	IN % ³	DEU UMSATZ ²
ARCHITEKTURMARKT	950.783	10,4	1.496.511	16,3	1.676.214	18,3	1.803.084	19,7	9.174.363
BUCHMARKT	635.115	4,5	2.640.418	18,6	2.805.740	19,8	5.421.968	38,2	14.205.461
DESIGNWIRTSCHAFT	1.848.577	9,8	2.999.527	15,9	3.021.031	16,0	6.000.299	31,9	18.828.168
FILMWIRTSCHAFT	760.543	8,3	411.043	4,5	2.745.510	29,8	1.533.582	16,6	9.214.977
KUNSTMARKT	146.579	6,2	290.033	12,2	533.570	22,5	503.134	21,2	2.372.201
MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNST	384.008	9,6	431.381	10,8	632.320	15,8	774.614	19,4	3.997.363
MUSIKWIRTSCHAFT	488.672	6,0	727.251	9,0	1.760.420	21,8	1.282.618	15,9	8.081.570
PRESSEMARKT	2.039.244	6,4	4.966.648	15,7	4.983.335	15,7	6.906.094	21,8	31.666.729
RUNDFUNKWIRTSCHAFT	175.075	1,9	222.760	2,5	4.545.980	50,6	2.697.475	30,0	8.987.332
SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE	2.942.781	9,8	8.133.806	27,0	7.264.685	24,1	3.874.820	12,9	30.118.899
WERBEMARKT	3.014.744	11,8	2.813.919	11,0	3.732.707	14,6	9.631.462	37,8	25.507.277
SONSTIGES	96.588	6,1	288.107	18,1	219.347	13,8	211.410	13,3	1.590.055
KULTUR- UND KREATIV- WIRTSCHAFT	11.615.123	7,9	23.501.742	16,1	31.164.838	21,3	34.989.943	23,9	146.377.658

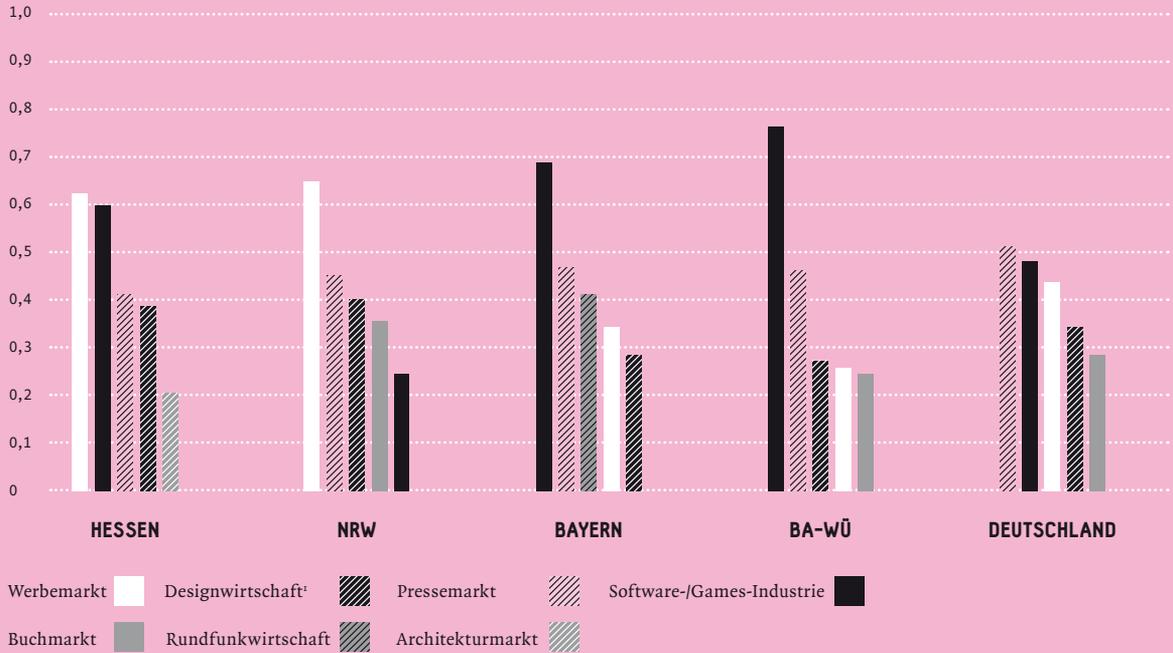
1: Der Wert für Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt entspricht nicht der Summe der einzelnen Teilmärkte, weil Dubletten, d. h. Doppelzuordnungen von Wirtschaftszweigen, eliminiert wurden (vgl. Methode Söndermann).

2: Umsatz in Tausend Euro.

3: Anteil in Prozent an Teilmärkten in Deutschland.

Quelle: Berechnungen der Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

**DIE BEDEUTENDSTEN TEILMÄRKTE IN HESSEN UND AUSGEWÄHLTEN BUNDESLÄNDERN 2013.
UMSATZANTEIL DER TEILMÄRKTE AN DER JEWEILIGEN GESAMTWIRTSCHAFT**



1: Die Designwirtschaft enthält Dubletten, die bereits in der Werbung bzw. im Architekturmarkt zugeordnet sind.

Quelle: Berechnungen der Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

Hessen und das Rhein-Main-Gebiet mit Flughafen, Messe und einer beispielhaften Infrastruktur ermöglichen den vielen Kreativen der Region unübertroffene Effizienz und Professionalität in ihrer Arbeit.

Niko Gültig | Vorstandssprecher DDC und im Vorstand des Cluk, Frankfurt am Main

Die Software-/Games-Industrie, die in Baden-Württemberg und Bayern umsatzstärkster Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft ist und zweitstärkster Teilmarkt in Hessen, hat in Hessen eine deutlich höhere Bedeutung für die Gesamtwirtschaft als in Nordrhein-Westfalen (Platz 5), wo sie aber absolut betrachtet einen um eine Milliarde höheren Umsatz hat.

Der Pressemarkt, in Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen drittstärkster Teilmarkt und in Hessen auf Platz vier, hat auch für die Gesamtwirtschaft in Hessen etwas geringere Bedeutung als in den anderen genannten Bundesländern.

Bemerkenswert ist die Stellung des Architekturmarkts in der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Er ist bezogen auf seinen Umsatz der fünftstärkste Teilmarkt. Diese Position erreicht er in keinem der verglichenen Bundesländer. Auch seine Bedeutung für die Gesamtwirtschaft ist in Hessen höher als in Baden-Württemberg, Bayern oder Nordrhein-Westfalen. Gleichzeitig verzeichnen die hessischen Unternehmen des Architekturmarkts im Durchschnitt einen höheren Umsatz als die Architekturbüros in Baden-Württemberg, Bayern oder Nordrhein-Westfalen. Hohe durchschnittliche Umsätze je Unternehmen verzeichnen in Hessen auch die Teilmärkte Werbung, Film und Darstellende Künste.

2.3.2

SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTE IN DEN TEILMÄRKTEN

Der für den hessischen Arbeitsmarkt relevanteste Teilmarkt ist Software/Games mit rund 26.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Mit einigem Abstand folgen die Werbung und der Pressemarkt mit jeweils rund 12.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Diese Teilmärkte sind auch in Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen sowie deutschlandweit die Spitzenreiter im Arbeitsmarkt Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der in Hessen relativ umsatzstarke Architekturmarkt bietet rund 5.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einen Arbeitsplatz. In den betrachteten Bundesländern sind es entsprechend ihrer Größe 12.000 bis gut 14.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Die geringste Bedeutung für den Arbeitsmarkt der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft hat in Hessen wie in Deutschland der Kunstmarkt. Aber auch der Markt für darstellende Künste und die Rundfunkwirtschaft weisen nur wenige sozialversicherungspflichtig Beschäftigte auf. In den verglichenen Bundesländern stellt sich die Situation ähnlich dar.

Hohe Zahlen ausschließlich geringfügig Beschäftigter weisen in Hessen der Pressemarkt (5.600), der Werbemarkt (rund 4.800) und die Designwirtschaft (rund 2.800) auf. Zum Vergleich: Im Buchmarkt und der Software-/Games-Industrie sind es je 1.300, in der Filmwirtschaft 1.200 und im Architekturmarkt 1.000 Personen.

Die hessische Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnet sich durch eine dynamische Entwicklung der Beschäftigtenzahlen aus. Insgesamt verzeichnete sie seit 2009 einen Zuwachs von rund 12 % bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, in der Gesamtwirtschaft lag er bei gut 8 %.

SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTE IN DEN TEILMÄRKTEN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN UND AUSGEWÄHLTEN BUNDESLÄNDERN 2014¹

	HESSEN PERSONEN ²	IN % ³	BA-WÜ PERSONEN ²	IN % ³	BAYERN PERSONEN ²	IN % ³	NRW PERSONEN ²	IN % ³	DEU PERSONEN ²
ARCHITEKTURMARKT	5.655	7,8	12.512	17,2	11.993	16,5	14.307	19,7	72.722
BUCHMARKT	7.864	13,3	10.406	17,6	11.612	19,6	10.683	18,1	59.117
DESIGNWIRTSCHAFT	7.530	9,2	12.479	15,3	14.253	17,5	17.399	21,3	81.617
FILMWIRTSCHAFT	1.864	4,8	2.435	6,2	7.935	20,3	10.256	26,2	39.149
KUNSTMARKT	322	5,9	619	11,4	957	17,6	971	17,8	5.453
MARKT FÜR DARSTELLENDEN KÜNSTE	2.534	11,9	2.027	9,5	2.674	12,5	5.496	25,8	21.327
MUSIKWIRTSCHAFT	3.180	9,3	4.093	12,0	5.928	17,4	6.859	20,2	34.029
PRESSEMARKT	11.398	9,5	18.015	15,0	22.545	18,7	20.764	17,3	120.264
RUNDFUNKWIRTSCHAFT	1.127	4,8	2.737	11,6	4.450	18,8	5.059	21,4	23.615
SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE	25.850	8,5	59.309	19,6	58.934	19,4	58.906	19,4	303.150
WERBEMARKT	12.145	10,8	12.377	11,0	19.107	17,0	26.549	23,7	112.094
SONSTIGES	446	6,1	750	10,2	1.624	22,2	1.323	18,1	7.328
KULTUR- UND KREATIV- WIRTSCHAFT	71.857	8,9	129.746	16,0	150.607	18,6	161.224	19,9	808.775

- 1: Der Wert für Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt entspricht nicht der Summe der einzelnen Teilmärkte, weil Dubletten, d. h. Doppelzuordnungen von Wirtschaftszweigen, eliminiert wurden (vgl. Methode Söndermann).
- 2: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.
- 3: Anteil in Prozent an Teilmärkten in Deutschland.

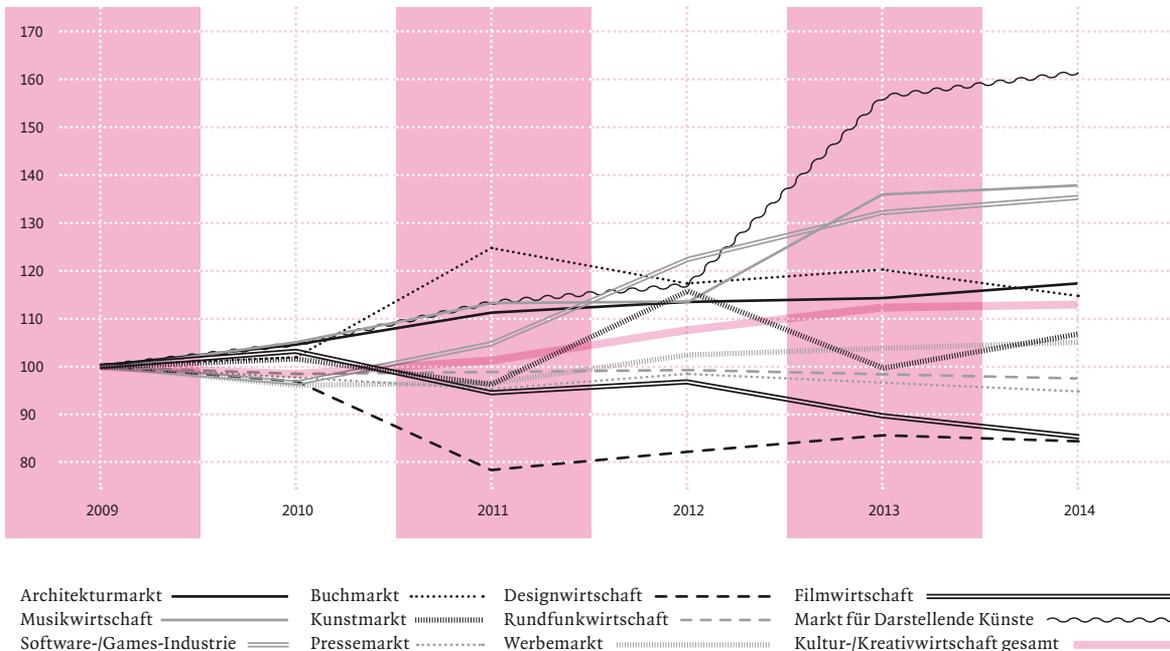
Quelle: Berechnungen der Hessen Agentur auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit

In Hessen hatte bei den bedeutendsten Märkten die Software-/Games-Industrie seit 2009 den höchsten Zuwachs (+35 %). Der hessische Architekturmarkt verzeichnete ebenfalls eine zweistellige Zuwachsrate der Beschäftigten (+18 %). Im Werbemarkt betrug der Zuwachs rund 6 %, im Pressemarkt hingegen nahmen die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ab (-5 %).

Die Zahl der ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten sank in der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2009 um insgesamt 7,5 %. Den größten Rückgang verzeichnete dabei auf hohem Niveau der Werbemarkt (-20 %), dem jedoch ein Zuwachs an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gegenüberstand.

Weniger geringfügig Beschäftigte arbeiteten auch im Buchmarkt (-15 %), wo die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Gegenzug ebenfalls zunahm. Auch in der Filmwirtschaft ging die Zahl der ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten zurück (-25 %), allerdings sank hier auch die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (-15 %). Im Pressemarkt stieg die Zahl der geringfügig Beschäftigten um rund 6 % an.

ENTWICKLUNG DER SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTEN IN DEN TEILMÄRKTEN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN (2009 =100)



Quelle: Berechnungen der Hessen Agentur auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit

Hessen ist originell und vielfältig. Der Norden und der Süden unterscheiden sich stark voneinander und stellen schon fast zwei eigene Bundesländer dar. Kontraste machen das Leben aber erst interessant und sind für die kreative Arbeit als Impulse unverzichtbar.

Christoph Langguth | BAHNHOFSADEL, Kassel

2.3.3

PORTRAITS DER TEILMÄRKTE

WERBEMARKT

Zum Werbemarkt zählen Werbeagenturen sowie Unternehmen, die sich mit der Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen beschäftigen. Werbeagenturen sind mit der Werbegestaltung, d. h. der Gestaltung von Anzeigen, Spots, Plakaten, und dem Webdesign (Illustration, Fotografie, Bildverarbeitung etc.) befasst. Unternehmen der Werbevermittlung und -vermarktung kümmern sich um die Verbreitung von Werbung in den Medien. Der Teilmarkt umfasst keine Werbeabteilungen von Unternehmen, da diese gesondert erfasst werden.⁸

Der Metropolenfaktor spielt aufgrund der Netzwerkbildung gerade für Werbeagenturen eine wichtige Rolle. Große Agenturen konzentrieren sich an Standorten, an denen ihre wichtigsten Kunden zu finden sind, oder dort, wo es ausgeprägte Mediencluster gibt. Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und Stuttgart sind Agenturhauptstädte. Kundennähe ist im Werbemarkt trotz zunehmender Digitalisierung nach wie vor entscheidend, das Geschäft läuft überwiegend lokal bis regional.

Derzeit stellt die mobile Displaywerbung den größten Wachstumsmarkt dar. Auch Werbung in Apps wird ein wachsendes Segment sein. Die Verbreitung von Audio- und Video-Formaten nimmt insbesondere durch die verstärkte Nutzung von Tablet-Computern zu. Insgesamt schreitet die Digitalisierung bei Inhalten und Wegen der werblichen Kommunikation fort. Die Kundenansprache erfolgt verstärkt über Webkommunikation, Social Media und Targeting, die in der Regel preisgünstiger sind als die klassische Werbung und damit zur Reduzierung des Werbeetats von Auftraggebern beitragen.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die gut 2.900 Unternehmen des hessischen Werbemarkts im Jahr 2013 einen Umsatz von rund 3,0 Mrd. Euro erzielt. Dies entspricht in etwa dem Umsatz der Software-/Games-Industrie (2,94 Mrd. Euro) oder dem Umsatz aller hessischen Wirtschaftsprüfer und Steuerberater (3,04 Mrd. Euro). Damit ist der Werbemarkt in Hessen der umsatzstärkste Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier wird von 14 % der Unternehmen rund ein Viertel (26 %) des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaftet.

Knapp 12.100 Personen im Werbemarkt sind sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind 17 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusätzlich arbeiten im Werbemarkt weitere 4.800 ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte, das sind immerhin 28 % aller ausschließlich geringfügig entlohten Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darüber hinaus üben weitere Personen einen geringfügigen Nebenjob aus. Die Bedeutung der geringfügig Beschäftigten ist im Werbemarkt überdurchschnittlich hoch.

Auch die freiberufliche bzw. selbstständige Tätigkeit spielt im Werbemarkt eine wichtige Rolle. In Hessen sind rund 2.900 Unternehmensinhaber tätig. Insgesamt dürfte der Werbemarkt in Hessen somit mindestens rund 19.800 Erwerbstätige aufweisen.

Der Werbemarkt konzentriert sich in Hessen auf die Rhein-Main-Region und hier insbesondere auf Frankfurt und Wiesbaden. In den 70er und 80er Jahren entstanden hier zahlreiche erfolgreiche Werbeagenturen. Nach wie vor besteht der Standortvorteil der Rhein-Main-Region in der hohen Zahl hier ansässiger potenzieller Kunden für die Werbebranche, u. a. aus den Bereichen Verbrauchsgüter, Logistik, Chemie und

8: Eine umfangreiche Linksammlung zu den Institutionen, Veranstaltungen und Wettbewerben der Teilmärkte finden Sie unter www.kreativwirtschaft-hessen.de.

Pharmazie sowie der Automobilindustrie. Zu nennen sind beispielsweise große werbetreibende Unternehmen wie *Procter & Gamble*, *Ferrero*, *Merck*, *Adam Opel AG* etc. Eine wichtige Rolle spielt am Standort Frankfurt insbesondere auch die Finanzkommunikation.

ENTWICKLUNG DES HESSISCHEN WERBEMARKTS

Die Branche weist im betrachteten Fünf-Jahres-Zeitraum von 2009 bis 2013 eine rückläufige Entwicklung auf. Die Unternehmenszahl hat sich im Werbemarkt seit 2009 um rund 500 Unternehmen vermindert, das ist ein Rückgang von rund 14 %. Nachdem der Umsatz 2009 und 2010 bei etwa 3,85 Mrd. Euro lag, brach er 2011 ein (2,86 Mrd. Euro) und stabilisierte sich 2012 und 2013 bei rund 3,01 Mrd. Euro. Dies dürfte in engem Zusammenhang mit Einsparmaßnahmen im Marketing großer Unternehmen und Auftraggeber der Werbebranche stehen. Diese Sparmaßnahmen sollten die negativen Effekte der Wirtschafts- und Finanzkrise innerhalb vieler Unternehmen mildern und haben unmittelbar die Werbeagenturen als Auftragnehmer getroffen.

Die Beschäftigtenzahlen haben sich dagegen trotz der zurückgehenden Umsätze positiv entwickelt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist von 2011 bis 2014 kontinuierlich gestiegen. Insgesamt ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit 2009 um rund 6 % gestiegen (+675). Die Zahl der ausschließlich geringfügig Beschäftigten ist von 2009 bis 2014 um 20 % gesunken, die Zahl der nur im Nebenjob in der Werbung geringfügig Beschäftigten allerdings um 21 % gestiegen. Hier hat offensichtlich eine Umschichtung stattgefunden.

DER WERBEMARKT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Der Werbemarkt gehört in Deutschland mit insgesamt rund 25 Mrd. Euro Umsatz neben dem Pressemarkt und der Software- und Games-Industrie zu den drei umsatzstärksten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Deutschlandweit liegt der Anteil des Werbemarkts an der Kultur- und Kreativwirtschaft bei rund 17 %.

Hessen hat unter den Bundesländern den viertgrößten Werbemarkt. Der Standort Frankfurt wird dabei insbesondere durch große deutschlandweit oder international tätige Agenturen geprägt, während beispielsweise in Hamburg häufig kleinere Agenturen zu finden sind. Am Standort Berlin scheint nach Branchenaussagen die Etablierung einer langfristig wirtschaftlich tragfähigen Existenz eher schwieriger zu sein – bedingt durch die Lage der Stadt und einen nur kleinen potenziellen Kundenkreis aufgrund der relativ geringen Anzahl an Unternehmenszentralen im Verarbeitenden Gewerbe und im Dienstleistungsbereich.

Ein Vorzug der Rhein-Main-Region besteht in den Niederlassungen zahlreicher internationaler Unternehmen. Sie bietet daher mehr potenzielle Auftraggeber, der Markt ist nicht gesättigt. Auf der anderen Seite ist festzustellen, dass die etablierten Agenturen und Unternehmen der Branche vermehrt Schwierigkeiten haben, profilierte Bewerber zu finden. Absolventen der hessischen Ausbildungsstätten wandern häufig zunächst ab, lassen sich dann jedoch nicht selten in den großen Werbezentren wie Hamburg oder Frankfurt nieder. Der Umsatz im hessischen Werbemarkt hat mit rund 3,0 Mrd. Euro in etwa die Größenordnung des Werbemarkts in Baden-Württemberg (2,8 Mrd. Euro). In Bayern werden 3,7 Mrd. Euro umgesetzt, in Nordrhein-Westfalen mit 9,6 Mrd. Euro mehr als das Dreifache. Die Stadtstaaten Hamburg und Berlin weisen im Werbemarkt einen Umsatz von 2,4 bzw. 1,2 Mrd. Euro aus.

Während der Werbemarkt in Hessen bezogen auf den Umsatz einen Anteil von 26 % an der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt hat, sind es in Baden-Württemberg und Bayern lediglich 12 %. In Nordrhein-Westfalen liegt der Anteil des Werbemarkts am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft bei rund 28 %. Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen ist in der hessischen Werbebranche mit rund 1,0 Mio. Euro der zweithöchste in Deutschland nach Nordrhein-Westfalen (1,24 Mio. Euro). In Baden-Württemberg liegt er bei 0,72 Mio. Euro, in Bayern bei 0,69 Mio. Euro und deutschlandweit bei rund 0,79 Mio. Euro.

Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sieht die Struktur ähnlich aus. In Hessen und Nordrhein-Westfalen hat der Werbemarkt jeweils einen Anteil von rund 17 % an allen Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das sind in Hessen 12.000 und in Nordrhein-Westfalen 27.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Baden-Württemberg weist zwar ebenfalls etwa 12.000 Beschäftigte im Werbemarkt auf, das sind jedoch nur rund 10 % aller Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In Bayern sind 19.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Werbemarkt tätig, das sind knapp 13 % aller Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der hessische Werbemarkt trägt rund 12 % zum Umsatz des deutschen Werbemarkts bei, und in Hessen arbeiten 11 % aller Beschäftigten der deutschen Werbebranche. Damit leistet die hessische Werbebranche – gemessen am durchschnittlichen Beitrag des Bundeslandes Hessen von 8 % bezogen auf Umsatz und Beschäftigung an der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt – einen deutlich überdurchschnittlichen Beitrag zum Bundesmarkt.

SCHWERPUNKTE DES HESSISCHEN WERBEMARKTS

Die hessische Werbe-, PR- und Kommunikationsbranche ist äußerst vielfältig, zumal hier Agenturen ihren Hauptsitz haben, die deutschlandweit und international tätig sind. Dazu gehören in Frankfurt beispielsweise *Leo Burnett Deutschland*, *Ogilvy & Mather Germany*, *Publicis Frankfurt*, *Wunderman*, *JWT* (ehemals *J. Walter Thompson*, seit 1952 in Frankfurt ansässig), *McCann Worldgroup Deutschland* oder *Young & Rubicam* sowie *SCHOLZ & VOLKMER* in Wiesbaden. Aber nicht nur große, auch viele kleine Werbeagenturen sind in der Region zu Hause.

In Frankfurt sind alle Disziplinen der Werbebranche vertreten, insbesondere die Wachstumsdisziplinen Onlinewerbung und digitale Werbung, aber auch die Werbefilmindustrie.

Mit rund 2,8 Mrd. Euro Umsatz bzw. mehr als 90 % des Gesamtumsatzes des Werbemarkts dominieren die **Werbeagenturen** diesen Teilmarkt eindeutig. Ihr Umsatz ist im betrachteten Zeitraum von 2009 bis 2013 jedoch um 1 Mrd. Euro gesunken (-26,5 %), die Zahl der Unternehmen ging von 3.355 auf 2.834 zurück. Dies ist insbesondere auf den Einbruch der Konjunktur in den Jahren 2010/2011 infolge der Wirtschaftskrise zurückzuführen.

KOMPETENZCENTREN UND AUSBILDUNGSSTÄTTEN

Hessen verfügt vor allem in der Rhein-Main-Region über sehr viele Ausbildungsstätten, Kompetenzzentren, Institutionen und Verbände im Bereich Werbung und Design und zeichnet sich durch eine hohe Zahl an Absolventen aus. Es werden eine Vielzahl von Studiengängen wie Kommunikationsdesign, Visuelle Kommunikation, Produktgestaltung und Industriedesign angeboten, vor allem an den Hochschulen in Offenbach, Darmstadt und Wiesbaden, ergänzt um Ausbildungsmöglichkeiten an privaten Akademien wie der *Frankfurter Akademie für Kommunikation und Design (AVA Academy of Visual Arts)* und dem *Institut für Marketing und Kommunikation (IMK)* in Wiesbaden.⁹ Diesem Cluster in der Rhein-Main-Region steht in Nordhessen die Stadt Kassel als Einzelschwerpunkt mit kreativen Studiengängen wie Produkt-Design und Visuelle Kommunikation an der *Universität Kassel* und der *Kunsthochschule Kassel* gegenüber.

Zahlreiche weitere Kompetenzzentren, Vereine und Netzwerke wie der *Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA)*, die *Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA)* und der *Marketing Club* haben ihren Sitz in der Rhein-Main-Region.

Darüber hinaus ist die Fachzeitschrift *Horizont*, eines der wichtigsten nationalen Fachmedien für Werbung und Medien, in Frankfurt ansässig.

AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

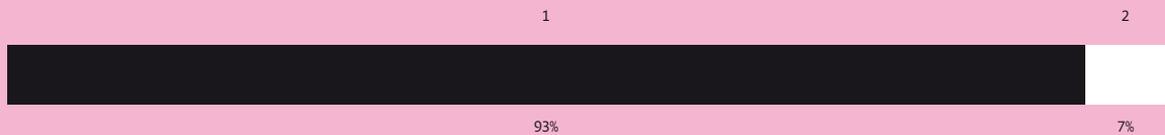
Der *Gesamtverband Kommunikatoren GWA* zeichnet mit dem *GWA Effie* seit über 30 Jahren erfolgreiche Marketing-Kommunikation aus. Das *Goldene Brandeisen*, der „Oscar des deutschen Marketings“, wird seit 2004 jährlich vom

9: Einen Überblick über Ausbildungsmöglichkeiten und Institutionen in der Rhein-Main-Region gibt das Kulturportal der Stadt Frankfurt: www.kultur-frankfurt.de.

Marketing Club Frankfurt verliehen. Beim Deutschen Dialogmarketing Preis (ddp) werden die beiden Kriterien kreative Idee und messbarer Erfolg einer Dialogkampagne gleichberechtigt bewertet. Diese Auszeichnung wird seit 32 Jahren vom Deutschen Dialogmarketing Verband (DDV) vergeben. Für den Bereich der digitalen Werbung ist als renommierter Preis der new media award (NMA) zu nennen.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN IM WERBEMARKT 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Werbeagenturen
- 2: Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und -flächen

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IM WERBEMARKT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - - - - -

SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE

Protagonisten der Software-/Games-Industrie sind vor allem die Entwickler, die Softwarehäuser und Publisher. Die Entwickler stehen am Anfang der Wertschöpfungskette, sie haben die Ideen für neue Software und Games und befassen sich mit deren Umsetzung. Dabei arbeiten sie in der Regel mit Freelancern zusammen, die kreative Vorleistungen wie Animation, Grafik, Musik, Texte und Programmierung erbringen. Im Anschluss daran übernehmen Softwarehersteller und Gamesstudios, aber auch freie Gamesentwickler die Produktion. Für die Finanzierung und Verbreitung der Produkte sind Softwarehäuser und -verlage sowie Gamespublisher zuständig. Diese wiederum werden bei der Verbreitung der Produkte von Unternehmen aus den Bereichen Marketing und Public Relations unterstützt. Am Ende der Wertschöpfungskette stehen Einzelhandel und spezialisierte Online-Portale. In den vergangenen Jahren sind über Social Media und Online-Portale im Internet neue Schnittstellen zum Käufer entstanden, die eine schnelle und direkte Verbreitung der Produkte ermöglichen und so dazu beigetragen haben, dass Entwickler, Produzenten und Verlage von Computerspielen und Software verschmelzen. Auch bei der Entwicklung von Produkten hat sich die Einbindung der Nutzer bemerkbar gemacht. Sie sind bereits in dieser kreativen Phase zu wichtigen Einflussfaktoren geworden. Neben Web-Applikationen, wie sie insbesondere auf Smartphones eingesetzt werden, weisen die klassischen Konsolenprodukte und Videospiele ein starkes Umsatzwachstum auf. Marktpotenzial liegt auch in Serious Games, welche etwa in Form von Lernsoftware im Bildungsbereich Anwendung finden.

Da im Bereich Software und Games beständig neue Technologien entwickelt werden, gilt dieser Teilmarkt als Wachstumsbranche und Innovationstreiber für viele andere Branchen. Angesichts der Verschmelzung von klassischen und neuartigen digitalen Medien, Dienstleistungen und Produkten lässt sich eine Vielzahl von Querbeziehungen zu anderen Wirtschaftsbereichen ausmachen.

Gut 80 % aller Unternehmen der Software-/Games-Industrie gehen Kooperationen mit anderen Unternehmen ein, deutlich mehr als der Durchschnitt in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie arbeiten auch häufig mit Partnern aus anderen Branchen zusammen. Die Software-/Games-Industrie ist Zulieferer für zahlreiche Wirtschaftsbereiche innerhalb und außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Produkte wie Visualisierungen und Simulationen werden nicht nur in der Filmherstellung z. B. für 3D-Animation benötigt, sondern z. B. auch im Bauwesen, in der Medizintechnik oder in der Fahrzeugproduktion. Die geographische Nähe zum Kooperationspartner spielt keine zwingende Rolle für die Software-/Games-Industrie.

Zum Teilmarkt der Software-/Games-Industrie zählen in der Statistik im Einzelnen Unternehmen sowie Webportale, die sich mit dem Verlegen von Computer-, Konsolen-, Video- und Werbespielen und Mobile Games, mit Programmierungstätigkeiten und dem Verlegen von sonstiger Software, d.h. kundenspezifischer und Standardsoftware einschließlich Beratung und Installationsleistungen, beschäftigen.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die rund 3.300 Unternehmen der hessischen Software-/Games-Industrie im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von rund 2,94 Mrd. Euro erzielt. Dies entspricht knapp dem Umsatz im Werbemarkt und in etwa dem Umsatz aller hessischen Wirtschaftsprüfer und Steuerberater (3,04 Mrd. Euro). Damit ist Software und Games bezogen auf den Umsatz der zweitstärkste Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft. 16 % der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaften rund ein Viertel des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft.

In der Software-/Games-Industrie sind 25.850 Personen (36 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Das sind mehr Personen als in jedem anderen Teilmarkt und doppelt so viele wie im Teilmarkt Werbung, in dem ein vergleichbarer Umsatz erzielt wird.

Die freiberufliche bzw. selbstständige Tätigkeit spielt in der Software-/Games-Industrie eine wesentlich geringere Rolle als in anderen Teilmärkten. Knapp 1.300 Personen sind hier ausschließlich geringfügig entlohnt beschäftigt. Das sind knapp 8 % aller ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Darüber hinaus üben weitere Personen einen geringfügigen Nebenjob aus.

Zu den abhängig Beschäftigten kommen in Hessen noch mindestens 3.300 Unternehmensinhaber hinzu. Insgesamt dürfte die Software-/Games-Industrie in Hessen somit mindestens 30.450 Erwerbstätige aufweisen.

Die Software-/Games-Industrie konzentriert sich in Hessen auf die Rhein-Main-Region. In Frankfurt hat sich der schnell wachsende Internetknoten DE-CIX (Deutscher Commercial Internet Exchange) zum größten Datenaustauschpunkt der Welt entwickelt. Hessen bietet eine digitale Infrastruktur auf Weltniveau und verfügt über eines der dichtesten Netzwerke von Software- und IT-Service-Unternehmen.

ENTWICKLUNG DER HESSISCHEN SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE

Die Branche zeichnet sich im betrachteten Fünf-Jahreszeitraum von 2009 bis 2013 im Vergleich zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft durch eine ausgesprochen positive Entwicklung aus. Die Unternehmenszahl hat sich seit 2009 um rund 530 Unternehmen erhöht, das ist ein Zuwachs von 19 %. Nachdem der Umsatz 2009 und 2010 bei etwa 2,8 Mrd. Euro lag, stieg er bis 2012 sogar auf 3,2 Mrd. Euro und lag 2013 bei gut 2,9 Mrd. Euro.

Die Beschäftigtenzahlen haben sich seit 2009 konstant positiv entwickelt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist um 35 % gestiegen, das sind rund 6.600 Beschäftigungsverhältnisse. Die ohnehin im Verhältnis zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten niedrige Anzahl der ausschließlich geringfügig Beschäftigten ist von 2009 bis 2014 dagegen nur um 8 % gestiegen (+93). Die Zahl der nur im Nebenjob in der Software-/Games-Industrie geringfügig Beschäftigten hat hingegen um 22 % (+137) zugenommen.

DIE SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Die Software-/Games-Industrie ist mit über 33.000 deutschen Unternehmen der dynamischste Teilmarkt in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Branche machte 2013 in Deutschland einen Umsatz von rund 30 Milliarden Euro und hatte damit in Deutschland einen Anteil von knapp 21 % an der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Der Umsatz stieg seit 2009 stetig an. Die gute Entwicklung schlug sich auch in einer zunehmenden Beschäftigung nieder.

Der Umsatz in der hessischen Software-/Games-Industrie ist mit 2,9 Milliarden Euro in etwa ein Drittel höher als der Umsatz der Software-/Games-Industrie in Berlin (2,2 Mrd. Euro). Sowohl in Hessen als auch in Berlin sind gut 3.000 Unternehmen in diesem Teilmarkt tätig. In Baden-Württemberg werden 8,1 Mrd. Euro und in Bayern 7,3 Mrd. Euro in der Software-/Games-Industrie umgesetzt.

Während die Software-/Games-Industrie in Hessen bezogen auf den Umsatz einen Anteil von 25 % an der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt hat, sind es in Baden-Württemberg 35 % und in Bayern 23 %. Hessen hat damit nach Baden-Württemberg unter den Flächenländern den zweithöchsten Anteil. Allerdings sind in Baden-Württemberg mit rund 4.300 im Verhältnis deutlich weniger Unternehmen für den Umsatz verantwortlich, in Bayern sind es rund 7.300.

In Nordrhein-Westfalen beträgt der Umsatz in der Software-/Games-Industrie 3,9 Mrd. Euro, das ist ein Anteil von nur 11 % am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Auch wird der Umsatz in Nordrhein-Westfalen von weitaus mehr Unternehmen als in Hessen erwirtschaftet. Diese unterschiedliche Struktur wird auch beim Umsatz je Unternehmen deutlich.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen der Software-/Games-Industrie ist in Hessen mit rund 0,9 Mio. Euro der dritthöchste in Deutschland nach Baden-Württemberg (1,9 Mio. Euro) und Bayern (1,0 Mio. Euro). In Nordrhein-Westfalen liegt er bei knapp 0,7 Mio. Euro.

SCHWERPUNKTE DER HESSISCHEN SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE

Mit rund 2,86 Mrd. Euro Umsatz von insgesamt 2,94 Mrd. Euro dominieren die **Programmierer** diesen Teilmarkt eindeutig. Der Umsatz ist seit 2009 um 160 Mio. Euro gestiegen (rund +6 %), die Zahl der Unternehmen sogar um 19 %, von 2.679 auf 3.204. Die übrigen Teilbranchen der Software-/Games-Industrie – das sind **Webportale** sowie **Verlage von Computerspielen und sonstiger Software** – sind hingegen von untergeordneter Bedeutung. Sie wiesen 2013 zusammen einen Umsatz von knapp 80 Mio. Euro auf.

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN, VERANSTALTUNGEN UND MESSEN

Die Rhein-Main-Region verfügt mit der TU Darmstadt, der Games-Academy (eine Spezialschule zur Ausbildung von Berufen in der Spielentwicklung) und dem privaten, deutschlandweit vertretenen SAE-Institut in Frankfurt über renommierte Ausbildungsstätten. Hinzu kommt der *Mediencampus der Hochschule Darmstadt/Dieburg*, der ebenfalls Studiengänge für Spieleentwickler und Spezialisten für Animation anbietet (Animation & Games). Zu nennen sind ferner das *INM-Institut für Neue Medien* in Frankfurt und die *International Game Developer Association (IGDA) | Chapter Frankfurt am Main*.

In der Rhein-Main-Region existieren zahlreiche Netzwerke und Innovationszentren der Software-/Games-Industrie. Eine wichtige Rolle spielt die Initiative *GAMEplaces*, die sich als branchenübergreifende Kommunikationsplattform versteht. Hinter der Initiative steht die *Wirtschaftsförderung Frankfurt* und *gamearea-FRM*, ein Netzwerk spezialisierter Dienstleister, deren Ziel u. a. die Durchführung von gemeinsamen Aktivitäten und Messeauftritten ist. Der Verein versteht sich auch als Standortinitiative zur Förderung und Unterstützung der Entwicklung digitaler Unterhaltung in der Region. Partner der Initiative sind die *IHK Frankfurt am Main* und *Hessen-IT*, die Technologielinie des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung. Zur Vernetzung der Branche trägt ferner die jährlich stattfindende Veranstaltung *GameDays* in Darmstadt bei.

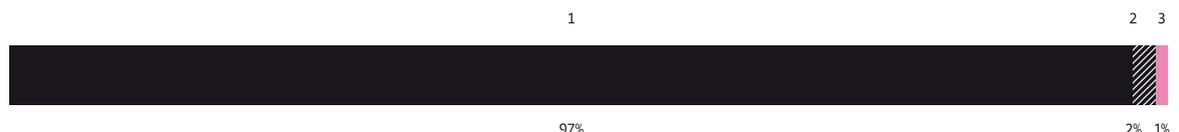
AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

Der *European Innovative Games Award (EIGA)* ehrt besondere Innovationsleistungen im Bereich Computer- und Videospiele und ist mit 10.000 Euro dotiert. Teilnahmeberechtigt sind Projekte aus allen Mitgliedsländern der EU. Veranstalter des *European Innovative Games Award* ist eine Trägergemeinschaft, der die *Wirtschaftsförderung Frankfurt*, die Standortinitiative *gamearea-FRM* und das *Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung* angehören. Der Wettbewerb wird in Kooperation mit der Europäischen Kommission realisiert.

Der *Hessische Website Award* prämiert die besten Websites kleiner und mittlerer Unternehmen mit Standort in Hessen. Er zeigt, dass der hessische Mittelstand im Internet mithalten kann, und stellt mit den Siegern Best-Practice-Beispiele für andere Unternehmen bereit.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Programmierungstätigkeiten
- 2: Verlegen von sonstiger Software
- 3: Webportale

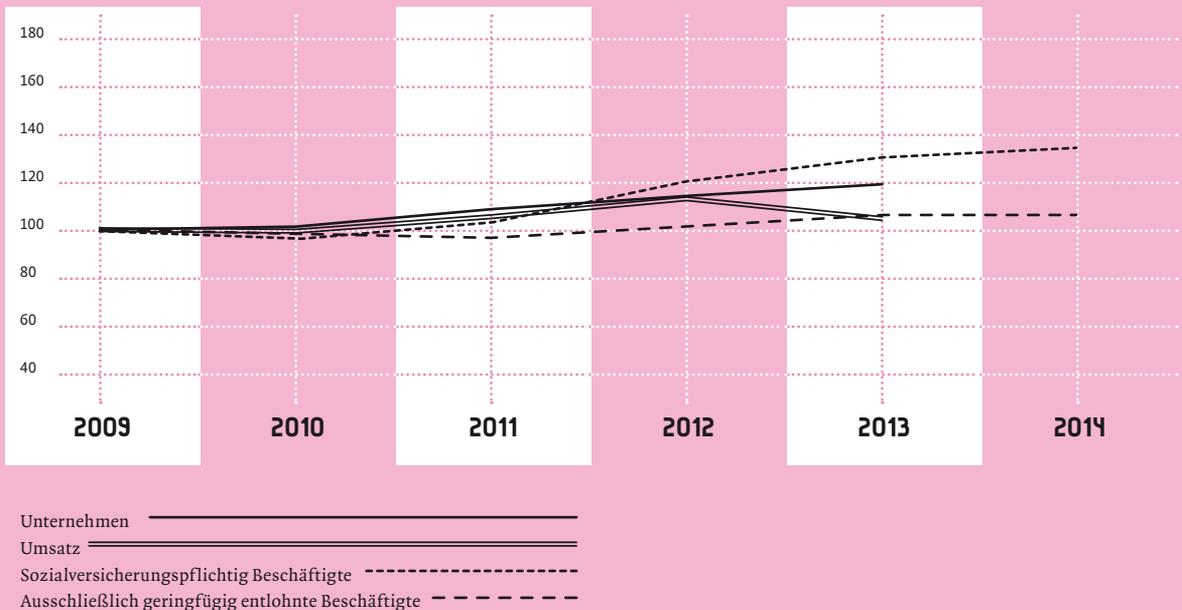
#Lebensqualität #Innovativ #International
 #Tradition #Verbunden #Digital #Wirtschaftsstärke
 #Flughafen #Kultur #Design

Hessen liegt im Herzen Europas und im Herzen Deutschlands. Durch diese besondere Lage ergeben sich enorme Vorteile für die Wirtschaft und die Infrastruktur. Für viele große und kleine Branchen ist das ein großer Gewinn – und nicht zuletzt ist Hessen dadurch auch ein Top-Standort für Kreativschaffende.

Alexander Lis | Designbüro Frankfurt, Frankfurt am Main

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



PRESSEMARKT

Zum Pressemarkt zählen neben Journalisten, Pressefotografen, Korrespondenten und Nachrichtenagenturen vor allem große Teile des Verlagswesens wie Verlage von Zeitungen, Zeitschriften, Adressbüchern oder Verzeichnissen, nicht jedoch Musikverlage und Buchverlage, die der Musikwirtschaft bzw. dem Buchmarkt zugeordnet sind. Zum Pressemarkt gehört weiterhin der Einzelhandel mit Zeitungen, Zeitschriften, Papierwaren und Bürobbedarf.

Der Pressemarkt wird im Hinblick auf Umsatz und Beschäftigung von den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen geprägt. Die Digitalisierung bei Produkten und Vertriebswegen hat hier bereits zu weitreichenden Veränderungen geführt. Die klassischen Printausgaben der Tageszeitungen stehen im ständigen Wettbewerb mit den digitalen Medien. Eine vergleichbare Entwicklung hat im Zeitschriftenmarkt stattgefunden. Jedoch haben viele Magazine, Themenhefte und Nischenprodukte höhere Chancen auf dem Printmarkt. Auch der Markteintritt neuer Zeitschriften erfolgt nach wie vor über den klassischen Handel. Der Printbereich bleibt also ein wichtiger Teil des Unternehmenserfolgs im Zeitungs- und Verlagswesen.

Sinkende Werbeausgaben der Unternehmen haben sich in den vergangenen Jahren bei Tageszeitungen und Zeitschriften bemerkbar gemacht. Der Anzeigenmarkt der Zeitungen hat sich aus dem Printbereich ins Internet verlagert. So verschwinden ganze Anzeigenkategorien wie der Stellenmarkt und Teile der Kleinanzeigen aus vielen Printmedien. Sie sind heutzutage meist über Online-Plattformen zu erreichen, deren Betreiber-Unternehmen zumeist zur IT-Branche gerechnet werden.

Die Anforderungen an Journalisten und Fotografen haben sich durch die Digitalisierung stark gewandelt. Da Nachrichten und Informationen in digitalen Kanälen auf ganz neuen Wegen verbreitet werden, wird eine hohe technische Affinität und Schnelligkeit sowie Kenntnisse in der Beschaffung und Auswertung von Daten erwartet.¹⁰

Neue Geschäftsmodelle, Informationskanäle und Vertriebswege im Internet sowie die neuen Arbeitsbedingungen für Journalisten stellen Presseverlage vor große Herausforderungen. Zunehmend offensiv erschließen sie digitale Märkte und entwickeln neue Angebote für Leser, Nutzer und Werbekunden.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die gut 2.400 Unternehmen des Pressemarkts im Jahr 2013 einen Umsatz von rund zwei Mrd. Euro erzielt. Dies entspricht in etwa dem Umsatz der Hotels, Gasthöfe und Pensionen (2,2 Mrd. Euro). Im Pressemarkt werden knapp 18 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaftet.

Neben den gut 2.400 Unternehmensinhabern sind im Pressemarkt 11.400 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind 16 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft. 5.600 Personen sind ausschließlich geringfügig beschäftigt, das sind 33 % aller ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darüber hinaus haben hier sehr viele Personen einen Nebenjob.¹¹

Hinzu kommen schätzungsweise 500 freiberuflich Tätige, eine Teilmenge derer, die in der Künstlersozialkasse in der Kategorie Wort erfasst werden. Insgesamt dürfte der Pressemarkt in Hessen somit mindestens rund 19.900 Erwerbstätige aufweisen.

ENTWICKLUNG DES HESSISCHEN PRESSEMARKTS

Die Branche wies im betrachteten Fünf-Jahres-Zeitraum von 2009 bis 2013 im Vergleich zu anderen Teilmärkten der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft eine eher negative Entwicklung auf. Die Unternehmenszahl hat sich im Pressemarkt um rund 300 Unternehmen vermindert, das ist ein Rückgang von knapp 12 %. Auch der Umsatz ist um 11 % zurückgegangen: von 2,29 Mrd. Euro auf 2,04 Mrd. Euro.

10: Quelle: „Weitergeleitet ins Netz“, Journalismus im Transformationsprozess, lpr-forum-medienzukunft 2015, 12. März, Frankfurt. Ausführungen von Joachim Becker, Direktor LPR Hessen.

11: Diese Personen üben auf jeden Fall parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen, ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung der Struktur nicht berücksichtigt.

Die Beschäftigtenzahlen haben sich trotz des Rückgangs der Zahl der Unternehmen von 2009 bis 2014 allerdings nur wenig verändert. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist von 2009 bis 2014 um 5 % gesunken, die der geringfügig Beschäftigten ist demgegenüber um knapp 6 % gestiegen. Feste Arbeitsverhältnisse gehen demnach zugunsten von projektbezogenen Beschäftigungen und freier Mitarbeit, ggf. im Nebenjob, zurück.

DER PRESSEMARKT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Der Umsatz im hessischen Pressemarkt betrug 2013 rund 2,0 Mrd. Euro, das sind 18 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Deutschlandweit liegt der Anteil des Pressemarkts an der Kultur- und Kreativwirtschaft bei knapp 22 %. Mit einem Umsatzvolumen von knapp 32 Mrd. Euro gehört der Pressemarkt auch in Deutschland zu den umsatzstärksten Teilmärkten. Allerdings sanken die Umsätze seit 2009 kontinuierlich.

In Baden-Württemberg und Bayern werden jeweils rund 5 Mrd. Euro und in Nordrhein-Westfalen 7 Mrd. Euro im Pressemarkt umgesetzt, größtenbedingt deutlich mehr als in Hessen. In Baden-Württemberg liegt der Anteil am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt bei 21 %, in Bayern bei 16 % und in Nordrhein-Westfalen bei 20 %.

In Baden-Württemberg sind dafür im Verhältnis nur rund 3.600 Unternehmen verantwortlich, in Bayern sind es bei gleichem Umsatz wie in Baden-Württemberg rund 6.200 Unternehmen. In Nordrhein-Westfalen wird der Umsatz im Verhältnis von etwa der gleichen Anzahl von Unternehmen (6.800) wie in Hessen erwirtschaftet. Diese unterschiedliche Struktur wird auch beim Umsatz je Unternehmen deutlich. Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen im Pressemarkt ist in Hessen mit rund 0,84 Mio. Euro vergleichbar mit Bayern (0,8 Mio. Euro) und Niedersachsen (0,87 Mio. Euro). In Baden-Württemberg liegt der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen mit 1,4 Mio. Euro deutlich darüber.

SCHWERPUNKTE DES HESSISCHEN PRESSEMARKTS

Der Teil des Verlagswesens, der dem Pressemarkt zugerechnet wird (ohne Buch-, Musik- und Softwareverlage), machte 2013 rund 82 % des Umsatzes des Pressemarkts aus. Der größte Teil wird mit rund 760 Mio. Euro von den **Zeitungsverlagen** erwirtschaftet, ein Anteil von gut 37 % am Umsatz des

Pressemarkts. Gegenüber 2009 mussten die Zeitungsverlage allerdings deutliche Umsatzeinbußen von rund 19 % hinnehmen, was vor allem auf die fortschreitende Digitalisierung und den Online-Bezug von Zeitungen zurückzuführen ist.

Neben zahlreichen kleineren Zeitungsverlagen sind im Rhein-Main-Gebiet große überregionale Zeitungen wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), die Frankfurter Rundschau (FR), das Handelsblatt, das Wall Street Journal Europe sowie die Frankfurter Neue Presse angesiedelt. Die FAZ-Verlagsgruppe gehört zu den zehn größten Verlagsgruppen in Deutschland. Sie rangiert dabei auf Platz sechs und hat die höchste Auslandsverbreitung aller deutschen Tageszeitungen. Die Frankfurter Rundschau erscheint seit 2012 als unabhängige Redaktionsgesellschaft unter dem Dach der Frankfurter Societät, der FAZ-Verlagsgruppe und der Karl-Gerold-Stiftung. Die Verlagsgruppe Rhein Main und das Medienhaus Südhessen (MHS Darmstadt) produzieren täglich rund 30 regionale Zeitungsausgaben.

Im Gegensatz zu anderen Bundesländern und Regionen ist der hessische Zeitungsmarkt von einer vergleichsweise großen Vielfalt geprägt. Neben den großen Zeitungsverlagen existieren noch zahlreiche regionale Zeitungen.

Mit rund 463 Mio. Euro Umsatz ist der **Verlag von Zeitschriften** die zweitstärkste Teilbranche und hat damit einen Anteil von knapp 23 % am Umsatz des Pressemarkts. Im Gegensatz zu den Zeitungsverlagen verzeichnete diese Teilbranche seit 2009 einen Umsatzzuwachs von rund 9 %.

Das **sonstige Verlagsgewerbe** wie Adressbuchverlage, der Verlag von Verzeichnissen etc. hat einen Anteil von knapp 14 % am Umsatz des Pressemarkts und musste seit 2009 ebenfalls starke Umsatzrückgänge hinnehmen.

Der **Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen sowie Schreib-, Papierwaren und Bürobedarf** trägt in Hessen gut 10 % zum Umsatz des Pressemarkts bei. Seit 2009 verzeichnet diese Teilbranche einen Umsatzrückgang von knapp 15 % (212 Mio. Euro im Jahr 2013 gegenüber 249 Mio. Euro im Jahr 2009), was auf den Online-Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften zurückzuführen ist. Waren Inhalte im Internet zunächst frei zugänglich, so verlangen die Zeitungsverlage allerdings zunehmend Entgelte für den Abruf von Informa-

tionen in ihren Online-Archiven. Der sogenannte Nonbook-Bereich, zu dem auch Geschenkartikel und Papeterie gehören, dürfte hingegen nicht zum Umsatzrückgang beigetragen haben.

Die selbstständigen Berufsgruppen der **Journalisten** und **Fotografen** sind im Pressemarkt beispielsweise in der professionellen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, bei Zeitungen und Zeitschriften sowie in Presse- und Nachrichtenagenturen als Bildjournalisten, Pressesprecher und Pressezeichner tätig. Hessen bietet trotz Stellenabbau, wie bei der Übernahme der *Frankfurter Rundschau* im Jahr 2012 geschehen, und trotz der Umwandlung von sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen in freie Mitarbeit vielen Journalisten einen Arbeitsplatz. Ihre Einnahmen wie auch die der **Korrespondenz- und Nachrichtenbüros** haben im Pressemarkt nur eine untergeordnete Bedeutung. Der Umsatz beider Teilbranchen betrug 2013 zusammen knapp 160 Mio. gegenüber rund 178 Mio. Euro im Jahr 2009. Während die Einnahmen der Journalisten und Pressefotografen seit 2009 mit -2 % relativ stabil blieben, verzeichneten die Nachrichtenagenturen mit -17 % deutlich höhere Umsatzeinbußen.

Unter den Nachrichtenagenturen dürften die in Frankfurt ansässigen Agenturen *Reuters Deutschland* (*Thomson Reuters* (*Markets*) *Deutschland*) und *Deutsche Presse-Agentur* (*dpa*) die bekanntesten sein. Die *dpa* ist eine GmbH mit 187 Gesellschaftern (Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Verleger, Rundfunkanstalten und -gesellschaften) und versteht sich als Dienstleister für die Sammlung, Bearbeitung, Bereitstellung, Verbreitung und Verwertung von multimedialen Inhalten. Sie versorgt als Marktführer tagesaktuelle Medien im In- und Ausland. Nach eigenen Angaben macht *dpa* deutschlandweit einen Umsatz von 87 Mio. Euro.

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN UND VERANSTALTUNGEN

Im Bereich der Journalistenausbildung werden in Hessen an öffentlichen Hochschulen Bachelorstudiengänge u. a. in Frankfurt, Gießen, Marburg und Darmstadt angeboten, meist in Verbindung mit Medienwissenschaften, Geschichtswissenschaften, Public Relations oder Sportjournalismus. Spezialisierte Journalistenschulen wie in Hamburg, Berlin oder in Köln existieren in Hessen nicht.

Der *Deutsche Journalisten-Verband* (*DJV*) *Landesverband Hessen* mit rund 2.600 Mitgliedern hat seinen Sitz in Wiesbaden. Einen großen Teil der Verbandsarbeit nimmt die Aus- und Weiterbildung der Mitglieder ein. Die Weiterbildungsseminare des *DJV Hessen* richten sich sowohl an freie als auch an festangestellte Redakteurinnen und Redakteure. Inhaltlich werden alle relevanten Themen abgedeckt. So reicht die Spannweite vom Urhebervertragsrecht und Fotorecht bis hin zu Social Media und Bloggen.

Dem *Verband Druck und Medien Hessen* (*VDMH*) als Arbeitgeber- und Wirtschaftsverband gehören Vorstufenbetriebe, Medienagenturen und -dienstleister, Druck- und Weiterverarbeitungsunternehmen an. Der Verband bietet auf die Druck- und Medienbranche abgestimmte Beratung, Informationen und Seminare auf arbeitsrechtlichem, betriebswirtschaftlichem und technischem Gebiet an. Auch betriebliche Aus- und Weiterbildung sowie Umweltschutz stehen auf der Agenda.

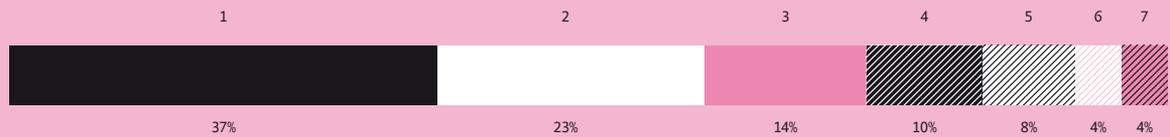
Im *Verband Hessischer Zeitungsverleger* in Bad Vilbel sind rund 30 Unternehmen organisiert. Der Verband vertritt die beruflichen und wirtschaftlichen Interessen seiner Mitglieder, bietet Seminare an, unterstützt Journalisten mit Weiterbildungsangeboten und vergibt den Jungjournalistenpreis. Seine Mitglieder werden regelmäßig über die aktuelle Rechtsentwicklung im Presse- und Mediensektor informiert.

Weiterbildungsangebote für Journalisten bietet auch die *Christliche Medienakademie* in Wetzlar. Das Netzwerk begleitet und fördert vor allem christliche Nachwuchsjournalisten auf ihrem Weg in die Medien.

Der *Frankfurter PresseClub* veranstaltet für seine Einzel- und Fördermitglieder rund 50 Clubabende im Jahr: Podiumsdiskussionen und Veranstaltungsreihen mit Referenten aus allen gesellschaftlichen Bereichen. Der *Presseclub Wiesbaden* bietet seit über 25 Jahren eine Plattform für den Dialog zwischen Journalisten, Medienschaffenden, Wirtschaft, Kultur und Politik. Und auch in Kassel und in Darmstadt warten die dortigen Presseclubs mit Fortbildungsangeboten für ihre Mitglieder und Veranstaltungen zu aktuellen Themen auf.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN IM PRESSEMARKT 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Zeitungsverlage
- 2: Zeitschriftenverlage
- 3: Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
- 4: Zeitschriften- und Zeitungseinzelhandel, Bürobedarf, Papierwaren
- 5: Adressbuchverlage
- 6: Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
- 7: Selbstständige Journalisten und Pressefotografen

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IM PRESSEMARKT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - . - . - .

PREISE UND AUSZEICHNUNGEN

In Hessen werden einige Auszeichnungen und Preise für Journalisten verliehen:

- Der *Hessische Journalistenpreis* zeichnet Journalistinnen und Journalisten aus, die mit ihren Beiträgen zur Identitätsstärkung Hessens beitragen. Die Auslobung des Preises erfolgt in Kooperation des DJV Hessen mit der Sparda Bank Hessen.
- Seit 2007 vergeben die Landesverbände Hessen und Thüringen im DJV mit Unterstützung der Sparkassen-Finanzgruppe Hessen-Thüringen jährlich den Journalistenpreis *PresseFoto Hessen-Thüringen*. Angesprochen werden hauptberufliche Foto-Journalistinnen und Foto-Journalisten aus Hessen und Thüringen.
- Seit 1989 wird der Journalistenpreis für die lokale Presse – *Hessischer Preis für junge Journalisten* – jährlich vom *Verband Hessischer Zeitungsverleger (VHZV)* vergeben. Die Ausschreibung richtet sich an Volontäre bei hessischen Tages- und Wochenzeitungen, an Journalistik-Studenten in Hessen und an freie Mitarbeiter, die seit mindestens einem Jahr regelmäßig für eine hessische Zeitung schreiben.
- Der *Wächterpreis der Tagespresse* wird bundesweit ausgeschrieben und im Kaisersaal des Frankfurter Römers (Rathaus) überreicht. Ausgezeichnet werden journalistische Arbeiten, die die Wächterfunktion der Presse wahrnehmen.
- Seit 2006 wird zweijährlich der Journalistenpreis *Der Niebergall* vom *Presseclub Darmstadt* vergeben. Mit ihm wird auf herausragende journalistische Beiträge über Darmstadt und die südhessische Region aufmerksam gemacht.
- Der *Presseclub Kassel* vergibt seit 2010 jährlich den *Claudia-Hohmann-Preis für Lokaljournalismus*. Mit diesem Preis soll der Nachwuchs im Lokaljournalismus gefördert werden.
- Mit dem *Deutschen Journalistenpreis Wirtschaft | Börse | Finanzen (djp)* des *The Early Editors Club* aus Frankfurt am Main werden herausragende redaktionelle Beiträge in deutschsprachigen Print- und Online-Medien zu Wirtschafts- und Finanzthemen ausgezeichnet.
- Der *Otto-Brenner-Preis für kritischen Journalismus* der *Otto-Brenner-Stiftung* wird in fünf Kategorien vergeben.
- Die *Heinrich-Mörthl-Stiftung* schreibt in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Siegfried Quandt einen *Medienpreis für qualitätsjournalistische Polizeiberichterstattung* in Hessen aus.

Hessen ist Vertrautes und Unentdecktes, Tradition und Moderne, Ruhepol und Impulsgeber.

Dr. Kai H. Krieger | Künstler im Kollektiv 3Steps, Gießen



FEATURE

DESIGNWIRTSCHAFT

Die Designwirtschaft gehört zu den wachstumsstärksten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Designorientierte Ideen und Konzepte finden zunehmend Eingang in andere Wirtschaftsbranchen. Die Designwirtschaft ist mit sehr vielen Teilmärkten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft verbunden, z. B. mit der Werbebranche, mit dem Buch- und Verlagswesen oder mit der Software-/Games-Industrie, aber auch mit der Musikindustrie bei der Gestaltung von Covern und Webseiten oder Live-Auftritten.

Charakteristisch für den Wertschöpfungsprozess in der Designwirtschaft ist die frühzeitige Einbindung des Kunden. Dieser nimmt mit seinen eigenen Vorstellungen starken Einfluss auf die Entwicklung von Konzepten und Inhalten. Die Designbranche selbst unterscheidet im Wesentlichen nach Art der erbrachten Leistung zwischen Produktdesign (Konsumgüter – vor allem Mode, Textilien, Möbel, Objekte – und Industriegüter) und Kommunikationsdesign (Präsentationsdesign, vor allem Werbegestaltung, Grafik- und Fotodesign, Webdesign, Multimedia-Design, CI-Design, Messegestaltung).

Das Produktdesign wird von Konsumentenbedürfnissen sowie neuen Materialien beeinflusst. Die Hersteller der Materialien beteiligen sich an der Ideenentwicklung bzw. Produktionsvorbereitung und können Auftraggeber für die Gestaltung von Konsum- und Investitionsgütern sein. Produktdaten und Visualisierungen werden dann an Unternehmen übergeben, die Modelle bzw. Prototypen erstellen. Die Fertigung großer Stückzahlen hingegen wird abschließend von entsprechenden Produktionsfirmen übernommen.

Im Kommunikationsdesign werden neben dem Kunden auch Spezialisten für Audio-, Ton-, Musik- und Sounddesign und 3D-Animation etc. in den Entwicklungsprozess eingebunden. Aufgrund der Weiterentwicklung elektronischer Medien und der Nachfrage nach neuen Produkten und Dienstleistungen haben diese Spezialisten in den letzten Jahren in der Wertschöpfungskette an Bedeutung gewonnen.

Die Verbreitung der Produkte erfolgt im Print-Bereich durch Druckereien und Verlage, in anderen Bereichen durch Webspaces-Anbieter und Multiplikatoren wie Rundfunkwirtschaft, Filmwirtschaft und Software-/Games-Industrie.¹²

Im Hinblick auf die statistische Abgrenzung gehören zum Teilmarkt Designwirtschaft Unternehmen für Industrie-, Produkt- und Mode-Design sowie Grafik- und Kommunikationsdesign. Hinzu kommen Innenarchitekten, Werbegestalter und Fotografen sowie Ateliers für Mode, Textilien und Schmuck, die ihre Produkte in der Regel nicht nur entwerfen, sondern auch selbst vermarkten. Der Teilmarkt umfasst keine Design- oder Grafikabteilungen von Unternehmen aus der Industrie oder dem Dienstleistungsbereich, da diese in der Wirtschaftszweigsystematik in der jeweiligen Branche, z. B. dem Automobilbau, erfasst sind. Bislang ist dieser Mehrwert, der durch die Leistungen Kreativer in anderen Branchen erzielt wird (sog. Spill-Over-Effekt), noch nicht statistisch hinreichend analysiert, sodass mangels qualifizierter Methodik keine belastbaren Angaben gemacht werden können.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

2013 zählte Hessen 4.500 Unternehmen in der Designwirtschaft, die einen Umsatz von rund 1,85 Mrd. Euro erzielten. Dies entspricht in etwa dem Umsatz aller hessischen Tiefbauunternehmen (1,84 Mrd. Euro). Damit ist die Designwirtschaft in Hessen bezogen auf den Umsatz nach Werbung, Software-/Games und Pressemarkt der viertstärkste Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier werden von einem knappen Viertel (22 %) der Unternehmen knapp 16 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaftet.

12: Vgl. Dr. Olaf Arndt u. a.: Kreativ-Report NRW, Seite 47.

In der Designwirtschaft sind rund 7.500 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind 10,5 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Außerdem sind in diesem Teilmarkt etwa 2.850 Personen ausschließlich geringfügig entlohnt beschäftigt, das sind 17 % aller ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Darüber hinaus üben hier weitere Personen einen geringfügigen Nebenjob aus. Der Anteil der geringfügig Beschäftigten ist in der Designwirtschaft sehr hoch.¹³

Die freiberufliche bzw. selbstständige Tätigkeit spielt auch in diesem Teilmarkt eine wichtige Rolle. Zu den abhängig Beschäftigten kommen in Hessen noch mindestens 4.500 Unternehmensinhaber hinzu. Insgesamt dürfte der Designmarkt in Hessen somit mindestens rund 14.850 Erwerbstätige aufweisen.

ENTWICKLUNG DER DESIGNWIRTSCHAFT IN HESSEN

Die Branche zeigt im Fünf-Jahres-Zeitraum von 2009 bis 2013 im Vergleich zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft eine ungünstige Entwicklung. Nachdem der Umsatz in den Jahren 2009/2010 bei etwa 2,3 Mrd Euro lag, brach er 2011 ein und liegt seitdem bei etwa 1,84 Mrd. Euro. Die Unternehmenszahl in der Designwirtschaft ist seit 2009 in etwa gleich geblieben.

Dieser Umsatzeinbruch dürfte wie im Werbemarkt in engem Zusammenhang mit Einsparmaßnahmen im Marketing großer Unternehmen und Auftraggeber stehen. Diese Sparmaßnahmen sollten die negativen Effekte der Wirtschafts- und Finanzkrise in vielen Unternehmen mildern und haben mittelbar die Agenturen als Auftragnehmer getroffen.

Die Beschäftigtenzahlen sind ebenfalls deutlich zurückgegangen. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist um rund 16 % gesunken (-1.403), die Zahl der ausschließlich geringfügig Beschäftigten von 2009 bis 2014 um 19 % zurückgegangen. Die Zahl der nur im Nebenjob in der Designwirtschaft geringfügig Beschäftigten ist dagegen um knapp 15 % gestiegen.

DIE DESIGNWIRTSCHAFT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Die Designwirtschaft erreichte 2013 in Hessen einen Umsatz von 1,85 Mrd. Euro, das sind 16 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. In der Designwirtschaft in Nordrhein-Westfalen wurden 6,0 Mrd. Euro umgesetzt (17 % Anteil an der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundeslandes) und in Baden-Württemberg und in Bayern jeweils rund 3 Mrd. Euro erwirtschaftet (13 bzw. 10 %). In Deutschland verzeichnete die Designwirtschaft 2013 einen Umsatz von knapp 19 Mrd. Euro. Deutschlandweit liegt der Anteil der Designwirtschaft damit bei 13 %. Dieser Vergleich macht deutlich, dass die Designwirtschaft in Hessen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft relativ umsatzstark ist.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen ist in Hessen mit rund 411 Tsd. Euro der dritthöchste in Deutschland nach Nordrhein-Westfalen (498 Tsd. Euro) und Baden-Württemberg (485 Tsd. Euro). In Bayern liegt er bei 296 Tsd. Euro.

In Hessen sind in der Designwirtschaft rund 7.500 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt und in Nordrhein-Westfalen rund 12.000 Personen, das sind in beiden Bundesländern knapp 11 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. In Baden-Württemberg sind rund 12.500 Personen sozialversicherungspflichtig in der Designwirtschaft beschäftigt und in Bayern rund 14.300 Personen, jeweils knapp 10 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Deutschlandweit liegt der Anteil ebenfalls bei 10 %.

13: Diese Personen üben parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Tätigkeit aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen, ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung daher nicht berücksichtigt.

SCHWERPUNKTE DER DESIGNWIRTSCHAFT IN HESSEN

Mit gut 1,4 Mrd. Euro Umsatz von insgesamt 1,84 Mrd. Euro dominieren die **Werbeagenturen**. Sie werden zu 50 % der Designwirtschaft zugerechnet. Ihr Umsatzanteil an der Designwirtschaft liegt bei 76 %. Die übrigen sechs Teilbranchen stellen nur rund ein Viertel des Umsatzes in der Designwirtschaft.

Etwa gleich hohe Umsätze verzeichnen die **Grafik- und Kommunikationsdesigner** mit 108 Mio. Euro und die **Interior Designer und Raumgestalter** mit 105 Mio. Euro. Erstere konnten ihren Umsatz seit 2009 erheblich steigern (+167 %). Der Umsatz bei den Interior Designern und Raumgestaltern war leicht rückläufig (-7,6 %). Hessen, insbesondere das Rhein-Main-Gebiet, besetzt bei Gestaltung und künstlerischem Handwerk national und international eine wichtige Position und stützt sich dabei auf eine lange Tradition. Genannt seien die 1899 gegründete Darmstädter Künstlerkolonie Mathildenhöhe, damals das europäische Zentrum des Jugendstils, ferner die Architekten und Designer Ernst May, Ferdinand Kramer, Grete Schütte-Lihotzky als Repräsentanten für angewandte Kunst und Design im Bereich Wohnungsbau und Stadtplanung im Hessen der 1920er Jahre.

Die **Industrie- und Produktdesigner** verzeichnen rund 51 Mio. Euro Umsatz und seit 2009 einen Umsatzzuwachs von 76 %. Zahlreiche Automobilfirmen haben ihr Designzentrum in der Rhein-Main-Region, z. B. KIA in Frankfurt und *General Motors* sowie *Hyundai* in Rüsselsheim. Die *Arnold AG* in Friedrichsdorf stellt als Metallverarbeitungsunternehmen anspruchsvolle Elemente für Design- und Architekturprojekte sowie für kreative Kunst in der ganzen Welt her, so auch für den Künstler Jeff Koons. In der Geschichte standen die *Frankfurter Adlerwerke* mit Design von Walter Gropius oder Persönlichkeiten wie Dieter Rams, der seit 1955 Produktgestalter des Unternehmens *Braun* in Kronberg war, für Industrie- und Produktdesign in Hessen. Zu den bedeutendsten Designklassikern Brauns zählen die Radio-Plattenspieler-Kombination SK 4 („Schneewittchensarg“) und der Weltempfänger T 1000. Die Entwürfe von Dieter Rams diente den Gestaltern von Apple als Inspirationsquelle.

Produktdesign ist nicht nur eng verknüpft mit der industriellen Herstellung von Produkten. Designer sind insbesondere auch für Manufakturen tätig. Zu den bekannten Manufakturen in Hessen gehören die *Höchster Porzellan-Manufaktur* oder die mit einer kleinen Produktion für Sonderanfertigungen wiederbelebte *Waechtersbach Germany* (früher *Waechtersbacher Keramik*, heute eine Marke der Könitz Porzellan). Renommiertere Designer wie Ettore Sottsass oder Zaha Hadid waren für die Steingutfabrik tätig. In und um Offenbach wiederum waren und sind zahlreiche Leder-Manufakturen einschließlich Schuhproduktion zu Hause, wie *PICARD Lederwaren*. Im Raum Hanau sind Goldschmiedeateliers wie die Ateliergemeinschaft *made in Hanau*, in Kirchhain in Mittelhessen die *Marburger Tapetenfabrik J.B. Schaefer* ansässig.

Gerade in den letzten Jahren sind viele kleine Schmuck- und Ledermanufakturen rund um Frankfurt und Offenbach entstanden, z. B. *Toomistu Design* (Lederhandschuhe) im *AtelierFrankfurt*, einem Zentrum der Kreativwirtschaft, oder *Jörg Koch Handgemachte Schuhe* in Frankfurt.¹⁴ In Hessen sind zudem zahlreiche Modedesigner und -ateliers ansässig.

Geschichte und Produkte hessischer Manufakturen werden in öffentlichen Museen und Betriebsmuseen wie dem *Ledermuseum Offenbach*, dem *Deutschen Goldschmiedehaus* in Hanau, dem *Elfenbeinmuseum Erbach*, dem *Eisenkunstgussmuseum Hirzenhain (Buderus)* oder dem *Porzellanmuseum Höchst* u. a. vermittelt und ausgestellt. Zu nennen ist auch das *Horex-Museum*, das die legendäre Motorradfabrikation in Bad Homburg u. a. mit Konstruktions- und Designstudien präsentiert.

Die **Innenarchitekten** verzeichnen knapp 40 Mio. Euro Umsatz und seit 2009 einen Umsatzzuwachs von 138 %.

Schmuck-, Gold- und Silberschmiede wiesen 2013 rund 68 Mio. Euro Umsatz aus. Das hessische Zentrum für Goldschmiedetradition in Hanau geht auf die Ansiedlung von hugenottischen Flüchtlingen im 16. Jahrhundert zurück. Viele von ihnen waren mit der Fertigung von Luxusgütern vertraut und kapitalkräftig. Darunter waren insbesondere

14: Vgl. Susanne Stahl: *Handgefertigt!, Manufakturen in Frankfurt und Umgebung*, Henrich Editionen, Frankfurt 2015.

auch Gold- und Silberschmiede, die mit ihrem Know-how den Grundstein für ein Branchenzentrum legten. Das Deutsche Goldschmiedehaus Hanau ist eines der bedeutendsten Ausstellungszentren der Gold- und Silberschmiedekunst in Deutschland und mit der Staatlichen Zeichenakademie Sitz einer der führenden internationalen Einrichtungen zur Gold- und Silberschmiedeausbildung. Die Gesellschaft für Goldschmiedekunst hat dort ebenfalls ihren Sitz.

Selbstständige Fotografen weisen 2013 ebenfalls rund 68 Mio. Euro Umsatz aus, ihre Umsätze waren seit 2010 rückläufig (-7%).

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN, VERANSTALTUNGEN UND MESSEN ¹⁵

Hessen verfügt heute über ein großes Spektrum an Ausbildungsstätten, Kompetenzzentren, Institutionen und Verbänden. Es wird eine Vielzahl von Studiengängen im Bereich Design, Werbung, und Innenarchitektur angeboten. Zu nennen sind in der Rhein-Main-Region vor allem die Hochschulen in Darmstadt, Mainz, Offenbach, Wiesbaden und die Städelschule in Frankfurt.

Diese werden ergänzt um Ausbildungsmöglichkeiten an zahlreichen privaten Akademien z. B. der Frankfurter Akademie für Kommunikation und Design (*Academy of Visual Arts Frankfurt*), der Frankfurter Schule für Bekleidung und Mode oder der Staatlichen Zeichenakademie Hanau, die den Status einer Berufsakademie anstrebt. Die Zeichenakademie wurde 1772 gegründet und ist eine der ältesten deutschen Bildungsstätten für gestaltendes Handwerk mit internationalem Ruf. Sie vereint verschiedene Aus- und Weiterbildungsgänge unter einem Dach. Durch die strategische Partnerschaft mit der Brüder Grimm Berufsakademie Hanau kann auch im dualen Studium ein Bachelor erlangt werden. In der Liste ehemaliger Schüler finden sich Namen wie Eugène Fabergé und Wilhelm Wagenfeld.

Zahlreiche weitere Kompetenzzentren der Designwirtschaft haben ihren Sitz in der Rhein-Main-Region bzw. in Kassel. Zu nennen sind insbesondere *Hessen Design*, der Rat für Formgebung, das Institut für Neue Technische Form (INTEF) sowie

branchenbezogene Vereine und Netzwerke wie der *Deutsche Designer Club (DDC)*, der *Deutsche Werkbund*, der *Bundesverband Kunsthandwerk*, der *Berufsverband Handwerk Kunst Design (BK)*, *Angewandte Kunst Hessen*, das *designerinnen forum* und die *Gesellschaft für Goldschmiedekunst in Hanau*. Zudem sind u. a. der *Verband Deutscher Industrie Designer (VDID)*, die *Allianz deutscher Designer (AGD)* und das *Netzwerk Deutscher Mode- und Textildesigner (VDM)* in Hessen aktiv.

In Nordhessen ist die Stadt Kassel Zentrum der Designbranche mit kreativen Studiengängen an der *Universität Kassel* einschließlich der *Kunsthochschule*, der *Werkakademie für Gestaltung Hessen* und der *Holzfachschule Bad Wildungen* sowie dem Verein und Kompetenzzentrum *Cassel Creative Competence*.¹⁶

Darüber hinaus geben noch zahlreiche Betriebsmuseen, die vielfach direkt in den Unternehmen angesiedelt sind, Einblicke in die Kultur-, Industrie- und Wirtschaftsgeschichte Hessens. Zu nennen sind z. B. das *Koziol-Museum Glücksfabrik* in Erbach, das *Museum Thonet* in Frankenberg, das *Leica Museum* in Wetzlar oder das *Flötenmuseum Mollenhauer* in Fulda.¹⁷

koziol »ideas for friends ist ein führender Hersteller von Design-Haushalts- und Büroartikeln aus Kunststoff mit Sitz in Erbach. Das Unternehmen Thonet in Frankenberg steht für die Serienfertigung des Caféhausstuhls aus gebogenem Holz sowie für die Produktion von Stahlrohrmöbeln nach Entwürfen der Bauhaus-Lehrer Marcel Breuer oder Mart Stam. Die Produkte des traditionsreichen Möbelherstellers werden weltweit verkauft. Nicht minder bekannt sind die Fotokameras der Firma *Leica* aus Wetzlar. Diese etablierte ab 1914 die Kleinbildkamera, die sich durch ihr geringes Gewicht und ihre flexible Bedienung auszeichnete, was insbesondere von Journalisten und Künstlern geschätzt und genutzt wurde. Berühmte Beispiele sind Robert Capas Fotos *Falling Soldier* und das Porträt von Ernesto Che Guevara.

15: Hier liegt der Schwerpunkt auf Design, weitere Kompetenzzentren, Veranstaltungen etc., siehe Teilmarkt Werbung.

16: Einen guten Überblick über Ausbildungsmöglichkeiten und Institutionen in der RheinMainRegion gibt das Kulturportal der Stadt Frankfurt: www.kultur-frankfurt.de.

17: Vgl. Typisch Hessen, Von den Anfängen hessischen Unternehmertums bis heute – ein Museumsführer, Hg. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung im Rahmen der Standortkampagne „hessen >> Hier ist die Zukunft“, 2005.

Aber auch zahlreiche Einrichtungen und Projekte fördern und bewahren das traditionelle künstlerische Handwerk in Hessen oder erinnern daran. Ein noch junges Projekt ist z. B. der 2013 eröffnete *waldGLASweg* im Hochtaunuskreis, der mit künstlerisch gestalteten Stationen an eine Waldglashütte aus dem 15. Jahrhundert erinnert.

Mit den Designtagen in Wiesbaden – *Access All Areas* – ist ab 2007 eine Veranstaltungsreihe hinzugekommen, die in den letzten Jahren immer mehr Publikum angezogen hat und insbesondere die kreativen Leistungen der Wiesbadener Agenturen vorstellt. Die *SEE-conference* in Wiesbaden ist eine seit zehn Jahren wachsende Veranstaltung zum Thema Design und Informationsvisualisierung, die durch ein inspirierendes Programm charismatischer internationaler Presenter sowie optimale Networkinggelegenheiten zu einer der spannendsten und populärsten Designkonferenzen Deutschlands avancierte.

In Hessen finden zahlreiche Messen mit internationalem Renommee statt, die Designern eine Plattform bieten, wie die *Ambiente* und die *Tendance* in Frankfurt, die *Internationale Lederwarenmesse Offenbach (I.L.M.)* und die *India Leather Days* in Offenbach. Auch *Heimtextil* und *Creativeworld/Paperworld* sowie die alle zwei Jahre stattfindende *ISH* in Frankfurt gehören zu den bedeutendsten Messen ihrer Branche weltweit. Neu hinzugekommen sind in den letzten Jahren die Messe *Ecostyle*, die als erste europäische, professionelle B2B-Informations- und Orderplattform nachhaltige Konsumgüter ausstellt, und kleine alternative Messen wie das *Stilblüten Festival für Mode und Design* in Frankfurt und die seit fünf Jahren am Merianplatz in Frankfurt stattfindende *Fräulein Zuckerminz' Designgesellschaft*.

AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

In Hessen werden im Bereich Design sehr viele Preise und Auszeichnungen vergeben.

- Der *Hessische Staatspreis für das Deutsche Kunsthandwerk* wird auf der Konsumgütermesse *Tendance* verliehen. Er ist eine der bedeutendsten Auszeichnungen des deutschen Kunsthandwerks und wurde 1951 gestiftet.
- Der *Hessische Staatspreis Universelles Design* wird seit 2013 vom Hessischen Ministerium für Soziales und Integration und vom Hessischen Ministerium der Finanzen verliehen.
- Der *German Design Award des Rates für Formgebung* ist ein internationaler Premiumpreis mit weltweiter Anerkennung. Er prämiert herausragende Gestaltung in Produkt- und Kommunikationsdesign.
- Der *Rat für Formgebung* verleiht weiter den *Automotive Brand Contest* für Automobilmarken, die *Iconic Awards* in den Bereichen *Architecture* und *Interior* sowie den *German Brand Award*.
- Unter dem Titel *Gute Gestaltung* richtet der *Deutsche Designer Club (DDC)* seit 16 Jahren einen ganzheitlichen Designwettbewerb aus.
- Der *Corporate Design Preis* zeichnet *Corporate Design (launch)*, *Redesigns* und *CD-Elemente* aus, die wesentlich die visuelle Identität konstituieren, unterstützen und beeinflussen. Die Preisträger kommen aus ganz Europa.
- Der *BraunPreis* honoriert die Arbeit etablierter Designer und Nachwuchsdesigner aus aller Welt. Ziel des mit 70.000 Euro dotierten Wettbewerbes ist es, ein stärkeres Bewusstsein und mehr Wertschätzung für gutes Produktdesign zu schaffen.
- Jeweils im Rahmen der Messen *Ambiente*, *ISH* und *light & building* wird das Prädikat *Design Plus* von den Veranstaltern verliehen.
- Auf der *Offenbacher Lederwarenmesse* wird alljährlich der *I.L.M AWARD* in den Kategorien *Basic*, *Fashion* und *Newcomer* verliehen, der vom *Bundesverband der Schuh- und Lederwaren-Industrie HDS/L* gestiftet wird.
- Seit 2007 gibt es den *Frankfurt Style Award*, den Internationalen Nachwuchswettbewerb für *Fashion & Design*. Das Motto des Jahres 2015 lautete *Pioneering Destiny*, 82 Mode(-hoch)schulen aus 31 Ländern und sechs Kontinenten waren vertreten.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN DER DESIGNWIRTSCHAFT 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Werbegestaltung
- 2: Grafik- und Kommunikationsdesign
- 3: Interior, Design und Raumgestaltung
- 4: Selbstständige Fotografen
- 5: Herstellung von Schmuck-, Gold-, Silberschmiedewaren
- 6: Industrie-, Produkt- und Mode-Design
- 7: Büros für Innenarchitektur

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN DER DESIGNWIRTSCHAFT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - - - - -

ARCHITEKTURMARKT

Zum Teilmarkt Architektur gehören Büros für Hochbau, Innenarchitektur, Orts-, Regional- und Landesplanung sowie für Garten- und Landschaftsgestaltung. Darüber hinaus zählen auch selbstständige Restauratoren zu diesem Teilmarkt. Die Tätigkeit der Architekten umfasst den Entwurf und die Planung von Bauwerken aller Art, den (Um-) Bau im Bestand, den Innenausbau und die Bauüberwachung. Landschaftsarchitekten beschäftigen sich mit der Gestaltung des Außenraums, Landes-, Regional- und Stadtplaner mit wirtschaftsstrukturellen und raumordnerischen Fragen, mit Stadtentwicklung und städtebaulichen Aufgaben. Personen dieser Berufsgruppen sind als Künstler, Ingenieure und Projektentwickler tätig.

Der Teilmarkt Architektur zeichnet sich durch eine sehr hohe Selbstständigenquote aus und ist stark durch Bau- und Vergabeordnungen, Wettbewerbsverfahren (RPW), technische Normen, Bauvorlageberechtigung etc. reguliert. Dadurch unterscheidet sich dieser Teilmarkt von vielen anderen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Laut Monitoring zur Kultur- und Kreativwirtschaft¹⁸ scheuen 46 % der Architektur-Unternehmen aus Furcht vor Interessenkonflikten vor Kooperationen zurück, weit mehr als in anderen Teilmärkten. Hingegen gilt ein reibungsloser Austausch von Daten als Erfolgsfaktor. Daher sind die digitale Infrastruktur, vor allem eine schnelle Breitbandverbindung, sowie funktionierende Schnittstellen von hoher Bedeutung für diese Berufsgruppe. Die Wertschöpfungskette im Architekturmarkt beginnt mit der kreativen Leistung, die in der Regel als Auftragsarbeit erbracht wird, z. B. durch Erstellung eines Entwurfs oder Konzepts für einen privaten oder öffentlichen Bauherrn oder in einem Wettbewerbsverfahren. Der Arbeitsmarkt für Architekten und Bauingenieure ist eng mit der Entwicklung in der Bauwirtschaft verknüpft, die in den letzten Jahren von Konjunkturprogrammen, niedrigen Zinssätzen und steigenden Investitionen profitieren konnte. Die insgesamt positive Lage in den deutschen Planungsbüros drückt sich – wie für diese Branche charakteristisch – unmittelbar im Personalaufbau aus. In rund zwei Dritteln der Büros wurden in den vergangenen

Jahren Berufseinsteiger im Rahmen eines sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisses eingestellt. Gleichzeitig ging die Arbeitslosigkeit von Architekten und Bauingenieuren zurück. Allerdings sind die Einstiegsgehälter für Masterabsolventen mit 2.100 Euro bis 2.500 Euro brutto pro Monat im Vergleich zu anderen akademischen Berufen nach wie vor niedrig. Sie steigen auch aufgrund der eher niedrigen Renditen in kleineren und mittleren Büros nicht an, obwohl die Büros gleichzeitig über Schwierigkeiten bei der Besetzung offener Stellen klagen (62 %).¹⁹

Für 2015 erwartet der Zentralverband des Deutschen Bauwesens ein nominelles Wachstum der Umsätze im deutschen Bauhauptgewerbe von 2 %. Die 100-Milliarden-Marke solle erstmalig seit 2000 wieder überschritten werden. Der Wachstumstrend bleibe bestehen, allerdings gebe das Tempo nach. Eine anhaltend hohe Zuwanderung, ein stabiler Arbeitsmarkt mit steigenden Realeinkommen in den privaten Haushalten, ein ausgesprochen niedriges Zinsniveau und nur geringe Renditen auf sichere Kapitalanlagen schafften weiterhin ein günstiges Umfeld für Wohnungsbauinvestitionen.

Architekten und Ingenieure haben erhebliches Interesse an Auslandsmärkten und sind insbesondere in den europäischen Ländern Schweiz, Österreich, Frankreich, Luxemburg und Italien tätig. Aber auch Russland sowie der asiatische Raum mit China und Vietnam gewinnen an Bedeutung. Bundesweit sind rund ein Fünftel der Architektur- und Planungsbüros mit 10 und mehr Beschäftigten im Ausland tätig.²⁰

Drei gesellschaftliche Trends eröffnen für Architekten und Stadtplaner Chancen und neue Betätigungsfelder: Der Umbau der Energiewirtschaft in Deutschland, der demografische Wandel und der Wandel im Schul- und Kindertagesystem. Aktuell kommt der immense Bedarf an Wohnungen im Ballungsraum hinzu, der sich durch die steigenden Flüchtlingszahlen noch erhöhen wird.

18: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, im Auftrag des BMWi: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013, Bericht im Rahmen des Projekts „Stand und Perspektiven der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft 2013-2015“, Seite 90.

19: Ebenda, Seite 14.

20: Bundesarchitektenkammer: Analyse der Bürostruktur, Umsätze und Erträge der selbstständig tätigen Mitglieder der Architektenkammern, 2014, Seite 21f.

Bereits heute sind Architekten und Stadtplaner überwiegend im Bestand tätig. Daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Weitere Tätigkeitsbereiche, die unmittelbar mit dem demografischen Wandel zusammen hängen, sind das barrierefreie Bauen und der Stadtumbau.²¹

Risiken sehen Architekten und Stadtplaner für die Zukunft in der Vereinbarkeit von Beruf und Familie, in Haftungsfragen, in der Marktentwicklung aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise und im Wettbewerb mit Dritten (Industrie, Bauträger, Generalplaner etc.). Beklagt werden Wachstumshemmnisse durch zunehmende Bürokratisierung und Regulierungsdichte sowie Zugangsbeschränkungen bei Wettbewerben und VOF-Verfahren.²²

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Die rund 3.500 Unternehmen des hessischen Architekturmarkts haben im Jahr 2013 insgesamt einen Umsatz in Höhe von rund 951 Mio. Euro erzielt. Dies entspricht in etwa dem Umsatz aller hessischen Dachdecker- und Zimmereibetriebe (957 Mio. Euro). Der Architekturmarkt ist in Hessen bezogen auf den Umsatz der fünftstärkste Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft. Er hat einen Anteil von gut 8 % am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen.

Im Architekturmarkt sind 5.700 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind knapp 8 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Weitere 1.000 Personen sind ausschließlich geringfügig entlohnt beschäftigt. Darüber hinaus üben hier weitere Personen einen geringfügig entlohnten Nebenjob aus.²³ Freiberufliche bzw. selbstständige Tätigkeit spielt in diesem Teilmarkt eine große Rolle: fast jeder Zweite ist nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit sein eigener Chef. Zu den abhängig Beschäftigten kommen in Hessen also noch rund 3.500 Unternehmensinhaber hinzu. Insgesamt dürfte der Architekturmarkt in Hessen somit mindestens rund 10.200 Erwerbstätige aufweisen.

Unter den selbstständigen und abhängig beschäftigten Architekten in Hessen waren laut Bundesarchitektenkammer 2014 rund 10.500 Personen Kammermitglied – davon rund 9.226 beruflich aktive Architekten und Stadtplaner. Mit 1,74 Architekten pro 1.000 Einwohner gehört Hessen mit Baden-Württemberg (2,34) und Bayern (1,82) zu den drei Flächenländern mit der höchsten Architektendichte (Stand: 1.1.2015).²⁴ Laut Bundesagentur für Arbeit war jeder vierte bis fünfte sozialversicherungspflichtig beschäftigte Architekt oder Bauingenieur in den städtischen Ballungsräumen Berlin, München, Hamburg, Stuttgart oder Frankfurt angestellt. Räumlicher Schwerpunkt des Teilmarkts in Hessen ist die Stadt Frankfurt am Main mit allein 72 in der Architektenkammer eingetragenen Büros, doppelt so viele wie am Standort der einzigen Technischen Universität in Hessen, der TU Darmstadt. In Wiesbaden sind 25 Büros, in Kassel 13 Büros eingetragen.

ENTWICKLUNG DES ARCHITEKTURMARKTS IN HESSEN

Die Branche zeichnet sich im Fünf-Jahres-Zeitraum von 2009 bis 2013 im Vergleich zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft durch eine positive, aber leicht schwankende Entwicklung aus. Nachdem der Umsatz 2009 gegenüber dem Jahr 2007 bereits um rund 60 Mio. Euro gestiegen war, entwickelten sich die Einnahmen der Architekten von 2009 bis 2011 erneut erfreulich und stiegen von rund 900 Mio. Euro auf 1,05 Mrd. Euro. Dieser Umsatz entspricht allerdings dem Niveau des Jahres 2001. 2013 sank der Umsatz jedoch wieder unter 1 Mrd. Euro (951 Mio. Euro). Die Unternehmenszahl hat sich im gleichen Zeitraum um rund 200 Unternehmen vermindert, das ist ein Rückgang von knapp 6 %.

Die Beschäftigtenzahlen haben sich trotz der schwankenden Umsatzzahlen seit 2009 positiv entwickelt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist um knapp 18 % gestiegen (+850). Trotz dieser Zunahme ist die Beschäftigtenzahl des im Betrachtungszeitraum wirtschaftlich erfolgreichsten Jahres 2000 von rund 7.400 Personen noch lange nicht wieder erreicht. Die Zahl der geringfügig entlohnten Beschäftigten ist von 2009 bis 2014 fast gleich geblieben

21: Ebenda, Seite 27.

22: Ebenda, Seite 30f.

23: Diese Personen üben auf jeden Fall parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen,

ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung der Struktur daher nicht berücksichtigt.

24: Vgl. Bundesarchitektenkammer, www.bak.de, Bundeskammerstatistik zum 1.1.2015.

(-4 % bzw. -37 Personen), die der im Nebenjob geringfügig Beschäftigten ist um 11 % (+44) gestiegen.

ARCHITEKTURMARKT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Seit dem Krisenjahr 2009 konnte der deutsche Architekturmarkt mit rund 40.000 Büros seinen Umsatz wieder steigern und erreichte 2013 knapp 9,2 Mrd. Euro.

Der Umsatz im hessischen Architekturmarkt entspricht mit 950 Mio. Euro gut der Hälfte des Umsatzes im Architekturmarkt in Nordrhein-Westfalen (1,8 Mrd. Euro) und Bayern (1,7 Mrd. Euro), hat aber mit gut 8 % einen wesentlich höheren Anteil an der Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesland. Dieser beträgt in Nordrhein-Westfalen und Bayern nur gut 5 %. In Baden-Württemberg werden rund 1,5 Mrd. Euro, das sind gut 6 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesland, erwirtschaftet. Der Bundesdurchschnitt liegt bei 6,3 % und verdeutlicht damit die herausgehobene Position des hessischen Architekturmarkts. Was die Zahl der Unternehmen betrifft, ist die Relation der betrachteten Bundesländer ähnlich: In Hessen sind im Architekturmarkt rund 3.500, in Nordrhein-Westfalen rund 7.900, in Bayern rund 7.800 und in Baden-Württemberg rund 6.200 Unternehmen tätig.

Der durchschnittliche Umsatz je Architekturbüro variiert in den betrachteten Bundesländern kaum, ist aber in Hessen mit 269 Tsd. Euro, gemeinsam mit Hamburg (269 Tsd. Euro) und Niedersachsen (268 Tsd. Euro) der höchste in Deutschland. In Baden-Württemberg werden pro Unternehmen im Architekturmarkt 242 Tsd. Euro erwirtschaftet, in Bayern 214 Tsd. Euro und in Nordrhein-Westfalen 229 Tsd. Euro.

In Hessen sind im Architekturmarkt rund 5.700 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind knapp 8 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In Bayern sind es ebenfalls knapp 8 %. Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Bayern erreichen in diesem Teilmarkt Anteile zwischen 9,6 und 8,9 %.

SCHWERPUNKTE DES ARCHITEKTURMARKTS IN HESSEN

Mit rund 600 Mio. Euro machen die Umsätze der **Hochbauarchitekten** rund zwei Drittel des Umsatzes im Architekturmarkt aus. Seit 2009 ist der Umsatz um 60 Mio. Euro gesunken (-10 %), die Zahl der Unternehmen ging von 2.685 auf 2.304 zurück (-5,6 %).

Zahlreiche international bekannte Architekturbüros sind in Hessen tätig. Die Datei Baunetz zählt allein acht Büros in Frankfurt am Main zu den Top 100 in Deutschland. Das sind *schneider+schumacher* Architekturgesellschaft, KSP Jürgen Engel Architekten, Prof. Christoph Mäckler Architekten, Turkali Architekten, Meixner Schlüter Wendt Architekten, Wörner Traxler Richter, 05 Architekten und Stefan Forster Architekten. Auch Netzwerkarchitekten in Darmstadt sowie in Kassel HHS Hegger Hegger Schleiff Planer und Architekten und Schultze und Schulze gehören zu den Top 100 im Baunetz.

International bekannt ist das Büro AS&P – Albert Speer & Partner in Frankfurt, das u. a. den Masterplan für die Fußballweltmeisterschaft 2022 in Katar erarbeitet hat.

Anfang des 20. Jahrhunderts gehörten so bedeutende Architekten wie Josef Maria Olbrich und Peter Behrens der einstigen Künstlerkolonie auf der Mathildenhöhe in Darmstadt an, die 1899 auf Initiative des hessischen Großherzogs Ernst-Ludwig gegründet wurde. Dort fanden zwischen 1901 und 1914 Bauausstellungen statt, deren gebaute Beiträge noch heute die Mathildenhöhe prägen. Besonders markante Bauwerke des Jugendstils sind das Ensemble des Hochzeitsturmes mit der Russischen Kapelle, das Ausstellungsgebäude des Instituts Mathildenhöhe und das Museum Künstlerkolonie Darmstadt.

Zweitstärkste Teilbranche sind die **Büros für Orts-, Regional- und Landesplanung**. Sie tragen mit 236 Mio. Euro ein Viertel zum Umsatz des Teilmarkts bei und verzeichnen seit 2009 einen sehr deutlichen Umsatzanstieg von 42 %.

Auch die Einnahmen der **Büros für Garten- und Landschaftsgestaltung** haben sich gut entwickelt. Ihr Umsatz ist seit 2009 um knapp 28 % von 51 Mio. Euro im Jahr 2009 auf 65 Mio. Euro im Jahr 2013 gestiegen.

Die **Innenarchitekten** verzeichnen knapp 40 Mio. Euro Umsatz und erzielten seit 2009 einen Zusatz von 138 %. Auch Innenarchitektur und Innenraumgestaltung haben in Hessen Tradition. Das Großherzogtum Hessen-Darmstadt unterstützte zu Zeiten der Künstlerkolonie auf der Mathildenhöhe Handwerk und kunstgewerbliche Industrie in Hessen, um sie national und international konkurrenzfähig zu machen. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf die Architektur und die Innendekoration gelegt.

Die **selbstständigen Restauratoren** generieren im Teilmarkt mit 6,2 Mio. Euro den geringsten Umsatz.

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN UND VERANSTALTUNGEN

Der Teilmarkt Architektur zeichnet sich in Hessen ebenso wie Werbung und Design durch eine große Anzahl an Ausbildungsstätten und eine hohe Zahl an Absolventen aus, von denen insbesondere die Rhein-Main-Region profitiert. An sieben hessischen Hochschulen werden die Studiengänge Architektur, Innenarchitektur, Landschaftsarchitektur bzw. Stadtplanung angeboten, ergänzt um einen Aufbaustudien-gang an der Städelschule in Frankfurt.

An den hessischen Hochschulen wird zu aktuellen Themen der Architektur wie Nachhaltigkeit oder Einsatz neuer Materialien geforscht. Bereits zweimal – 2007 und 2009 – konnte die Technische Universität Darmstadt den international ausgeschriebenen *Solar Decathlon Wettbewerb* des US-Energieministeriums um das beste Null-Energie-Gebäude gewinnen. Die Fachhochschule Frankfurt am Main (FH FFM) hat sich 2014 erfolgreich für den weltweit ausgelobten *Solar Decathlon Europe (SDEurope 2014)* beworben und nahm als einzige Hochschule aus Hessen an dem interdisziplinär ausgerichteten studentischen Wettbewerb teil. Viele hessische Hochschulen bieten darüber hinaus interessante Vortragsveranstaltungen und Seminare an. Tradition haben z. B. die *Mittwoch-Abend-Vorträge* der Technischen Universität Darmstadt.

In Hessen sind im Architekturmarkt zahlreiche Berufsverbände sowie Institutionen, Kammern und Kompetenzzentren aktiv. Zu nennen sind z. B. die *Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen*, die *Landesgruppe Hessen des Bundes Deutscher Architekten (BDA)*, die *Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung*, *Regionalgruppe Hessen*, *Rheinland-Pfalz, Saarland (SRL)*, die *Landesgruppe des Bundes deutscher Innenarchitekten* sowie der *Deutsche Werkbund (DWB)*. Architektur und Innenarchitektur sind mit der Designwirtschaft nicht nur inhaltlich, sondern auch über die oben genannten Institutionen und den *Rat für Formgebung* eng verflochten. Die Verknüpfung dieser Arbeitsbereiche hat in Hessen zudem Tradition, z. B. in der einstigen Jugendstilkolonie, Ausbildungs- und Ausstellungsstätte *Mathildenhöhe* in Darmstadt.

Weitere Fortbildungseinrichtungen, die mit dem Landesamt für Denkmalpflege und der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen kooperieren, sind die *Propstei Johannesberg* bei Fulda und die *DenkmalAkademie Romrod* bei Alsfeld. Sie decken den Fortbildungsbedarf im Bereich Denkmalpflege und Altbauerneuerung ab.

Unter den Museen, die sich ausschließlich der Architektur widmen, ist das *Deutsche Architekturmuseum (DAM)* in Frankfurt eines der bedeutendsten in Deutschland und ein wichtiges nationales Zentrum für Architekturdebatten. Auch die Akademie des Deutschen Werkbunds in Darmstadt setzt seit 1907 Impulse zur Industrie- und Baukultur. Im *Freilichtmuseum Hessenpark* in Neu-Anspach zeigen über 100 Gebäude die ländliche Entwicklung Hessens der letzten 400 Jahre im Handwerk und beim Bauen – vom Gutshof über das Tagelöhnerhaus bis zum Wirtshaus. Die 2003 in Frankfurt gegründete *Ernst-May-Gesellschaft* will das bauliche und ideelle Erbe des Neuen Frankfurt dauerhaft sichern und der Öffentlichkeit zugänglich machen. Darüber hinaus gibt es Initiativen der Hochschulen, z. B. die jährlich stattfindende Ausstellung des Fachbereichs Architektur der TU Darmstadt in der *Centralstation Darmstadt*.

In Kooperation mit den Kammern und den Kommunalen Spitzenverbänden wurde vom Land Hessen die *Landesinitiative *Baukultur in Hessen* ins Leben gerufen. In diesem Rahmen werden in unregelmäßigen Abständen Landeswettbewerbe und *Tage der Baukultur* durchgeführt. Wettbewerbsthemen waren bisher kooperative Projekte unter den Titeln *Zusammen Gebaut* und *Leben mit Wasser* (www.baukultur-hessen.de). Als lokale Institutionen, die den Stellenwert von Architektur und von Baukultur ins öffentliche Bewusstsein rücken und für den Architektenberuf werben möchten, sind das *Kasseler Architekturzentrum im Kasseler Kulturbahnhof (KAZ im KUBA)* und das *Wiesbadener Architekturzentrum (WAZ)* zu nennen.

Auch eine Reihe überregional beachteter Architektur-Projekte findet in Hessen statt. Zu nennen ist der jährliche *Tag der Architektur* – dieser wird seit 1994 als größte öffentlichkeitswirksame Veranstaltung des Berufsstands von der *Architekten- und Stadtplanerkammer* in Hessen ausgerichtet.

Seit 2011 veranstalten die Städte Darmstadt, Frankfurt, Offenbach und Wiesbaden den gemeinsamen *Architektursommer Rhein-Main (ASRM)*. Hier werden regionale Architektur- und Städtebauprojekte reflektiert. Darüber hinaus

existieren einzelne lokale Architektursommer-Initiativen, z. B. der *Darmstädter Architektursommer*, der erstmalig im Jahr 2008 realisiert wurde. Sein Anspruch ist es, Architektur als kulturellen Wert zu stärken und gesellschaftlich zu verankern. Die wiederkehrende Veranstaltungsreihe soll aktuelle Impulse zu Themenschwerpunkten im Bereich Baukultur und regionale Entwicklung setzen.

Die Aktivitäten der in der *Initiative Industriekultur* verbundenen Organisationen umfassen Sommerprogramme, regionale Veranstaltungen zu Orten der Industriekultur, Publikationen (Bildbände, Reiseführer, Kalender), Beschilderungen und thematische sowie touristische Routen, aber auch Grundlagenstudien und Kataster der Industriekultur. Die Route der Industriekultur Rhein-Main verläuft zwischen dem Weilbacher Eisenhammer im Bereich des bayerischen Untermain im Osten bis nach Rüdelsheim im Westen. Das Netzwerk *Industriekultur Nordhessen (NINO)* widmet sich der Aufgabe, das industrielle Erbe Nordhessens thematisch zu verknüpfen. Die *Route der Industriekultur Mittelhessen* wurde 2012 initiiert. Der Landkreis Darmstadt-Dieburg ließ 2011 die Konzeption einer Kunststoffstraße erarbeiten, bei der es sich um die erste kulturgeschichtliche Straße weltweit zum Thema Kunststoff handelt.

Als Biennale der Lichtkultur konnte sich seit 2002 die *Luminale* international etablieren. Sie ist eine Plattform für Ideen und Innovationen zum Thema Licht, Energieeffizienz, Verwendung neuer Technologien und Materialien sowie urbaner Lebensqualität. Sie zählte 2014 ca. 250.000 Besucher.

In Frankfurt findet in unregelmäßigen Abständen das *Wolkenkratzer-Festival* statt. Während des Festivals sind zahlreiche Hochhäuser für die Öffentlichkeit zugänglich. Die Non-Profit-Veranstaltung fand bisher fünf Mal statt, beim letzten Mal 2013 lockte das von einem Konzertprogramm umrahmte Festival ca. 1,2 Mio. Besucher an.

Der *Tag des offenen Denkmals* im September gilt als deutscher Beitrag zu den von Europarat und Europäischer Union unterstützten *European Heritage Days*. Die bundesweite Koordination des *Tages des offenen Denkmals* hat die *Deutsche Stiftung Denkmalschutz* inne. In Hessen organisiert das *Landesamt für Denkmalpflege* seit 1989 diese Veranstaltung und wird dabei von den unteren Denkmalschutzbehörden sowie zahlreichen Initiativen und Vereinen unterstützt. Über 160.000 Bürger nutzten im Jahr 2014 das Angebot von über 500 Gemeinden, Fördervereinen, Initiativen und Denkmaleigentümern.

- 1) Frankfurts Herz ist die Unternehmensvielfalt und -dichte.
- 2) Hier werden digitale Services und Webseiten entwickelt.
- 3) Das Umfeld ist groß genug, um Vielfalt zu schaffen, aber noch klein genug, um nicht zu anonym zu werden – der ideale Nährboden für schnelle Kontakte und guten Austausch.
- 4) Die Verkehrsanbindung ist optimal: 4 Stunden nach HH, München und Paris.

Marcus Naumann | Razorfish GmbH, Frankfurt am Main

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN IM ARCHITEKTURMARKT 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Architekturbüros für Hochbau
- 2: Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
- 3: Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
- 4: Büros für Innenarchitektur
- 5: Selbstständige Restauratoren

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IM ARCHITEKTURMARKT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - . - . - .

AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

In Hessen werden zahlreiche Preise im Bereich Architektur und Bauen verliehen, u. a.

- der BDA Architekturpreis „max 40“ – Junge Architekten in Hessen,
- der Hessische Holzbaupreis,
- der Hessische Denkmalschutzpreis,
- der DGGL-Preis für zeitgenössische Gartenkunst sowie
- die Auszeichnungen Vorbildliche Bauten in Hessen und Baukultur in Hessen (BDA).

Darüber hinaus existieren zahlreiche regionale und lokale Preise und Plaketten.

- So wird u. a. der Internationale Hochhaus Preis (IHP) seit 2004 alle zwei Jahre von der Stadt Frankfurt ausgelobt. Initiiert wurde er 2003 von der Stadt gemeinsam mit dem Deutschen Architekturmuseum (DAM) und der DekaBank.
- Der Green Building Preis FrankfurtRheinMain wird seit 2009 alle zwei Jahre von der Stadt Frankfurt, dem Regionalverband FrankfurtRheinMain und der Wissenschaftsstadt Darmstadt ausgelobt. Die Auszeichnung soll das nachhaltige Bauen in der Region fördern.
- Der DAM Preis für Architektur des Deutschen Architekturmuseums präsentiert die besten Bauten in Deutschland im Rahmen des Deutschen Architektur Jahrbuches.
- Das Deutsche Architekturmuseum und die Frankfurter Buchmesse loben seit 2009 den internationalen DAM Architectural Book Award für Kunst- und Architektur buchverlage aus dem In- und Ausland aus.
- Beim Günter Bock Städelschule Architecture Prize handelt es sich um ein Stipendium ausschließlich für Studierende des Postgraduierten Studiengangs Architektur der Städelschule. Der Preis wird verliehen für herausragende Leistungen im ersten Studienjahr.
- In Darmstadt wird seit 1989 jährlich der Georg-Moller-Preis für Studierende des Fachbereichs Architektur der TU Darmstadt ausgelobt. Der Preis, der sich auf Darmstädter Bau- und Planungsaufgaben bezieht, soll in schöpferischer Verknüpfung mit Theorie und Praxis die Auseinandersetzung mit realen und städtebaulichen Fragestellungen der Stadt fördern.

Hessische Architekturprojekte wurden mit internationalen und nationalen Preisen ausgezeichnet. Das Weltkulturerbe Kloster Lorsch erhielt 2015 den Deutschen Landschaftsarchitekturpreis des Bundes deutscher Landschaftsarchitekten (BdLA). Den Deutschen Bauherrenpreis erhielten 2014 und 2013 auch zwei hessische Projekte. In der Kategorie Neubau wurde 2014 ein Projekt der NH ProjektStadt in Dreieich-Buchsschlag ausgezeichnet, 2013 war es die Verwandlung eines Verwaltungsgebäudes in Darmstadt in ein Studentenwohnheim (Bauherr: Bauverein Darmstadt). Der Deutsche Bauherrenpreis würdigt hohe Bauqualität bei tragbaren Kosten, wobei er die besondere Rolle des Bauherrn hervorheben will. 2013 gewann ein hessisches Projekt, das Squire am Frankfurter Flughafen, den begehrten MIPIM Award in der Kategorie Best office and business development (Architekt: JSK international). Die in Modulbauweise errichtete Turnhalle der Frankfurter Käthe-Kollwitz-Schule erhielt den Vorarlberger Holzbaupreis 2015 in der Kategorie „Außer Landes“. Mit dem Vorarlberger Holzpreis werden jedes Jahr besonders gelungene Lösungen im Holzbau ausgezeichnet.



PLAN

FILMWIRTSCHAFT

Die Filmwirtschaft wird in der statistischen Abgrenzung entlang der klassischen Wertschöpfungskette von der Filmproduktion einschließlich der selbstständigen Bühnen-, Film- und TV-Künstler, der Nachbearbeitung von Filmen und der Filmtechnik, dem Filmverleih und -vertrieb bis hin zu den Kinos und dem Einzelhandel mit Bild- und Tonträgern abgebildet. Die Herstellung von Filmen bezieht sich dabei nicht nur auf Kino- und Fernsehfilme, sondern auch auf die Produktion und Vermarktung von Werbe- und anderweitigen Film- und Videoprodukten. Einrichtungen in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft wie kommunale Kinos sind in der Umsatzsteuerstatistik nicht erfasst, wohl aber in der Beschäftigtenstatistik.

Die Filmproduktion umfasst die so genannte Pre-Produktion, die auf Filmideen von Drehbuchautoren und Regisseuren zurückgeht, inklusive Konzept und Scriptentwurf, sowie das Drehbuch. Schließlich erfolgen das so bezeichnete Staffing von Schauspielern und Produktionsteams sowie die Organisation der Filmfinanzierung. Die zweite Stufe der Filmproduktion wird durch die eigentlichen Dreharbeiten abgegrenzt. Die Postproduktion umfasst die Phase der Nachbearbeitung, also Schnitt, Nachvertonung, Compositing und Grafikbearbeitung bei einer Produktion. Die Digitalisierung in der Filmproduktion hat dazu geführt, dass Filmszenen komplett am Computer entstehen können, und so den Schwerpunkt der Produktion verlagert.

Schließlich folgt die Verwertung, d. h. die Bündelung der Produkte und die kundenorientierte Aufbereitung, z. B. in Form von Filmaufführungen, Videoverleih, über Pay-TV- und gebührenfinanzierte TV-Sender, als Video-on-Demand oder Streaming-Angebote im Internet sowie als Home Video (DVD, Blue Ray etc.).

Eng verknüpft mit der Filmwirtschaft sind innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft die Bereiche Rundfunk und Fernsehen, die Software-/Games-Industrie (Animation), die Werbewirtschaft und die Musikwirtschaft (Musikvideos). Außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft ist die Filmwirtschaft z. B. mit der Telekommunikationsbranche (Video-on-Demand, IP-TV, mobile Breitbandlösungen) verknüpft. In der Filmwirtschaft arbeiten die Unternehmen wie in den Teilmärkten Werbung und Design also stark mit anderen freiberuflich Tätigen zusammen und kooperieren kurzfristig bzw. anlassbezogen.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die knapp 1.200 Unternehmen der Filmwirtschaft in Hessen im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von rund 761 Mio. Euro erzielt, das sind 6,5 % des Umsatzes der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Dies entspricht dem Umsatz der Zeitungsverlage (761 Mio. Euro) und in etwa dem Umsatz aller hessischen Maler und Lackierer (789 Mio. Euro). Die Filmwirtschaft in Hessen steht bezogen auf den Umsatz an sechster Stelle der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.

In der Filmwirtschaft sind knapp 1.900 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, ein Anteil von nur 2,6 % an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Von allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft sind nur im Kunstmarkt und in der Rundfunkwirtschaft weniger Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt.

Mit gut 1.200 Personen sind in der hessischen Filmwirtschaft auch viele Personen ausschließlich geringfügig entlohnt beschäftigt, ein Anteil von immerhin 6,9 % an allen ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Darüber hinaus üben hier weitere Personen einen geringfügigen Nebenjob aus. Zu den abhängig Beschäftigten kommen in Hessen mit rund 1.200 noch etwa gleich viele Unternehmensinhaber hinzu. Hinzu kommen bei der Künstlersozialkasse gemeldete Künstler im Bereich Musik, die zu einem kleinen Teil (rund 100) auch in der Filmwirtschaft tätig sein dürften. Selbstständige Tätigkeit, freiberufliche und abhängige Beschäftigung haben also in der Filmwirtschaft in etwa die gleiche Bedeutung. Insgesamt dürfte die Filmwirtschaft in Hessen somit über mindestens 4.300 Erwerbstätige aufweisen.

Die hessische Filmbranche ist überwiegend in der Rhein-Main-Region und in Kassel angesiedelt. Inhaltliche Schwerpunkte sind in Rhein-Main die Postproduktion und die digitale Bildbearbeitung. Charakteristisch ist hier auch die enge Zusammenarbeit der Filmwirtschaft mit der Gamesentwicklung und der Werbebranche. An dieser Schnittstelle verschmelzen mehrere kreative Disziplinen. So besteht rund um den Hessischen Rundfunk in Frankfurt und das ZDF in Mainz sowie rund um Werbeagenturen, die Industriefilme und Werbespots drehen oder in Auftrag geben, ein Cluster an

Filmproduzenten und Dienstleistern, die sich zum Teil auch überregional und international profilieren konnten. In Kassel liegt der Schwerpunkt der Branche im Bereich Dokumentarfilm, dort findet auch das bekannte Dokumentarfilm- und Videofestival *Dokfest* statt.

Hessen ist mit der Frankfurter Skyline bis hin zu idyllischen hessischen Naturlandschaften wie der Bergstraße auch als Drehort beliebt. So wurde für Bollywood-Filme²⁵ bereits eine Deutsch-Indische Filmagentur mit Sitz in Heppenheim gegründet.

ENTWICKLUNG DER FILMWIRTSCHAFT IN HESSEN

Die Branche entwickelt sich seit 2009 relativ günstig. Nachdem der Umsatz 2009 bis 2011 von 515 Mio. Euro auf 850 Mio. Euro kletterte, setzte anschließend ein deutlicher Umsatzrückgang ein. 2013 betrug der Umsatz 761 Mio. Euro, das ist aber immer noch ein Zuwachs von 48 % gegenüber 2009. Dieser Umsatzeinbruch dürfte in engem Zusammenhang mit Einsparmaßnahmen im Marketing großer Unternehmen und dem dadurch zu beobachtenden Auftragsrückgang an die Werbebranche stehen, deren Zulieferer wiederum viele Kreativschaffende in der Filmbranche sind. Die Zahl der Unternehmen (2009: 1.231) ist im gleichen Zeitraum nur geringfügig zurückgegangen (-5 %).

Die Zahl der ausschließlich geringfügig Beschäftigten ist in der Filmbranche von 2009 bis 2014 um 25 % gesunken, die Zahl der nur im Nebenjob geringfügig Beschäftigten um 17 %. Auch die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten haben sich um 15 % verringert: von rund 2.200 auf rund 1.860. Der Abbau von Beschäftigten begann allerdings bereits 2011, während die Umsätze erst von 2011 auf 2012 zurückgingen.

FILMWIRTSCHAFT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Der Umsatz der gut 18.000 Unternehmen in der deutschen Filmwirtschaft ist seit 2011 recht stabil und betrug 2013 rund 9,2 Mrd. Euro. Der Umsatz in der hessischen Filmwirtschaft mit rund 1.200 Unternehmen belief sich 2013 auf rund 761 Mio. Euro, das sind 6,5 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Deutschlandweit beträgt dieser Anteil 6,3 %.

Die Filmwirtschaft in Nordrhein-Westfalen verzeichnet zwar doppelt so viel Umsatz (1,5 Mrd. Euro), hat jedoch nur einen Anteil von 4,4 % an der dortigen Kultur- und Kreativwirtschaft. In Baden-Württemberg hat die Filmwirtschaft mit 1,7 % (411 Mio. Euro Umsatz) einen sehr geringen Anteil an der Kultur- und Kreativwirtschaft, obwohl in Ludwigsburg eine renommierte Filmhochschule ansässig ist. In Bayern ist der Umsatzanteil der Filmwirtschaft (2,7 Mrd. Euro) mit knapp 9 % an der Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesland vergleichsweise hoch, was durch eine umfangreiche Filmförderung und ausgeprägte TV-Landschaft unterstützt wird.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen in der Filmbranche beträgt in Deutschland rund 500 Tsd. Euro. Hessen liegt mit 648 Tsd. Euro deutlich darüber, Bayern mit 830 Tsd. Euro und Hamburg mit 1 Mio. Euro je Unternehmen nochmals höher, während in Baden-Württemberg je Unternehmen nur 289 Tsd. Euro umgesetzt werden. In Nordrhein-Westfalen liegt der Umsatz je Unternehmen mit 412 Tsd. Euro in der Filmwirtschaft sogar unter dem deutschen Durchschnitt.

In Hessen sind in der Filmwirtschaft rund 1.900 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind nur 2,6 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Baden-Württemberg (rund 2.400 Personen) verzeichnet mit 1,9 % einen noch geringeren Anteil. In Nordrhein-Westfalen sind es 6,4 % (rund 10.300 Personen) und in Bayern 5,3 % (rund 7.900 Personen).

25: Synonym für die indische Filmindustrie, das sich aus den Begriffen Bombay und Hollywood zusammensetzt.

Die hessische Filmwirtschaft trägt 8,3 % zum Umsatz der Filmwirtschaft in Deutschland bei, zur Zahl der Unternehmen nur 6,4 % und zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sogar nur 4,8 %. Damit leistet die Filmwirtschaft – gemessen am durchschnittlichen Beitrag von 8 % des Bundeslandes Hessen an der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt – zum Teilmarkt der Filmwirtschaft in Deutschland einen eher unterdurchschnittlichen Beitrag. Zum Vergleich: der Beitrag von Bayern zum Umsatz der deutschen Filmwirtschaft beläuft sich auf 30 %.

SCHWERPUNKTE DER FILMWIRTSCHAFT IN HESSEN

Mit rund 426 Mio. Euro Umsatz von insgesamt 761 Mio. Euro dominieren die 330 hessischen Unternehmen der **Filmproduktion** diesen Teilmarkt eindeutig. Seit 2009 hat sich diese Teilbranche gut entwickelt. Der Umsatz ist seit 2009 um 261 Mio. Euro, das sind 159 %, gestiegen, die Zahl der Unternehmen ging allerdings im gleichen Zeitraum von 362 auf 330 zurück (-9 %).

Im Bereich der kulturellen Filmförderung wird in Hessen insbesondere die Produktion von Dokumentar(spiel)filmen gefördert. Bekannte Filme sind z. B. *Die innere Sicherheit*, *Black Box BRD* oder *Absolut Warhola*. Die hr-Koproduktion *Jack* erhielt im Juni 2015 bei der Verleihung des *Deutschen Filmpreises* in der Kategorie Bester Spielfilm die *Silberne Lola*. Bester Kinderfilm 2014 war *Ostwind* von Regisseurin Katja von Garnier, der ebenso wie der nominierte Film *Lauf Junge lauf* von Pepe Danquart teilweise in Nordhessen gedreht und von *HessenInvestFilm* gefördert wurde. Nominiert in den Kategorien Bester Spielfilm, Bestes Drehbuch und Beste Filmmusik war *Im Labyrinth des Schweigens*, ein Film über den Frankfurter Staatsanwalt Fritz Baur und die von ihm initiierten Ausschwitzprozesse. Der Film war auch für einen Oscar als bester fremdsprachiger Film nominiert.

Die starke Fokussierung auf Dokumentarfilme zeigt sich beispielhaft am *Kasseler Dokumentarfilm- und Videofest*, das neben den Dokumentarfilmfestivals in Duisburg, München und Leipzig eines der wenigen ist, das sich umfassend diesem Thema widmet und einen breiten Überblick über das internationale Dokumentarfilmschaffen gibt.

Die **Postproduktion** hat bezogen auf den Umsatz noch eine eher geringe Bedeutung in der hessischen Filmwirtschaft. Ihr Anteil betrug 2013 nur 3 %. Zwar sind die Umsätze in der Postproduktion seit 2009 um 60 % gestiegen, allerdings nicht im gleichen Maße wie in der Filmherstellung (+159 %).

Postproduktionunternehmen arbeiten für die Werbebranche, aber auch für hochwertige Kino- und TV-Filmproduktionen. In der Rhein-Main-Region sind auch Filmproduktionsfirmen zu Hause, die für den Fernsehmarkt und für das Kino arbeiten, insbesondere im Segment der Dokumentationen. Zu den großen Arbeit- und Auftraggebern für die Filmproduktion wie für die Postproduktion gehören neben der Werbewirtschaft der *Hessische Rundfunk*, die *Degeto Film*, und insbesondere das *ZDF* in Mainz.

Während Filmproduktion, Postproduktion und Kinos sowie die **selbstständigen Bühnen-, Film-, Hörfunk und Fernsehkünstler** steigende Umsätze seit 2009 verzeichneten, gingen die Umsätze beim **Filmvertrieb**, d. h. im **Einzelhandel**, beim Verleih sowie in den **Videotheken** zurück. Dies ist u. a. darauf zurückzuführen, dass filmwirtschaftliche Produkte im Internet durch die Kunden direkt abgerufen bzw. erworben werden (Streaming). Dadurch verlieren die klassischen Distributoren, die ursprünglich die Funktion des „Großhandels“ in der Filmindustrie innehatten und die Rechte der Filmaufführung bzw. -auswertung steuerten, aber auch die Verleiher an Bedeutung.

Zweitstärkste Teilbranche der Filmwirtschaft sind bezogen auf den Umsatz die **Kinos** mit 162 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2013, ein Umsatzanteil von 21 % an der Filmwirtschaft insgesamt. Seit 2009 verzeichnen die Kinos ein Umsatzplus von 23 %.

Im Hinblick auf die kommerziellen Filmtheater und Kinos wurden seit Mitte der neunziger Jahre in Hessen zahlreiche neue Multiplex-Kinos eröffnet. Diese Entwicklung ist jedoch mittlerweile abgeschlossen und hat eine Reihe von kleinen kommerziellen Kinos verdrängt, die in den 70er Jahren entstanden und längst nicht mehr den technischen und räumlichen Anforderungen der Filmverleiher und des Publikums entsprachen.

Als Reaktion auf das Angebot der Multiplex-Kinos haben sich einige mittelständische Kinobetreiber zusammengeschlossen. Darüber hinaus entstanden (z. B. in Fritzlar und Nidderau) sogenannte „Miniplexe“, die mit einer geringeren Anzahl an Leinwänden und Sitzplätzen ausgestattet sind. Sie stießen in die Lücke zwischen Multiplex-Kinos und Filmkunsttheatern, machen jedoch überwiegend Angebote im kommerziellen Bereich und weniger im Bereich der Filmkunst. Mittelständische Kinos sind einem starken Wettbewerb ausgesetzt, dem die meisten finanziell nur schwer standhalten können. Modernisierung, d. h. Digitalisierung, ein attraktives Programmprofil, aber vor allem die Weiterentwicklung zu einem Treffpunkt mit zusätzlichen Angeboten sind notwendig, um sie zu erhalten und zukunftsfähig zu machen.

Weniger betroffen von dem Vormarsch der Multiplex-Kinos waren die Filmkunsttheater, die konsequent dem sogenannten Arthouse-Bereich treu geblieben sind. Dieses Segment hat einen relativ stabilen Marktanteil innerhalb der Kinolandschaft, sofern die technischen und baulichen Rahmenbedingungen der Filmkunsttheater zeitgemäß sind.

Der Film- und Medienstandort Hessen hat auch durch diesen Arthouse-Bereich mit seinen Programmkinos und Events wie dem *Kinosommer* nationale und internationale Bekanntheit erlangt. Filmkunsttheater, Programmkinos und kommunale Kinos tragen zur vielfältigen Filmkultur in Hessen bei. Auch sind sie vielfach ein Forum für junge Künstler, mit Projekten und Akteuren vor Ort vernetzt und geben Impulse für die Quartiersentwicklung.

Hessen hat unter den Flächenländern eine eher geringe Kinodichte aufzuweisen (gemessen an Kinoplätzen pro 1.000 Einwohner). Nur in den Bundesländern Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein und Thüringen gibt es weniger Kinoplätze pro 1.000 Einwohner.

Ein Blick auf die Umsätze der Kinos im Bundesländervergleich zeigt jedoch, dass Hessen – bei der Relation Umsatz pro Kinoplatz – unter den Flächenländern einen Spitzenplatz hinter Bayern einnimmt. Allerdings ging die Zahl der Plätze in Hessen seit 2000 um gut 4.000 zurück (-7 %), während sie in Bayern sogar noch um knapp 2.000 (+1,6 %) stieg. So beträgt der durchschnittliche Umsatz pro Kinoplatz in Hessen 1.370 Euro (2000: 1.053 Euro), was einem Gesamtumsatz von rund 76 Mio. Euro (2000: 63 Mio. Euro) im Jahr 2014 entspricht.

In Bayern erzielen die Kinos pro Platz durchschnittlich 1.417 Euro und einen Gesamtumsatz von 173 Mio. Euro. In Baden-Württemberg betrug der Umsatz pro Platz 1.264 Euro (2000: 933 Euro) bei einem Gesamtumsatz von 131 Mio. Euro und in Nordrhein-Westfalen 1.250 Euro pro Platz (2000: 978 Euro) bei einem Gesamtumsatz von 202 Mio. Euro.

Die Umrüstung der Kinos auf digitale Technik ist in Hessen, maßgeblich unterstützt durch ein Förderprogramm des Landes, weitgehend abgeschlossen. Bei einer Vielzahl der in den 50er und 60er und teilweise in den 70er Jahren entstandenen Kinos steht aber noch eine bauliche Sanierung an. Diese Sanierungsmaßnahmen stehen fast immer im Zusammenhang mit der jeweiligen Stadtentwicklung bzw. der Entwicklung der Innenstädte. Dabei geht es weniger um den eigentlichen Substanzerhalt oder eine umfassende Sanierung, sondern vielmehr um eine grundlegende Modernisierung und Erhöhung der Attraktivität der Kinos als wichtigem Element lebendiger Innenstädte. Die Attraktivität eines Kinos oder Kinostandortes wird auch in Zukunft eine große Rolle für seine Umsatzentwicklung, aber auch für den Umsatz der benachbarten Gastronomie und des Handels spielen, abhängig u. a. vom Service im Kino und vom kino-fremden Angebot.

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN UND VERANSTALTUNGEN

Ausbildung, Forschung und Produktion für Medienberufe an Hessischen Hochschulen sind seit 2007 über die *Hessische Film- und Medienakademie (hFMA)* vernetzt. Seit 2011 existiert zudem ein Verbund der Hochschulen in Wiesbaden, Darmstadt und Offenbach für ein neues duales Studium Digitale Bildbearbeitung.²⁶

In der Rhein-Main-Region sind rund 20 Organisationen, Verbände, Netzwerke und Innovationszentren und sonstige Institutionen der Filmwirtschaft, vor allem in Wiesbaden und Frankfurt, ansässig. Zu nennen sind die *Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO)* bzw. die *Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK)*, die *Filmbewertungsstelle*, das *Kuratorium junger deutscher Film* und die *Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung* sowie das *Deutsche Filminstitut* und das *Deutsche Filmmuseum*.

Zusätzlich stärken das *Film- und Kinobüro Hessen*, die *Vereinigung der Hessischen Filmwirtschaft* und das *Filmhaus Frankfurt* die Filmbranche in der Rhein-Main-Region. 2009 wurde das *Filmhaus der Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung* in Wiesbaden eröffnet, das filmkulturellen Einrichtungen, Interessenvertretungen aus der Filmwirtschaft sowie Film- und Medienunternehmen ein gemeinsames Dach bietet. Bundesweite große Aufmerksamkeit erlangte die *Murnau-Stiftung* durch die bisher bedeutendste Rekonstruktion der Filmgeschichte: *Metropolis*, das Meisterwerk von Fritz Lang aus dem Jahr 1927, ist nun für alle Medien – Video und VoD sowie TV und Kino – in digitaler Qualität verfügbar. Der Film *Metropolis* wurde im Jahr 2001 in das *UNESCO-Dokumentenerbe* aufgenommen.

Die *B3 Biennale des bewegten Bildes* bietet seit 2013 eine Plattform für die Vernetzung von Film, Fernsehen, Kunst, Design, Wissenschaft und Nachwuchs.

Zur Förderung und Entwicklung des Medienstandorts Hessen haben bisher die *HessenInvestFilm*, die *Hessische Filmförderung* und die *Film Commission Hessen* beigetragen. Ab 2016 soll die hessische Filmförderung in der *Hessen Film- und Medien* neu strukturiert werden. Im Wesentlichen werden die bislang getrennt existierenden Bereiche für kulturelle und wirtschaftliche Filmförderung hier zusammengeführt.

Seit 1997 arbeiten die *Kulturelle Filmförderung des Landes Hessen (HFF-Land)* und die *Hessische Rundfunk Filmförderung (HFF-hr)* von der Projektentwicklung über die Finanzierung bis zur Verwertung zusammen. Die gemeinsame Geschäftsstelle der *Hessischen Filmförderung (HFF)* ist Ansprechpartner für Filmschaffende und Kinobetreiber.

Seit 2002 hat die Filmförderung in Hessen, insbesondere durch *HessenInvestFilm* geförderte Projekte, eine nachhaltige zukunftssträchtige Entwicklung des Filmstandortes Hessen angestoßen. Viele von *HessenInvestFilm* mitfinanzierten Filme wurden zwar außerhalb Hessens produziert, viele Dienstleistungen im Bereich der Postproduktion, insbesondere *Visual Effects*, *Tonbearbeitung*, *Musik* etc. werden jedoch in Hessen geleistet und sorgen hier für positive Beschäftigungseffekte.

Von *HessenInvestFilm* geförderte Filme werden auf der Homepage der *Hessischen Filmförderung* aufgelistet. Viele der geförderten Filme wurden mehrfach mit Preisen ausgezeichnet.²⁷

26: Einen guten Überblick über Ausbildungsmöglichkeiten und Institutionen in der Rhein-Main-Region gibt das Kulturportal der Stadt Frankfurt: www.kultur-frankfurt.de.

27: www.hessische-filmfoerderung.de.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN DER FILMWIRTSCHAFT 2013 (IN %)

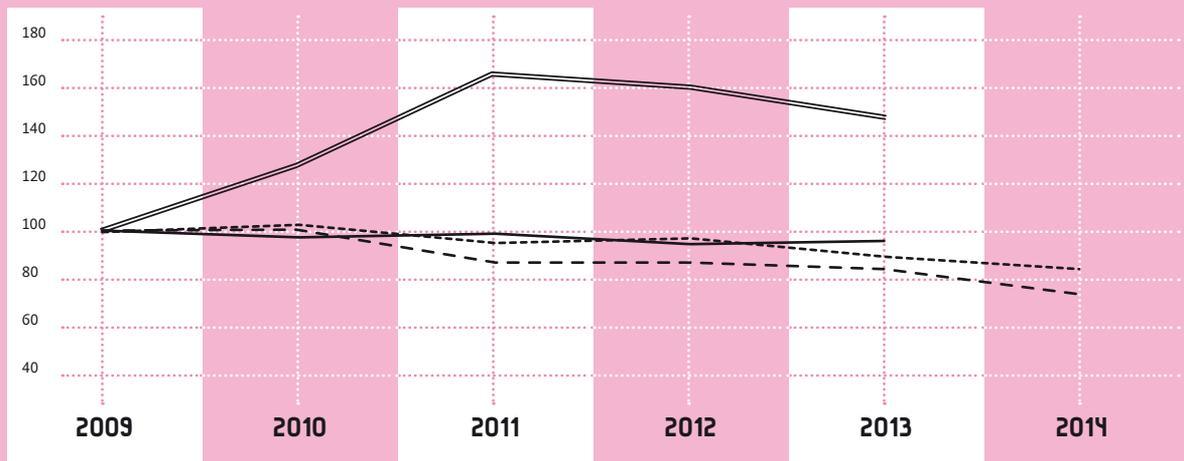
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen
- 2: Kinos
- 3: Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken)
- 4: Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler
- 5: Videotheken
- 6: Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik
- 7: Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN DER FILMWIRTSCHAFT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen ————
- Umsatz ————
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - - - - -

PREISE UND AUSZEICHNUNGEN

Das Land Hessen vergibt eine Vielzahl von Preisen. Die Hessischen Film- und Kinopreise honorieren besondere Leistungen der hessischen Film- und Kinoszene und sind mit insgesamt 185.000 Euro dotiert. Dies sind im Einzelnen:

- Der *Hessische Filmpreis* zeichnet jährlich hervorragende Spiel-, Dokumentar-, Kurz- oder Experimentalfilme aus und ist mit 75.000 Euro ausgestattet. Neben dem *Hessischen Filmpreis* sind in Deutschland allein der *Bundesfilmpreis* sowie der *Bayerische Filmpreis* mit Preisgeld dotiert.
- Der *Hessische Drehbuchpreis* wird an erfolgreiche Drehbuchautoren und für Drehbücher mit einem Bezug zum Land Hessen verliehen.
- Der *Hessische Kino-Kulturpreis für gewerbliche Kinos* zeichnet gewerbliche hessische Kinos aus, die nicht in öffentlicher Trägerschaft stehen. Er wird für herausragendes kulturelles Engagement verliehen.
- Der *Hessische Kino-Kulturpreis für kommunale Kinos* wird an nicht gewerblich betriebene Abspiegelstätten, kommunale Kinos und Kinoinitiativen verliehen.
- Der *Hessische Rundfunk* vergibt seit 2003 im Rahmen der Verleihung der Hessischen Film- und Kinopreise einen eigenen *Hessischen Fernsehpreis* in den Kategorien *Bester Darsteller* und *Beste Darstellerin*.
- Der *Ehrenpreis des Hessischen Ministerpräsidenten* würdigt besondere Leistungen im Film- und TV-Bereich.
- Die *Frankfurter Buchmesse* ehrte mit dem *Internationalen Literaturfilmpreis* von 2004 bis 2014 eine herausragende Literaturverfilmung.

Darüber hinaus werden in Hessen Preise und Wettbewerbe weiterer Institutionen und Kommunen ausgelobt, z. B. der *Kurzfilmpreis der Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung*, der *Fernsehkrimipreis der Stadt Wiesbaden*, der *Marburger Kamerapreis* der Stadt Marburg und der *Philipps-Universität* oder der *Super 8 Wettbewerb* beim *Open-Air Filmfest Weiterstadt*.

FILMFESTIVALS

In Hessen finden jährlich rund 25 Filmfestivals statt, darunter das *Kinderfilmfestival LUCAS*, das *LICHTER Filmfest International* und *Nippon Connection* in Frankfurt, *goEast* und das *exground filmfest* in Wiesbaden, das *Kasseler DokFest* und das *Open Air Filmfest Weiterstadt*.

Neben ihrer kulturellen Bedeutung haben die hessischen Filmfestivals auch als Standortfaktor ein wirtschaftliches Gewicht. In dem im Jahr 2000 gegründeten *Verbund Filmfestivals Hessen* haben sich 14 hessische Festivals eine gemeinsame Plattform geschaffen. Dieses im Film- und Kinobüro Hessen angesiedelte Netzwerk ist auch Ausdruck der über viele Jahre gewachsenen Festivalkultur in Hessen.²⁸

28: www.filmfestivals-hessen.de.



POPCORN

BUCHMARKT

Am Beginn der Wertschöpfungskette im Buchmarkt stehen Kreativität und Phantasie der Schriftsteller, der schöpferische Akt, d. h. die Schaffung neuer schriftstellerischer bzw. literarischer Inhalte und Werke wie Gedichte, Essays, Romane u. a.

Die entstandenen Werke werden klassischerweise von Verlagen verarbeitet und vertrieben, welche in der Regel auch die Lizenzrechte verwalten. Marktchancen liegen für Verlage auch im Erwerb von Lizenzen für Übersetzungen oder zur Verwendung der Inhalte für Filme, Games, Audio-CDs, Hörspiele oder aber für Non-Book-Produkte. Medien wie Rundfunk und Fernsehen machen die Werke bekannt, aber auch Lesungen der Autoren bleiben nach wie vor ein wichtiges Marketinginstrument. Der Buchmarkt umfasst statistisch im Wesentlichen die klassischen Buchverlage und den Einzelhandel mit Büchern. Hinzu kommen die selbständigen Schriftsteller und Übersetzer sowie die Druckweiterverarbeitung, z. B. in Buchbindereien.

Dieses kreative Schaffen hat aber nicht nur eine geistige und kulturelle, sondern auch eine ökonomische Dimension. Auf dem deutschen Buchmarkt werden jährlich rund 80.000 Neuerscheinungen präsentiert, wobei rund 10 % dieser Neuerscheinungen, die Bestseller, einen Großteil des Umsatzes der Verlage ausmachen. Ein Schwerpunkt ist dabei noch immer die Belletristik, aber auch das Kinder- und Jugendbuchsegment und fremdsprachige Literatur verzeichnen wachsende Verkaufszahlen, ebenso wie die durch neue technische Möglichkeiten entstandenen Hörbücher und E-Books. Laut Börsenverein des Deutschen Buchhandels verdreifachte sich der Anteil der E-Books am Umsatz im Publikumsmarkt von 2011 bis 2012 auf 2,4 %. Auch der Online-Handel mit Büchern erfährt Zuwächse. Er wuchs zwischen 2011 und 2012 um 10,4 %; über die Hälfte der deutschen Verlage bieten E-Books an.

Im Zuge der Digitalisierung haben sich nicht nur die auf das Schreiben folgenden Arbeitsschritte, z. B. Satz, Layout und Lektorat, zum Autor zurückverlagert, Autoren vermarkten ihre Werke zunehmend auch ohne Verlag selbst im Internet (Self-Publishing). Durch Innovationen in Unternehmen wie Geräteherstellern und Medienhäusern sowie durch Self-Publishing-Plattformen (z. B. von Amazon) entstehen neue Wettbewerber, die das bisherige System der Autoren, Verlage und Buchhändler verändern. Die Kampagne *Vorsicht Buch!* des Börsenvereins des deutschen Buchhandels setzt sich seit 2013 gezielt für das Image des Buches und das stationäre Segment ein.

Der Buchmarkt wird – wie der eng verwandte Pressemarkt – stark von den neuen digitalen Möglichkeiten beeinflusst. Im Unterschied zum Pressemarkt hat der Buchmarkt durch die Akzeptanz der E-Books ein im digitalen Zeitalter marktfähiges Geschäftsmodell. Herausforderungen für das Verlags-gewerbe sind innovative Technologien auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette, z. B. Print-on-Demand-Verfahren für nachfragebasierte Produktionsverfahren oder Zusatzangebote im Internet im Rahmen der Onlinevermarktung. Weitere Zukunftsthemen sind Medienkonvergenz und internationale crossmediale Vermarktung. Auch die Frankfurter Buchmesse bietet mittlerweile einen Marktplatz für Crossmedia.

Im Buchmarkt sind Kooperationen mit unterschiedlichen Arten von Partnern weit verbreitet. Immerhin 60 % der Unternehmen pflegen Kooperationen mit branchenspezifischen Verbänden und 56 % innerhalb informeller Netzwerke. Größer fällt dieser Anteil in keinem anderen Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Auch bei Kooperationen mit anderen Unternehmen oder öffentlichen Einrichtungen liegt der Buchmarkt mit Anteilen von 73 bzw. 43 % über dem Durchschnitt der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.²⁹

29: Vgl. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, im Auftrag des BMWi: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013, Bericht im Rahmen des Projekts „Stand und Perspektiven der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft 2013-2015“, Seite 86.

Insgesamt verzeichnete der Buchmarkt eine stabile bis positive Entwicklung – trotz der zunehmenden Konkurrenz von Medien wie TV, Radio, Smartphones sowie Internet und den daraus resultierenden neuen Herausforderungen im Bereich Urheberrecht.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die rund 1.300 Unternehmen des hessischen Buchmarkts im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von rund 635 Mio. Euro erzielt, das sind 5,5 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen und entspricht in etwa dem Umsatz hessischer Garten- und Landschaftsbauunternehmen (648 Mio. Euro). Im Buchmarkt sind neben 1.300 Unternehmensinhabern 7.900 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte tätig, das sind knapp 11 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Der hessische Buchmarkt bietet somit ähnlich vielen Personen eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung wie die Designwirtschaft. Außerdem verzeichnet der Buchmarkt rund 1.300 ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte. Darüber hinaus sind im Buchmarkt weitere Personen im Nebenjob geringfügig beschäftigt.³⁰

Hinzu kommen freiberuflich Tätige, die in der Künstlersozialkasse in der Kategorie Wort erfasst werden. Dieser Kategorie werden vor allem Schriftsteller und Publizisten zugerechnet. Im Jahr 2014 (Stand: 1.1.2015) waren in dieser Kategorie 2.607 Personen gemeldet, die sich jedoch auch auf Teilmärkte wie Pressemarkt und Rundfunkwirtschaft verteilen. Dem Buchmarkt werden ca. 1.900 freiberuflich Tätige zugerechnet. Insgesamt dürfte der hessische Buchmarkt mindestens rund 12.400 Erwerbstätige aufweisen.

ENTWICKLUNG DES BUCHMARKTS IN HESSEN

Die Branche zeichnet sich in Hessen im Fünf-Jahres-Zeitraum von 2009 bis 2013 durch eine sehr inhomogene Entwicklung aus. Während sich die Unternehmenszahl im Buchmarkt seit 2009 nur leicht um knapp 6 % vermindert hat, ist der Umsatz im gleichen Zeitraum deutlich um über 20 % zurückgegangen,

von 800 Mio. Euro auf 635 Mio. Euro. Die Beschäftigtenzahlen im hessischen Buchmarkt haben sich trotz der starken Umsatzeinbußen und der verminderten Unternehmensanzahl von 2009 bis 2014 jedoch positiv entwickelt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist von 2009 bis 2014 um rund 15 % (+1.015 Personen) gestiegen, die Zahl der ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten sank um rund 15 % (-220 Personen).

DER BUCHMARKT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Der Umsatz im hessischen Buchmarkt (rund 1.300 Unternehmen) liegt bei 635 Mio. Euro, das sind 5,5 % des Umsatzes der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft und entspricht in etwa einem Viertel des Umsatzes von Baden-Württemberg (2,6 Mio. Euro) und Bayern (2,8 Mio. Euro). In diesen beiden Bundesländern macht der Umsatz des Buchmarkts 11 bzw. 9 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft aus.

In Nordrhein-Westfalen (3.700 Unternehmen) beträgt dieser Anteil sogar 15,5 % und hat mit 5,4 Mio. Euro den höchsten Umsatz unter den Bundesländern. Der deutschlandweite Anteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft beträgt knapp 10 %. Hessen verzeichnet somit einen deutlich unterdurchschnittlichen Beitrag des Buchmarkts zum Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesland. Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen variiert in den betrachteten Bundesländern stark und beträgt im hessischen Buchmarkt 476 Tsd. Euro, in Bayern ist er nahezu doppelt so hoch (834 Tsd. Euro), in Baden-Württemberg beträgt er sogar 1,3 Mio. Euro und in Nordrhein-Westfalen 1,5 Mio. Euro.

In Hessen arbeiten im Buchmarkt 11 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In Baden-Württemberg und Bayern sind in diesem Teilmarkt rund 8 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten tätig, in Nordrhein-Westfalen knapp 7 %. Deutschlandweit liegt dieser Anteil bei gut 7 %. Trotz eines niedrigeren Umsatzanteils weist Hessen im Vergleich einen höheren Beschäftigtenanteil im Buchmarkt auf.

30: Diese Personen üben auf jeden Fall parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen, ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung der Struktur nicht berücksichtigt.

SCHWERPUNKTE DES HESSISCHEN BUCHMARKTS

43 % des Umsatzes wurde 2013 im Buchmarkt allein von den **Buchverlagen** (rund 250 Unternehmen) erwirtschaftet. Die hessischen Buchverlage verzeichnen seit 2009 jedoch einen starken Umsatzrückgang von -45 %. Während der Umsatz 2009 noch rund 497 Mio. Euro betrug, waren es 2013 nur noch rund 273 Mio. Euro. Auch die Umsätze in der Druckweiterverarbeitung sind analog dazu in diesem Zeitraum um rund 14 % gesunken.

Frankfurt am Main ist nach wie vor ein bedeutender Verlagsstandort. So renommierte Verlage wie der S. Fischer Verlag, der Campus Verlag, der Schöffling Verlag, der Stroemfeld Verlag, der Societäts-Verlag oder der Deutsche Fachverlag, der Insel-Verlag, Frankfurter Verlagsanstalt, der Eichborn-Verlag und der Zweitausendeins-Verlag, um nur einige zu nennen, haben ihren Sitz in der Mainmetropole. Aber auch in Darmstadt und Wiesbaden sind heute zahlreiche Literatur- und Fachverlage, z. B. der Brockhaus-Verlag und der DG-Verlag, ansässig. Kleinere Verlage mit Hessenbezug sind die Henrich Editionen in Frankfurt und der CoCon Verlag in Hanau.

Stärken des Verlagsstandorts sind der Rechte- und Lizenzhandel. Bei internationalen Lizenzgeschäften und dem Handel mit Verwertungsrechten für die verschiedensten Verwertungsformen ist die Frankfurter Buchmesse für Verlage und Literaturagenten weltweit die wichtigste Branchenplattform.

Der **Einzelhandel mit Büchern** trug als zweitstärkste Teilbranche 2013 40 % zum Umsatz des Buchmarkts bei und konnte seinen Umsatz seit 2009 um rund 27 % steigern, von rund 200 Mio. Euro auf 254 Mio. Euro im Jahr 2013.

Das zentrale Auslieferungslager des Internetbuchhändlers Amazon mit ca. 1,5 Mio. verschiedenen Büchern und CDs befindet sich in Bad Hersfeld. Dort ist auch das Distributionszentrum von Libri (Georg Lingenbrink), ebenfalls eine Internetbuchhandlung und zugleich wichtigster Grossist der Buchhändler.

Eine Internetbuchhandlung – und sei sie noch so bedeutend – stellt im Wesentlichen Arbeitsplätze im Vertrieb bereit und nicht im Einzelhandel mit Büchern. In der Wirtschaftszweigsystematik werden diese Unternehmen und ihre Beschäftigten mit anderen Vertriebs- und Logistikunternehmen unter der Rubrik Distribution bzw. Logistik erfasst, obwohl die Wertschöpfungskette im Bereich des Literatur-, Buch- und Pressemarkts im Prinzip von dem kreativen Akt des Schreibens als Voraussetzung für die wirtschaftliche Verwertung bis hin zum Vertrieb des Produkts Buch an den Endverbraucher reicht.

Mit dem Stichwort Literatur verbindet man in Hessen aber nicht nur einige national oder international herausragende Verlage, sondern auch international bekannte Schriftsteller, deren Schaffen am Anfang der Wertschöpfungskette im Buchmarkt steht. Hinzu kommt das Schaffen zahlreicher Übersetzer; immerhin die Hälfte der Bücher auf dem deutschen Buchmarkt sind Übersetzungen. Die Einnahmen der **Schriftsteller** haben jedoch nur eine untergeordnete Bedeutung im Buchmarkt. Ihr Umsatz betrug 2013 gut 46 Mio. Euro, immerhin ein Zuwachs von rund 7 % gegenüber 2009.

In der jüngeren Zeit sind es Schriftsteller wie Christine Brückner, Herbert Heckmann, Marie-Luise Kaschnitz, Elisabeth Borchers, Karl Krolow, Valentin Senger und Gabriele Wohmann, Eva Demski, Bodo Kirchhoff, Peter Härtling, Martin Mosebach, Wilhelm Genazino und Andreas Maier, die Kriminalschriftsteller Matthias Altenburg (Jan Seghers), Nicola Hahn und Nele Neuhaus oder der Kinder- und Jugendbuchautor Andreas Steinhöfel, die weit über Hessen hinaus bekannt sind. Der bis zu seinem Tod 2013 in Frankfurt am Main lebende Publizist Marcel Reich-Ranicki galt als einflussreichster Literaturkritiker seiner Zeit. Und der Dichter, Zeichner und Satiriker Robert Gernhardt war in den 60er Jahren Mitbegründer der Künstlergruppe *Neue Frankfurter Schule*, der auch F.W. Bernstein, Pit Knorr, Chlodwig Poth, Bernd Eilert, Hans Traxler und F. K. Waechter angehörten. Der Offenbacher Autor Frank Witzel hat 2015 den *Deutschen Buchpreis* für den Roman *Die Erfindung der Roten Armee Fraktion durch einen manisch-depressiven Teenager* im Sommer 1969 erhalten.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN IM BUCHMARKT 2013 (IN %)

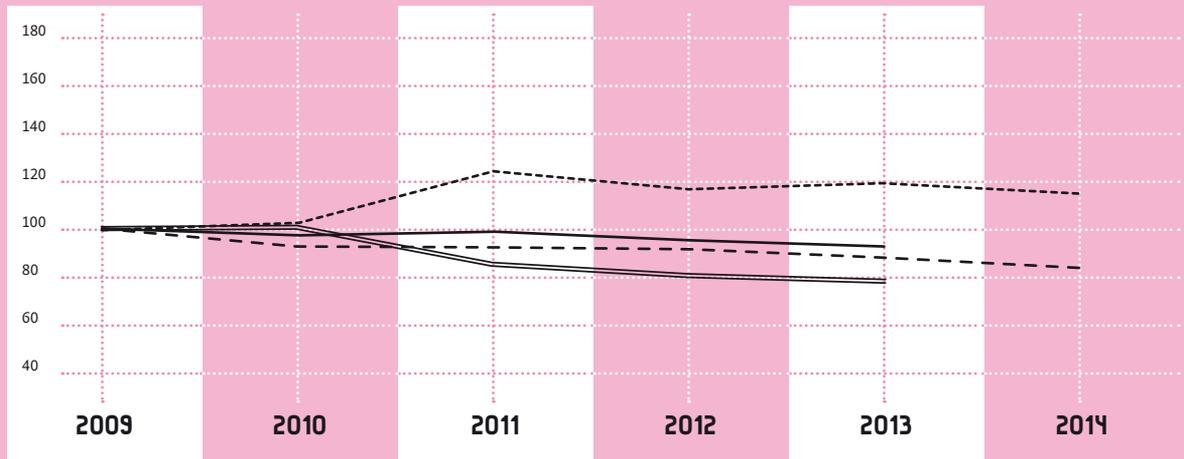
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Buchverlage
- 2: Bucheinzelhandel
- 3: Druckweiterverarbeitung
- 4: Selbstständige Schriftsteller
- 5: Selbstständige Übersetzer
- 6: Antiquariate

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IM BUCHMARKT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - . - . - .

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN, VERANSTALTUNGEN UND MESSEN

Mit dem *mediacampus frankfurt* verfügt die Stadt Frankfurt über die zentrale Aus- und Weiterbildungseinrichtung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels bzw. seiner Landesverbände. Hier werden Aus- und Weiterbildungsangebote für Auszubildende und Berufstätige im Buchhandel und in Verlagen angeboten, ferner Seminare für Quereinsteiger, IHK-zertifizierte Weiterbildungsangebote sowie offene Seminare zu praxisnahen Themen. Auch der erste berufsbegleitende Bachelor-Studiengang der Buchbranche startete im Sommer 2010 in Frankfurt. Er wird in den Bereichen Buchhandels- und Medienmanagement bzw. Verlags- und Medienmanagement angeboten und eröffnet Buchhandels- und Verlagsmitarbeitern die Möglichkeit, einen branchenspezifischen, international anerkannten Bachelor-Abschluss zu erlangen. Der neue Studiengang findet im Rahmen der Kooperation des *mediacampus frankfurt* und der *School of Management and Innovation (SMI)* der *Steinbeis-Hochschule Berlin* statt.³¹

Eine Reihe weiterer bedeutender Institutionen aus dem Bereich der Literatur ist in Hessen zu Hause. Alleine in Darmstadt befinden sich etliche Institutionen von nationaler und internationaler Bedeutung, wie z. B. die *Schriftstellervereinigung PEN-ZENTRUM DEUTSCHLAND*, die *Literaturinitiative Darmstadt*, beide im städtischen *Literaturhaus Darmstadt* beherbergt, die *Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung*, die den renommierten *Georg-Büchner-Preis* vergibt, sowie der *Literaturfonds Darmstadt*, das *Deutsche Poleninstitut* und das *Zentrum für junge Literatur* mit *Textwerkstatt* und *Lesebühne*. Das *Freie Deutsche Hochstift* mit dem *Goethe-Haus*, die *Stiftung Buchkunst*, das *Hessische Literaturforum*, das *Literaturhaus* sowie die *Romanfabrik* sind in Frankfurt am Main und die *Gesellschaft für Deutsche Sprache* in Wiesbaden angesiedelt. Von überregionaler Bedeutung ist das *Klingspor Museum* für internationale Buch- und *Schriftkunst* in Offenbach. Bedeutende hessische Bibliotheken sind neben zahlreichen Universitätsbibliotheken und der *Hessischen Landesbibliothek* in Wiesbaden auch die *Deutsche Nationalbibliothek*, das zentrale Archiv des deutschsprachigen Raumes mit Sitz in Frankfurt am Main. In Mittelhessen ist das *Literarische Zentrum Gießen* zu nennen.

Die international wichtigste Messe im Bereich Buchwesen und Literatur ist die jährlich stattfindende *Frankfurter Buchmesse*, Tochter des *Börsenvereins des Deutschen Buchhandels*, zu der im Jahr 2014 über 7.000 Aussteller aus 110 Ländern und rund 300.000 Besucher kamen. Sie ist nicht nur die größte, sondern auch die älteste Buchmesse der Welt. Neben Büchern und Zeitschriften werden zunehmend elektronische Medien wie Hörbücher, literarische DVDs, Software, elektronische Lehrmittel, Lexika und E-Books auf der Messe vorgestellt. Sie hat eine wichtige Funktion als Treffpunkt für Verleger, Agenten, Buchhändler, Bibliothekare, Wissenschaftler u. a., die sich hier über Trends informieren, Kontakte knüpfen und Geschäfte abschließen. Während der Buchmesse finden an zahlreichen Orten in ganz Frankfurt und in der Region Lesungen und weitere kulturelle Veranstaltungen zum Thema Literatur und Buch statt. Mit *OPEN BOOKS* ist im Jahr 2009 ein städtisches Lesefest entstanden, das jährlich zur *Frankfurter Buchmesse* die besten und interessantesten Neuerscheinungen des Herbstprogrammes deutschsprachiger Verlage präsentiert.

Der *Börsenverein des deutschen Buchhandels* hat seinen Sitz in Frankfurt am Main. Der Börsenverein und die Buchmesse sind international tätig und verfügen über ein weltweites Netzwerk, das es deutschen Verlegern und Buchhändlern erleichtert, internationale Geschäfte abzuwickeln, z. B. durch internationale Branchenplattformen wie die deutschen Gemeinschaftsstände auf ausländischen Messen.

Bedeutende Veranstaltungsorte in Frankfurt zum Thema Literatur und Buch für Lesungen, Performances, Ausstellungen sind das *Literaturhaus Frankfurt am Main* inklusive dem *Jungen Literaturhaus*, die *Romanfabrik*, das *Hessische Literaturforum* im *Mousonturm* und das *Goethe-Haus am Hirschgraben*. In Wiesbaden nimmt das *Literaturhaus Villa Clementine* die Rolle eines literarischen Zentrums ein.

31: www.mediacampus-frankfurt.de.
www.steinbeis-smi.de.

Hessischer Rundfunk, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst und Hessischer Literaturrat haben im Jahr 2004 die Veranstaltung *Literaturland Hessen* initiiert. Das jeweils im Herbst stattfindende Festival soll die Literaturtradition des Landes stärker ins Bewusstsein holen und die vielen Orte, an denen das literarische Erbe Hessens gepflegt und lebendig gehalten wird, als Ausflugs- und Reiseziele erschließen.

Die Verlage Suhrkamp, S. Fischer und Schöffling & Co. richten die Vorlesungsreihe *Frankfurter Poetik-Vorlesungen* im Rahmen der Stiftungsgastdozentur Poetik aus. Gründer und erster Stifter war der S. Fischer Verlag in den Jahren 1959/60. In den *Frankfurter Poetik-Vorlesungen* beschäftigt sich jedes Semester ein Autor unter einem frei gewählten Titel mit Fragen zur poetischen Produktion und ihren Bedingungen. Viele dieser Vorlesungen sind auch als Buch erschienen. Zu den Gastprofessoren zählen nahezu alle namhaften deutschsprachigen Autoren und Autorinnen, u. a. Ingeborg Bachmann, Heinrich Böll, Narwid Kerami, Günter Grass, Daniel Kehlmann, Eva Demski, Marie Luise Kaschnitz, Robert Gernhardt, Ernst Jandl, Juli Zeh, aber auch der renommierte Filmregisseur Dominik Graf.

Zum 7. Mal fand 2014 *literaTurm – das Literaturfestival Frankfurt RheinMain* mit über 50 Veranstaltungen in Frankfurt am Main, Darmstadt, Hochheim, Hofheim, Kronberg, Bad Homburg und Wiesbaden statt. Thema war das Verhältnis von Literatur und Zeit. Das für die Kampagne verantwortlich zeichnende Frankfurter Designbüro *Fine German Design* erhielt vom Rat für Formgebung den *German Design Award 2015* in der Kategorie Campaign and Advertising.

Die *Frankfurter Lyriktag*e fanden auf Initiative des Kulturamts der Stadt Frankfurt am Main im Juni 2015 zum vierten Mal statt. Die mehrtägige Veranstaltung zollt damit dem stetig wachsenden Interesse an zeitgenössischer Lyrik Tribut. Beteiligt sind das Kulturamt, das Literaturhaus Frankfurt, das Hessische Literaturforum, die Romanfabrik sowie der Kulturfonds Frankfurt RheinMain.

AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

Hessen ist als Literaturland reich an national und international bekannten Auszeichnungen und Preisen, die von Kommunen bzw. auf regionaler und lokaler Ebene verliehen werden. So ist u. a. die *Frankfurter Buchmesse* ein idealer Rahmen für öffentlichkeitswirksame Verleihungen deutscher Preise:

- Der *Friedenspreis des Deutschen Buchhandels* – eine der bekanntesten und wichtigsten literarischen Auszeichnungen im deutschsprachigen Raum –, der *Deutsche Jugendliteraturpreis*, der *Gustav-Heinemann-Friedenspreis* für Kinder- und Jugendbücher, der *Deutsche Buchpreis des Börsenvereins*, der *aspekt-Literaturpreis*, der *Deutsche Wirtschaftsbuchpreis*, der *Deutsche Cartoonpreis* sowie der *Comic-Preis Sondermann* – benannt nach der bekanntesten Figur des 2004 verstorbenen Frankfurter Comic-Zeichners und Cartoonisten Bernd Pfarr – werden anlässlich der Buchmesse in Frankfurt verliehen.
- Der *Georg-Büchner-Preis* ist der bedeutendste deutsche Literaturpreis, er wird seit 1951 von der *Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung* als Literaturpreis an Dichter, Künstler, Schauspieler und Sänger in Darmstadt vergeben.
- Die *Ludwig-Börne-Stiftung* verleiht alljährlich den *Ludwig-Börne-Preis*, mit dem Autoren für ihre Leistungen im Bereich Essay, Kritik und Reportage gewürdigt werden. Preisträger der letzten Jahre waren Marcel Reich-Ranicki, Joachim Gauck, Götz Aly, Peter Sloterdijk und Florian Illies.
- Nach dem legendären 2006 in Frankfurt verstorbenen Lyriker, Autor, Zeichner und Maler Robert Gernhardt wurde der 2009 ins Leben gerufene *Robert Gernhardt Förderpreis* benannt, der einmal jährlich verliehen wird und Autoren aus Hessen die Realisierung eines größeren literarischen Vorhabens ermöglichen soll.
- Der *Johann-Jacob-Christoph von Grimmelshausen-Preis* wird alle zwei Jahre von der Stadt Gelnhausen, der Stadt Renchen sowie den Ländern Baden-Württemberg und Hessen vergeben. Ausgezeichnet werden Autoren, die durch ihr Werk zur künstlerischen Auseinandersetzung mit der Zeitgeschichte beitragen.

- Die Stadt Hanau vergibt den *Brüder-Grimm-Preis*, mit dem ein herausragendes Werk in deutscher Sprache aus dem Gebiet der Prosa, Lyrik oder Dramatik gefördert oder gewürdigt wird. Er wird seit 1983 alle zwei Jahre zu Ehren der dort geborenen Brüder Grimm verliehen. Zu den Preisträgern gehören Wolfgang Hilbig, Monika Maron, Harry Rowohlt, Reinhard Kaiser und zuletzt Christoph Ransmeyer.
- Seit 1994 wird der *Rheingau Literatur Preis* im Rahmen des *Rheingau Literatur Festivals* verliehen.
- Der *Leonce-und-Lena-Preis* der Stadt Darmstadt gilt als der bedeutendste Preis für junge Autorinnen und Autoren auf dem Gebiet der Lyrik im deutschsprachigen Raum. Er wird seit 1968 im Rahmen des Wettbewerbs *Literarischer März* verliehen. Parallel dazu werden ebenfalls von der Stadt Darmstadt die *Wolfgang-Weyrauch-Förderpreise* für deutschsprachige Lyrik vergeben.
- Der *Johann-Heinrich-Merck-Preis* für literarische Kritik und Essay wird seit 1964 von der *Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung* verliehen.
- Der *Sigmund-Freud-Preis* für wissenschaftliche Prosa wird seit 1964 von der *Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung* an Wissenschaftler verliehen, die in deutscher Sprache publizieren und durch einen herausragenden Sprachstil entscheidend zur Entwicklung des Sprachgebrauchs beitragen. Weitere Preise der *Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung* sind der *Friedrich-Gundolf-Preis* für die Vermittlung deutscher Kultur im Ausland und der *Johann-Heinrich-Voß-Preis* für hervorragende Leistungen auf dem Gebiet der Übersetzung. Der *Karl-Dedecius-Preis* wird alle zwei Jahre an einen deutschen und an einen polnischen Übersetzer verliehen. Mit dem Preis werden Übersetzer für ihre Leistungen und ihre Vermittlungsarbeit zwischen den beiden Nachbarländern gewürdigt.
- Der in Darmstadt ansässige *Deutsche Literaturfonds* vergibt jährlich den *Kranichsteiner Literaturpreis*, den *Kranichsteiner Literaturförderpreis*, die *Kranichsteiner Jugendliteratur-Stipendien*, den *Paul-Celan-Preis* für Übersetzungen sowie Stipendien für London- und New York-Aufenthalte.
- Zu den wichtigsten regionalen und lokalen Auszeichnungen des hessischen Buchmarkts zählt der *Kasseler Literaturpreis für grotesken Humor*, der von der *Stiftung Brückner-Kühner* seit 1985 jährlich vergeben wird. Zu den Preisträgern zählen Loriot, Ernst Jandl, Christoph Meckel, Hanns Dieter Hüsch, Max Goldt, Peter Bichsel, George Tabori, Gerhard Polt, F.W. Bernstein, Herbert Achternbusch und Dieter Hildebrandt.
- Der *Nordhessische Autorenpreis* fördert seit 2004 Gegenwartsliteratur mit regionalem Bezug. Im Anschluss an die alle zwei bis drei Jahre stattfindenden Literaturwettbewerbe entsteht eine Anthologie mit Prosa, Lyrik und experimentelle Texten.
- Der seit 2001 in Kassel verliehene *Kulturpreis Deutsche Sprache* besteht aus drei Auszeichnungen: dem *Jacob-Grimm-Preis Deutsche Sprache*, dem *Initiativpreis Deutsche Sprache* und dem *Institutionenpreis Deutsche Sprache*. Zu den Preisträgern gehören Rolf Hochhuth, Ulrich Tukur, Peter Härtling, Frank Schirrmacher und Udo Lindenberg.
- Seit 1998 vergibt der *Landesverband Hessen im Deutschen Bibliotheksverband* jährlich den *Hessischen Bibliothekspreis*. Die Auszeichnung wird von der *Sparkassen-Kulturstiftung Hessen-Thüringen* gestiftet und an öffentliche Bibliotheken mit hauptamtlicher Leitung verliehen, die ein integriertes und kundenorientiertes Konzept besonders erfolgreich umsetzen.
- Der *Hermann-Kesten-Preis* wurde vom *PEN-ZENTRUM Deutschland* anlässlich des 85. Geburtstags seines Ehrenpräsidenten Hermann Kesten 1985 gestiftet und zeichnet besondere Verdienste um verfolgte Autoren im Sinne der *Charta des Internationalen PEN* aus.
- Das Land Hessen lobt jährlich den *Hessischen Leseförderpreis* aus. Gefragt sind außergewöhnliche Projekte, die über die allgemeine Bibliotheksarbeit hinausgehen und vor allem Kinder und Jugendliche in besonderer Weise in Leseaktionen einbinden.

- Der Wettbewerb *Junges Literaturforum Hessen-Thüringen* richtet sich an 16- bis 25-Jährige in Hessen und Thüringen und zeichnet Prosatexte und/oder Gedichte aus. Das *Junge Literaturforum* wurde 1984 gegründet und wird seit 1991 vom Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst und der Thüringer Staatskanzlei veranstaltet. Kooperationspartner des Wettbewerbs sind das Hessische Literaturforum im Mousonturm und die Hessische Leseförderung.
- Die Stadt Limburg vergibt den *Hans-im-Glück-Preis* für Jugendbuchautoren, und die *Kalbacher Klapperschlange* war der erste Jugendliteraturpreis Deutschlands, der von einer reinen Kinderjury vergeben wurde.
- Der *Ricarda-Huch-Preis* wird in Darmstadt seit 1978 alle drei Jahre an eine Persönlichkeit aus Kunst oder Literatur, aus Wissenschaft oder Politik verliehen, die mit ihrem Werk die Ideale der Humanität und Völkerverständigung als Werte der historisch-kulturellen Identität der europäischen Gesellschaften fördern. Friedrich Luft, Marcel Reich-Ranicki, Siegfried Unseld, Herta Müller, Martin Walser, Adolf Muschg, Alexander Kluge und Orhan Pamuk gehören zu den Preisträgern.

Die Herausforderung der Zukunft liegt darin, nicht mehr Kommunikation zu machen, sondern bessere und relevantere. Der Standort Mittelhessen hat hervorragende Agenturen und Dienstleister, um diesen Herausforderungen gelassen und zukunftsicher entgegen zu treten.

Tobias Hummel | die kommunikätöre, Marburg

MUSIKWIRTSCHAFT

Zur Musikbranche gehören neben freiberuflich tätigen Komponisten und Musikern, neben Orchestern, Kapellen, Chören, Musik- und Tanzgruppen auch Musikverlage, Musikproduzenten, Tonstudios sowie Konzert- und Veranstaltungsagenturen. Auch Hersteller von Musikinstrumenten, der Musikfachhandel, der Handel mit bespielten Ton- und Bildträgern sowie Opern, Schauspielhäuser und Konzerthallen sind Bestandteil der Musikwirtschaft. Hinzugerechnet werden auch musikalische Dienstleistungen für die darstellenden Künste, das sind mit der Produktion und Aufführung von Theaterstücken, Opern, Konzerten, tänzerischen und sonstigen Bühnendarbietungen verbundene Tätigkeiten sowie Tätigkeiten von Produzenten oder Organisatoren von künstlerischen Live-Veranstaltungen.

Am Beginn der Wertschöpfungskette steht in der Musikwirtschaft die Komposition. Die Verlage vertreiben Noten und Texte und verwalten die Rechte, schließlich wird die Musik auf Tonträgern, als Stream oder Download vertrieben. Im Zuge der Digitalisierung vermarkten Komponisten und Musiker ihre Produktionen zunehmend selbst über das Internet oder bei Live-Auftritten. Interpreten, Orchester, Rundfunk, Fernsehen und Konzertveranstalter machen die Werke bekannt.

Insbesondere die Musikwirtschaft ist durch die Digitalisierung und Virtualisierung einem großen Wandel unterworfen. Neue Wertschöpfungsstrategien ersetzen überkommene Konstellationen zwischen Medienunternehmen und Musikschaffenden.³²

Deutschlandweit hat der Musikmarkt laut einer Studie des Bundesverbands Musikindustrie im Jahr 2013 seit 15 Jahren erstmals wieder Wachstum erfahren. Der Marktanteil im Bereich Musikstreaming hat sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt, Download-Zahlen blieben auf einem stabilen Niveau. Die Digitalisierung erhöht einerseits die Reichweite von Musikschaffenden und ermöglicht neue Geschäftsmodelle wie Abo-Streaming, andererseits erfordert sie jedoch innovative Lösungen, z. B. im Bereich des Urnehmerschutzes.

Die Musikwirtschaft leidet nach wie vor unter dem immer noch weit verbreiteten illegalen Download und Tausch von Musikdateien. Urheber- und Verwertungsrechtsfragen wirken sich vor allem am Beginn der Wertschöpfungskette negativ aus. Trotz besserer Rahmenbedingungen für die Selbstvermarktung via Internet stellen die entgangenen Einnahmen aus der Verwertung zahlreiche Komponisten, Songwriter und Musiker vor wirtschaftliche Probleme.

Zugleich ist in jüngster Zeit eine bemerkenswerte Rückkehr der traditionellen Vinyl-Schallplatte zu registrieren. Das im digitalen Zeitalter eigentlich überlebte Produkt, über zwei Dekaden beinahe nur auf Second-Hand-Börsen und für DJs verfügbar, wird seit einigen Jahren wieder verstärkt nachgefragt. Nach Angaben des Bundesverbands Musikindustrie sind allein 2013 die Umsätze mit LPs in Deutschland um 47,2 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen. 2013 wurden Langspielplatten für 29 Mio. Euro verkauft, insgesamt 1,4 Mio. Stück (bei 88 Mio. CDs).³³

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die rund 1.000 Unternehmen der hessischen Musikwirtschaft im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von knapp 490 Mio. Euro erzielt, das sind gut 4 % des Umsatzes der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft und entspricht in etwa dem Umsatz des hessischen Schuheinzelhandels (516 Mio. Euro) bzw. in der Kultur- und Kreativwirtschaft dem Umsatz der Zeitschriftenverlage (463 Mio. Euro).

Neben den knapp tausend Unternehmensinhabern sind in der Musikwirtschaft rund 3.200 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind gut 4 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Rund 650 Personen sind darüber hinaus ausschließlich geringfügig entlohnt und weitere Personen im Nebenjob als geringfügig Entlohnte beschäftigt.³⁴

32: Bastian Lange, Hans-Joachim Bürkner, Elke Schüssler (Hg.): Akustisches Kapital, Wertschöpfung in der Musikwirtschaft, August 2013.

33: Vgl. „Das Comeback des Plattenspielers“, <http://goo.gl/ddqOhF>
34: Diese Personen üben parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen, ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung der Struktur nicht berücksichtigt.

Hinzu kommen große Teile der bei der Künstlersozialkasse im Bereich Musik gemeldeten Künstler.³⁵ Insgesamt dürfte der Teilmarkt Musikwirtschaft in Hessen somit mindestens rund 7.900 Erwerbstätige aufweisen.

ENTWICKLUNG DER MUSIKWIRTSCHAFT IN HESSEN

Die Branche zeichnet sich im betrachteten Zeitraum von 2009 bis 2013 durch eine uneinheitliche Entwicklung aus. Die Unternehmenszahl hat sich in der Musikwirtschaft seit 2009 nur unwesentlich verändert, der Umsatz ist seit 2009 um 6,6 % zurückgegangen, vor allem von 2012 auf 2013 nennenswert von 546 Mio. Euro auf 489 Mio. Euro. Gleichzeitig ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit 2009 um 38 % gestiegen, von 2.300 auf 3.180 Personen im Jahr 2014. Die ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten nahmen im gleichen Zeitraum um 23 % zu (+123 Personen).

Die Musikwirtschaft im Deutschlandweiten Vergleich

Im Vergleich zu anderen Bundesländern sind derzeit keine großen Labels oder Musikkonzerne ansässig, die von der Produktion bis hin zum Vertrieb alle Funktionen übernehmen. Dennoch ist die Musikszene sehr vielfältig und über die Region hinaus bekannt. Hier finden sich alle Stufen der Musikproduktion und -verwertung. Frankfurt hatte eine Vorreiterrolle in Sachen Jazz, Hip-Hop, Rap, Techno oder Neue Musik, szenebekannt Labels und zahlreiche Tonstudios stellen Werbe-, TV- und Filmmusik her. Auch Offenbach ist ein wichtiger Standort für Techno, Hip-Hop und Rap. In Mittelhessen etabliert sich vor allem in den letzten Jahren eine Rock-Pop-Szene.

In Baden-Württemberg beträgt der Umsatzanteil 3,1 % (730 Mio. Euro Umsatz) und in Bayern 3,7 % (1,8 Mrd. Euro Umsatz). In Nordrhein-Westfalen erzielt die Musikwirtschaft 1,3 Mrd. Euro, das sind immerhin 5,6 % Umsatzanteil an der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundeslandes.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen ist in Nordrhein-Westfalen und Hessen mit 520 Tsd. bzw. 504 Tsd. Euro in etwa gleich hoch, liegt damit aber unter dem deutschlandweiten Wert von 585 Tsd. Euro.

SCHWERPUNKTE DER HESSISCHEN MUSIKWIRTSCHAFT

Gut 40 % des Umsatzes (rund 200 Mio. Euro) in der hessischen Musikwirtschaft wurden 2013 von **Theater- und Konzertveranstaltern** erwirtschaftet. Ihr Umsatz ist seit 2009 um knapp 13 % gestiegen. Eines der größten Unternehmen mit mehr als 10 Mio. Euro Umsatz ist hier die *Marek Lieberberg Konzertagentur* in Frankfurt. Unternehmen wie dieses organisieren weltweit Musik-Veranstaltungen.

Kleinere Unternehmen der hessischen Musikwirtschaft sind zahlreiche Clubs. Einen in der Musikszene hohen Bekanntheitsgrad hat das legendäre Kulturzentrum *Batschkapp*, das seit den 1970er Jahren Konzerte, Clubnächte und Bandwettbewerbe veranstaltet. Dort traten Bands wie Nirvana, Lenny Kravitz, Die Toten Hosen und R.E.M. auf. Traditionell ist die Clubszene im Frankfurter Raum sehr ausgeprägt, u. a. mit dem *Zoom* (ehemaliger *Sinkkasten*) und dem *Gibson Club* mitten auf der Frankfurter Zeil. Das *Robert Johnson* am Offenbacher Kaiserlei zählt derzeit zu den weltbesten Clubs für elektronische Musik.

Auch Techno ging in den 80er/90er Jahren von Frankfurt aus. Zu nennen sind neben Sven Väth DJs wie Talla 2XLC und Dag. 1984 eröffnete der erste Technoclub in der Frankfurter Innenstadt, später das ebenfalls weltbekannte *Omen* und die erste Großraumdiskothek Deutschlands – das *Dorian Gray* am Frankfurter Flughafen. Als DJ Talla 2XLC erhielt Andreas Tomalla 2010 die Ehrenplakette der Stadt Frankfurt am Main mit der Begründung, dass er „mit seiner innovativen Musik den Namen unserer Stadt in alle Welt getragen und das kulturelle Ansehen Frankfurts international gefördert“³⁶ habe.

35: Sie sind schätzungsweise zu 80 %, das sind rund 3.000 Personen (Stand: 1.1.2015), in der Musikwirtschaft tätig und verteilen sich zu einem kleineren Teil auch auf weitere Teilmärkte wie Rundfunkwirtschaft und Markt für darstellende Künste.

36: Frankfurter Rundschau vom 4. März 2010.

Nationales Renommee haben auch Labelprojekte des Frankfurters DJ Sven Väth, ferner das Frankfurter Rap-Label 3P (*Pelham Power Productions*) sowie das für innovative Musik Maßstäbe setzende Label *Infracom* von Jan Hagenkötter.

Der Musikproduzent Stefan Hantel (Shantel) eröffnete in den 90er Jahren den Club *Lissania Essay* im Frankfurter Bahnhofsviertel und produzierte ab 1994 mit dem Label *Essay Recordings* Clubmusik. Seit 2000 steht Shantel für den Remix von Balkan-Rhythmen mit elektronischen Beats und löste 2002 mit dem ersten *Bucovina Club* und seiner tanzbaren Melange aus Polka-Brass-Beat im Frankfurter Schauspielhaus einen internationalen Trend aus. Die CD *Bucovina Club* wurde ein Welterfolg, einige Titel waren als Soundtracks in Filmen wie *Alles auf Zucker* (2004) und in Werbespots zu hören.

Aktuell ist die Band *Milky Chance* aus Kassel international erfolgreich, ihr Song *Stolen Dance* verkaufte sich allein in den USA mehr als eine Million Mal. Und mit einem Mix aus Hip-Hop, R'n'B und Pop ist die Frankfurter Sängerin *Namika* mit *Lieblingmensch* äußerst erfolgreich (37 Mio. Youtube Aufrufe bis Januar 2016).

Die **Tonträgerbranche** (Tonstudios, Verlegen von bespielten Tonträgern und Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern) ist innerhalb der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft im Hinblick auf ihren Umsatzbeitrag und ihren Beitrag zur Beschäftigung von geringerer Bedeutung. Hamburg und Nordrhein-Westfalen sind die Bundesländer, in denen die Branche am stärksten vertreten ist. Nach Angaben des Bundesverbands *Veranstaltungswirtschaft* bzw. des Bundesverbands *Musikindustrie* dominiert der Vertrieb physischer Tonträger mit einem Anteil von 77 % am Gesamtumsatz immer noch deutlich das Geschäft vor dem Online-Vertrieb.³⁷

37: Die Verbände der Musikwirtschaft haben sich zusammengeschlossen, um alle marktrelevanten Daten der unterschiedlichen Musikwirtschaftsbereiche zu ermitteln. Anlässlich des Musikdialogs in Hamburg am 23. September 2015 wurden die aktuellen Zahlen präsentiert: Insgesamt 11 Mrd. Euro setzten die Teilbranchen der deutschen Musikwirtschaft im Jahr 2014 um. Insgesamt 127.000 Selbstständige und Arbeitnehmer sind in der Musikbranche tätig. Vgl. www.dmv-online.com.

FESTIVALS

Das größte europäische Freiluft-Festival der Hippie-Szene, das *Burg-Herzberg-Festival*, findet seit 1968 regelmäßig in Hessen statt. Hier in Breitenbach bei Alsfeld treten internationale Bands und Interpreten der Sparten Blues, Folk, Liedermacher und Pop-Rock auf. Zu den bekannten Musik-Festivals in Hessen gehörte auch das Open-Air Musik-Festival *Folklore* in Wiesbaden, das von 1976 bis 2015 stattfand.³⁸

Bekannt ist auch das *Phono-Pop-Festival*, das seit zehn Jahren in Rüsselsheim am Main zu Hause ist. Es fand im Juli 2015 zum letzten Mal statt und zog noch einmal rund 2.000 Besucher in das Opel-Altwerk. Der Vorbereitungsaufwand des rein ehrenamtlich organisierten Festivals ist nach zehn erfolgreichen Jahren jedoch zu hoch geworden, um Qualität und Anspruch weiterhin garantieren zu können.³⁹

Das Landesfestival *Hessischer Rock & Pop Preis* findet jährlich in wechselnden Kommunen statt. Das Festival wird in Eigenregie des Hessischen Landesverbandes oder in Kooperation mit städtischen Kulturämtern bzw. Kultur-Initiativen/Vereinen durchgeführt und dient als Vorauswahl für die Teilnahme am *Deutschen Rock & Pop Preis*.

Im Bereich der elektronischen Musik findet seit 10 Jahren der *BigCityBeats World Music Dome* in der Commerzbank Arena Frankfurt statt. 2015 verzeichnete das Festival rund 25.000 Besucher – 100 DJs aus 30 Ländern bestritten das Programm. Eine weitere Veranstaltung im Bereich der elektronischen Musik, die Open-Air-Großveranstaltung *Love Family Park*, gab es von 1998 bis 2013 in Hanau.⁴⁰

Auch als Standort für Jazzmusik hat insbesondere das Rhein-Main-Gebiet Tradition und ist unter den Jazzfreunden in Deutschland ein Begriff. In Frankfurt entwickelte sich ein eigenständiger deutscher Jazz-Stil, seit Mitte der fünfziger

38: www.folklore-wiesbaden.de.

39: Rainer Schulze: Letzte Auflage des Phono-Pop – Noch ein Freiluftfestival weniger, FAZ, 15.07.2015.

40: Aus Naturschutzgründen wurde das Happening vor einem Jahr auf das Messegelände im Mainzer Stadtteil Hechtsheim verlagert.

Jahre als Frankfurt Sound bekannt. Der Hessische Rundfunk gründete hier sein Jazzensemble und das Deutsche Jazzfestival feierte 2012 in Frankfurt sein 60-jähriges Bestehen. Es ist das älteste seiner Art weltweit.

Aber nicht nur in der Frankfurter Musik- und Jazzszene sind Komponisten und Musiker aktiv. Im Rhein-Main-Gebiet beheimatet sind auch das Hofheimer Jazzfest, Idstein wurde durch sein Festival Hessen-Jazz überregional bekannt, in Rüsselsheim findet die renommierte Reihe Jazz-Fabrik mit einer Vielzahl an Konzerten statt, und auch in Wiesbaden, Darmstadt, Gießen und Kassel gibt es zahlreiche Jazzinitiativen, z. B. den Gießen Improvisers' Pool oder die Wiesbadener Musikerinitiative. Ein weiteres ehrenamtlich organisiertes Musikfestival ist das Just Music Beyond Jazz Festival Wiesbaden. Just Music ist ein Internationales Jazzfestival mit Ensemble-Workshop. In Eltville hat sich zuletzt das Open-Air-Festival Heimspiel Knyphausen etabliert.

Im Bereich der klassischen Musik gibt es in Hessen eine ganze Reihe von Musikveranstaltungen. 2015 fand die national und international herausragende Musikveranstaltung Rheingau Musik Festival bereits zum 28. Mal mit rund 150 Konzerten und Musikern aus aller Welt statt. Circa 30.000 Besucher erwarten die seit über 40 Jahren stattfindenden internationalen Weilburger Schlosskonzerte, die auch „Klein-Salzburg“ genannt werden. Während der internationalen Kammermusikfestwochen Eckelshausener Musiktage verwandeln sich im oberen Lahntal zwischen der Universitätsstadt Marburg und der Kurstadt Bad Laasphe zahlreiche Kirchen, Industriebauten, Unternehmensfoyers, Schlösser und Scheunen in Podien der Musik. Seit über 40 Jahren finden die Lauterbacher Pfingstmusiktage im Vogelsberg und seit über 30 Jahren die Arolser Barock-Festspiele in Nordhessen statt.

Weitere gut 200 Mio. Euro Umsatz der hessischen Musikwirtschaft entfallen zu etwa gleichen Teilen auf die **Musikverlage** (50 Mio.), auf die **Herstellung von Musikinstrumenten** (46 Mio.), auf den **Einzelhandel mit Musikalien** (50 Mio.) sowie auf die **Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst** (61 Mio.).

Die Umsatzanteile dieser Teilbranchen betragen jeweils um die 10 % am Umsatz der Musikwirtschaft insgesamt. Auffallend ist, dass sich der Umsatz im Einzelhandel mit Musikalien (-57 %) und mit Musikinstrumenten (-43 %) seit 2009 nahezu halbiert hat, was u. a. dem Online-Handel geschuldet sein dürfte. Der Umsatz der Musikverlage ist hingegen nahezu stabil geblieben (-3 %).

Nicht nur das Verlagswesen im Bereich der Literatur hat in Hessen eine lange Tradition, hier sind auch die größten **Musikverlage** – vor allem im Bereich der klassischen Musik – ansässig. Das sind neben dem *Peters-Verlag* in Frankfurt und dem Musikverlag *Johann André* in Offenbach der Verlag *Breitkopf & Härtel* in Wiesbaden sowie der *Bärenreiter Verlag* in Kassel. Mit *Melodie der Welt* ist einer der national führenden Popmusikverlage in Frankfurt ansässig.

Unter den knapp 80 Unternehmen, die in Hessen **Musikinstrumente** herstellen, ist ein bekannter Hersteller von Blockflöten, das Fuldaer Unternehmen *Mollenhauer*, das auch ein eigenes Unternehmensmuseum unterhält.⁴¹ Das älteste, seit 1904 bestehende Frankfurter Unternehmen für Musikinstrumente und deren Reparatur ist das Geschäft *Cream Music* der Familie Hahn im Bahnhofsviertel, das in vierter Generation geführt wird. Elvis Presley, John Lennon, die Rolling Stones und The Police – sie alle haben hier schon Gitarren eingekauft.

41: Vgl. Typisch Hessen, Von den Anfängen hessischen Unternehmertums bis heute – ein Museumsführer, Hrsg. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden 2005.

Für den Umsatz in der hessischen Musikwirtschaft haben die Sparten **Komponisten und Musikbearbeiter** sowie der **Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre**, aber auch **Opernhäuser, Konzerthallen** etc. nur eine geringe Bedeutung. Dennoch hat Hessen einige bekannte Persönlichkeiten und international bekannte Konzerthäuser vorzuweisen.

Zu den bedeutendsten Vertretern zeitgenössischer Musik und zeitgenössischen Musiktheaters gehört Heiner Goebbels. Seine mehrfach ausgezeichneten Kompositionen für Ensemble und größere Orchester, Musiktheater, szenische Konzerte und Hörstücke werden weltweit aufgeführt. Er ist Professor am Institut für Angewandte Theaterwissenschaft der Justus-Liebig-Universität Gießen und seit 2006 Präsident der Hessischen Theaterakademie.

Zu den bekanntesten Solisten des deutschen Jazz gehörten die Frankfurter Albert (gest. 2005) und Emil Mangelsdorff. Sie waren am Wiederaufbau der Jazzszene in Deutschland maßgeblich beteiligt und spielten in verschiedenen Konstellationen der Frankfurter Jazzszene. Emil Mangelsdorff war Mitglied des Jazz-Ensembles des Hessischen Rundfunks und leitete das Deutsch-Französische Jazz-Ensemble. Im April 2015 wurde der Jazzmusiker 90 Jahre alt.

Die hessische Musikgeschichte weist als bekannte **Komponisten** beispielsweise Louis Spohr (1784–1859) auf, der der letzte Hofkapellmeister in Kassel war, oder Paul Hindemith (1895–1963), der in Hanau geboren wurde und bis Ende der 20er Jahre in Frankfurt lebte. Zu den bekanntesten **Orchester- und Musikensembles** in Hessen zählen das *Sinfonieorchester des Hessischen Rundfunks* und das in der Neuen Musik weltweit führende *Ensemble Modern* aus Frankfurt. Rund 20 Solisten aus acht Ländern gehören dem Ensemble an, das sich durch seine basisdemokratisch organisierte Arbeitsweise und eine Bandbreite auszeichnet, die von Musiktheater, Tanz- und Videoprojekten bis hin zu Kammermusik und Orchesterkonzerten reicht.

Die *Neue Philharmonie Frankfurt* wurde 1999 gegründet und hat sich als eines der führenden Crossover-Orchester in der Bundesrepublik etabliert. Seit 2005 in Offenbach ansässig, begleitete die Philharmonie Künstler von Ian Anderson, Deep Purple, Sabrina Setlur bis Udo Lindenberg, Giora Feidman und Bobby McFerrin bei CD-, DVD- und TV-Produktionen.

Im internationalen Musikleben hat das Konzerthaus *Alte Oper* in Frankfurt einen festen Platz und bietet ein breites Spektrum an Veranstaltungen mit internationalen Ensembles und Solisten. Die *Oper Frankfurt* ist europaweit bekannt und wurde schon mehrmals als bestes Opernhaus Deutschlands ausgezeichnet. 2013 gewann sie den *International Opera Award* in der Kategorie *Opera Company*.

Die *Frankfurter Museums-Gesellschaft*, 1808 von Frankfurter Bürgern gegründet, hat sich zu einem der traditionsreichsten Konzertinstitute Deutschlands entwickelt. Die *Museumskonzerte* und *Kammermusikabende des Frankfurter Museumsorchesters* prägen das Kulturleben der Stadt Frankfurt und sind auch über Deutschland hinaus bekannt. Bedeutende Komponisten wie z. B. Johannes Brahms, Clara Schumann, Edvard Grieg, Peter Tschaikowsky, Richard Strauss und Max Reger waren Gastinterpreten. Zu den berühmtesten ständigen Dirigenten der *Museumskonzerte* gehörten und gehören u. a. William Steinberg, Georg Solti, Christoph von Dohnányi, Michael Gielen und Sylvain Cambreling.

KOMPETENZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN, VERANSTALTUNGEN UND MESSEN

Es existiert eine Vielzahl von Ausbildungs- und Förderinstitutionen, von Unterstüzerinitiativen, Sammlungen und Archiven für die Musikwirtschaft.

In Hessen werden verschiedene Studiengänge zu Musikwissenschaften, Gesang, Instrumentalmusik, Kirchenmusik, Komposition und Dirigieren etc. an den Universitäten und Hochschulen angeboten, darunter auch an der *Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Frankfurt am Main*.⁴²

42: Einen guten Überblick über Ausbildungsmöglichkeiten und Institutionen in der RheinMainRegion gibt das Kulturportal der Stadt Frankfurt: www.kultur-frankfurt.de.

Ein weiteres staatlich anerkanntes Ausbildungsinstitut mit langer Tradition ist das 1878 als Stiftung gegründete *Dr. Hoch's Konservatorium – Musikakademie Frankfurt am Main*. 1927 wurde hier die erste akademische Jazzklasse weltweit eingeführt. Das Institut bietet Angebote von der musikalischen Frühförderung bis hin zum akademischen Abschluss Bachelor of Music.

Von großem internationalen Renommee ist die *Kronberg Academy*, die sich der Ausbildung junger Musiker der Instrumente Violine, Viola und Violoncello widmet. Die *Kronberg Academy* bietet den Studiengang *Kronberg Academy Masters* für besonders talentierte junge Musiker an, die eine internationale Solistenkarriere anstreben. Das Studium wird in Kooperation mit der *Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Frankfurt am Main* angeboten.

Die *Internationale Ensemble Modern Akademie (IEMA)* ist Ausbildungsstätte des *Ensemble Modern* und bietet, unterstützt durch die Förderung der *Kunststiftung NRW*, der *Kulturstiftung des Bundes*, der *Allianz Kulturstiftung* und wechselnder Kooperationspartner, unterschiedlichste Ausbildungsangebote. Einen Schwerpunkt bildet der einjährige Masterstudiengang *Zeitgenössische Musik*, der seit 2006 in Kooperation mit der *Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Frankfurt am Main* durchgeführt wird. Kooperationen mit z. B. dem *Zentrum für Kunst und Medientechnologie* in Karlsruhe und dem *Institut für Angewandte Theaterwissenschaft* in Gießen ermöglichen auch interdisziplinäre Projekte.

In Gießen befindet sich die *Rock-Pop-Jazz Akademie Mittelhessen (RPJAM)*, die vor allem in den Musiksparten Rock, Pop und Jazz Unterricht anbietet und Schüler aus dem gesamten deutschsprachigen Raum anzieht sowie mehrere internationale Kooperationen unterhält. Die *FMW Frankfurter Musikwerkstatt* hat sich als berufsbildende Privatinstitution etabliert und prägt die Jazz-Szene im Rhein-Main-Gebiet. Die *Evangelische Kirche in Hessen und Nassau (EKHN)* und die *Evangelische Kirche von Kurhessen-Waldeck* bieten eine Ausbildung in Orgelspiel und Chorleitung (Kinderchorleitung, Pop- und Gospelchorleitung), Gitarre und Pop-Piano, Singen und Populärmusik an.

Die *Landesmusikakademie Hessen* in Schlitz bietet Laien- und Profimusikern Raum für musikalische Arbeit, Fortbildung und Begegnung, Ausstellungen, Tagungen und Seminare aller Art. Sie fungiert als nationale und internationale Begegnungsstätte für Chöre, Orchester, Bands, Theater- und Literaturinitiativen, Bildende Kunst und Tanz und ist Austragungsort für Wettbewerbe wie *Jugend musiziert*, *Hessischer Chor- und Orchesterwettbewerb* u. a.

Das 2013 gegründete *Institut für Klangforschung (IfK)* fördert künstlerische Audio-Produktionen und -Produzenten. Der Schwerpunkt liegt auf experimentellen und elektronischen Klangproduktionen in den Bereichen Track, Installation, Hörspiel, Performance, Konzert. In Lectures, Workshops, Sessions und Exkursionen unterstützt das IfK den Wissenstransfer zwischen Forschung und unternehmerischer Praxis und schafft inspirierende neue Möglichkeiten.

Das *Museum für Moderne Elektronische Musik (MOMEM)* wird die Geschichte der elektronischen Musik, die ihren Ursprung in Frankfurt definiert, erlebbar machen. Schirmherr ist der Schweizer Elektromusik-Pionier Dieter Mayer (Yello). Die Eröffnung des MOMEM in der Frankfurter Innenstadt ist für 2016 avisiert.

Laufende Workshops und Kurse vor allem für Jazz- und Rockmusiker bietet die *Frankfurter Kulturwerkstatt Germaniastraße Waggong* an. Die Angebote orientieren sich eng an den Erfordernissen der Populärmusikszene im Amateur-, Nachwuchs- und Profibereich. Neben Ensemblekursen und -workshops in den Bereichen Rock, Latin, Jazz und freie Improvisation gibt es Instrumental-, Musiktheorie-, Stimmbildungs- und Technikkurse. In Zusammenarbeit mit dem *Frauen Musik Büro* werden Workshops (*Hessische Frauen Musik Woche*) durchgeführt, und seit 1996 betreibt *Waggong rocketta*, das *Hessische Rockmobil für Frauen und Mädchen* (gefördert durch das *Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst*).

Die *Frankfurter Musikinitiative VirusMusik* (ehemals Kick) fördert seit 1991 die regionale Rock- und Popszene. Sie organisiert u. a. Probenräume, Konzertveranstaltungen, arbeitet an innovativen Veranstaltungskonzepten, übernimmt Serviceleistungen für Musiker im *VirusMusikbüro* und startet gemeinsame Projekte mit regionalen und überregionalen Kultur- und Musikinitiativen.

Räumlicher Schwerpunkt der hessischen Musikwirtschaft und Musikszene ist neben Frankfurt und Offenbach auch die Stadt Darmstadt mit den Schwerpunkten zeitgenössische Musik und Jazz. Hier sind zahlreiche öffentliche und halb-öffentliche Einrichtungen ansässig. Zu nennen ist das Institut für Neue Musik und Musikerziehung, eine weltweit einmalige Einrichtung zur Förderung neuer zeitgenössischer Musik und ihrer pädagogischen Vermittlung. Von Bedeutung sind auch die Darmstädter Akademie für Tonkunst und das Internationale Musikinstitut Darmstadt (IMD), ein international renommiertes Informationszentrum der zeitgenössischen Musik, das mit über 30.000 Partituren eine der weltweit umfangreichsten Notensammlungen zur Neuen Musik nach 1945 beherbergt und für seine seit 1946 in Darmstadt stattfindenden Internationalen Ferienkurse für Neue Musik bekannt ist.

In Darmstadt befindet sich auch das Jazzinstitut, das nach New Jersey und New Orleans weltweit drittgrößte Archiv für Jazzmusik. Es verfügt über die größte Sammlung von Fachbüchern, Tonträgern, Fotos, Videos und Plakaten in Europa und richtet alle zwei Jahre das überregional bedeutende Darmstädter Jazzforum für europäisches Fachpublikum aus. Die Online-Datenbank *Wegweiser Jazz* des Jazzinstituts Darmstadt enthält Jazz-Adressen aus aller Welt. Der Verein zur Förderung des zeitgenössischen Jazz beschäftigt sich seit 1996 mit zeitgenössischem Jazz oder artverwandter Musik. Ziel des Vereins ist es u. a., die vielfältigen Aktivitäten und Interessen der zeitgenössischen Darmstädter Jazz-Szene zu bündeln und den Nachwuchs zu fördern.

Das Jazzinstitut Darmstadt, die Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Frankfurt, die hr-Bigband, Dr. Hoch's Konservatorium und die Fachberatung Musik am Landesschulamt und die Lehrkräfteakademie / Staatliches Schulamt für die Stadt Frankfurt sind Kooperationspartner von *Jazz und Improvisierte Musik in die Schule!*, ein Projekt der Stiftung Polytechnische Gesellschaft Frankfurt.

Mit knapp 100 Mitgliedern ist der Verband unabhängiger Musikunternehmen (VUT Mitte) in Hessen vertreten. Hier engagiert sich die Regionalgruppe für den Ausbau lokaler Netzwerke, für kreative Musikprojekte im Schulterschluss mit der hessischen Wirtschaft und organisiert Informationsveranstaltungen zu musikwirtschaftlichen Themen.

Als Dachverband sämtlicher Verbände, Institutionen und Organisationen, die das Musikleben in Hessen im professionellen, pädagogischen wie auch im Laienbereich gestalten, agiert der Landesmusikrat Hessen. Er fördert die Aktivitäten und Zielsetzungen seiner Mitglieder und ist das zentrale Gesprächsforum in Hessen. Seine Projekte, u. a. der Landeswettbewerb *Jugend musiziert*, werden vom Land Hessen, dem Sparkassen- und Giroverband und der Sparkassen-Kulturstiftung Hessen-Thüringen sowie durch Spenden und Sponsoring unterstützt.

Das Hessische Musikarchiv der Philipps-Universität Marburg hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Nachlässe von Komponisten, die einst im heutigen Hessen gewirkt haben, sowie die Bestände aufgelöster Hofkapellen zu pflegen, die für die Musikgeschichte Hessens bedeutend waren. Ergänzend ist in diesem Zusammenhang auch auf das Archiv *Frau und Musik* in Frankfurt hinzuweisen, das einen – im internationalen Vergleich – einmaligen Bestand an Medien beherbergt. Das Archiv sammelt und bewahrt das Werk von musikschaftenden Frauen und ist das umfangreichste Komponistinnen-Archiv weltweit.

BandsInHessen ist das regionale Band- und Livemusik-Portal für Hessen. Die Website bietet ausführliche Bandpräsentationen, einen Live-Musikkalender, Anzeigen und Diskussionen für Musiker und vieles mehr.

Ich fühle mich sehr wohl in Hessen. Hessen ist multikulturell, international, weltoffen und verfügt über hervorragende Infrastruktur.

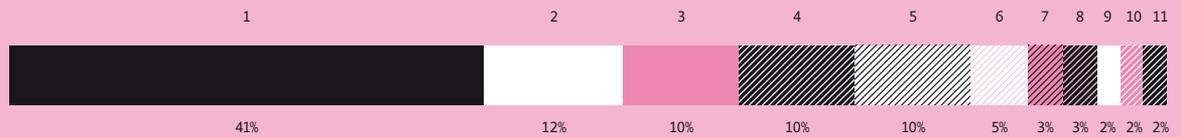
Avni Yerli | Crytek, Frankfurt am Main

A black and white close-up portrait of a man with his eyes closed. The word "PRESTO" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters across the center of his face. He has short, wavy hair and is wearing a light-colored shirt with a decorative, embroidered collar. The background is a plain, light color.

PRESTO

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN DER MUSIKWIRTSCHAFT 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Konzert- und Veranstaltungsagenturen
- 2: Dienstleistungen für die darstellende Kunst
- 3: Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.
- 4: Herstellung von Musikinstrumenten
- 5: Musikverlage
- 6: Private Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen
- 7: Selbstständige Komponisten und Musikbearbeiter
- 8: Tonstudios
- 9: Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
- 10: Ballettgruppen, Orchester und Chöre
- 11: Tonträgerverlage

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN DER MUSIKWIRTSCHAFT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - - - - -

MESSEN

Zu den wichtigsten Messen der Musikwirtschaft zählen die Messe *Prolight + Sound* und die alljährlich in Frankfurt stattfindende *Musikmesse*.

Die *Prolight + Sound* ist die größte internationale Messe der Technologien und Services für Veranstaltungen, Installation und Produktion weltweit. Sie bietet einen umfassenden Überblick über alle Produkte und Dienstleistungen der Veranstaltungstechnik und Systemintegration.

Die *Internationale Frankfurter Musikmesse* ist mit ihren knapp 1.500 Ausstellern aus ca. 50 Nationen die weltweit größte Fachmesse für Musikinstrumente, Musiksoftware und Computerhardware, Noten und Zubehör. Seit über 25 Jahren findet sie jährlich in Frankfurt am Main statt.

AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

Für die Musikwirtschaft in Hessen existiert eine Reihe von Auszeichnungen und Preisen:

- Das Land Hessen verleiht jährlich den *Hessischen Jazzpreis*.
- Zentrale Veranstaltung des *Landesverbandes des Deutschen Rock & Popmusikerverband (DRMV)* ist das *Landesfestival Hessischer Rockpreis*.
- Der *Visual Music Award* ist ein internationaler Nachwuchs-Kreativ-Wettbewerb des *Instituts für Neue Medien (INM)*.
- Die *Commerzbank Stiftung* vergibt in Kooperation mit der *Alten Oper Frankfurt* und der *Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Frankfurt am Main* den *Internationalen Schumann-Kammermusikpreis Frankfurt*.
- Der *Frankfurter Musikpreis* zeichnet seit 1982 Persönlichkeiten für besondere Leistungen in der Interpretation, Komposition, Musikwissenschaft, Lehre und der Förderung des Musizierens aus. Stifter sind der *Bundesverband der Deutschen Musikinstrumentenhersteller (BDMH)* und die *Messe Frankfurt*.
- Auf der *Musikmesse* werden seit 2011 der *PRG LEA – Live Entertainment Award* und der *Internationale Deutsche Pianistenpreis* sowie seit 1991 der *Deutsche Musikinstrumentenpreis* vergeben.
- Der *Rheingau Musik Preis* wird seit 1994 während des *Rheingau Musik Festivals* verliehen. Renommierte Musiker, Komponisten, Musikwissenschaftler oder musikalische Institutionen erhalten die Auszeichnung für ihr bisheriges Schaffen.
- Seit 2001 wird während der *Internationalen Musiktage Hessen* in Hofheim in Verbindung mit der Stadt Frankfurt der *Alois-Kottmann-Preis* für klassisches-singliches Violinspiel ausgeschrieben.
- Der *Internationale Dirigentenwettbewerb Sir Georg Solti* zählt zu den international renommiertesten Wettbewerben. Er wird in Kooperation mit *Alter Oper, Oper Frankfurt, hr Sinfonieorchester* und der *Frankfurter Museums-gesellschaft* ausgetragen.
- Die Stadt Frankfurt vergibt jährlich das *Frankfurter Jazzstipendium* für Musiker aus Frankfurt und Umgebung, die verschiedene stilistische Formen des Jazz sowie experimentelle Richtungen praktizieren.

Ein reiches Bundesland, das noch zu wenig aus seinen Möglichkeiten macht.
Ein Bundesland, das es eigentlich nicht nötig hat, sich mit importierten Federn zu schmücken.

Anja Henningsmeyer | Geschäftsführerin der hessischen Film- und Medienakademie (hFMA), Offenbach

MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNSTE

Der Markt für darstellende Künste umfasst die selbstständigen Künstler, die für Theater, Opernhäuser, Film, Hörfunk und Fernsehen etc. arbeiten, sowie selbstständige Artisten, Zirkusgruppen und Theaterensembles. Daneben gehören Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen, Varietés und Kleinkunsthäuser zu diesem Teilmarkt, weiterhin Konzert- und Veranstaltungsagenturen sowie Schulen oder Studios, die Kunst-, Tanz-, Schauspiel- oder Musikunterricht erteilen.

Zum Markt für darstellende Künste hinzugerechnet werden Tätigkeiten von Produzenten oder Organisatoren künstlerischer Live-Veranstaltungen sowie spezifische Dienstleistungen für die darstellende Kunst. Das sind die mit der Produktion und Aufführung von Theaterstücken, Opern, Konzerten, tänzerischen und sonstigen Bühnendarbietungen verbundene Tätigkeiten, z. B. von Regisseuren, Produzenten, Bühnenbildnern, Bühnenarbeitern und Beleuchtern.

Am Beginn der Wertschöpfungskette steht wie in allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft die kreative Leistung von Künstlern bzw. Kulturschaffenden. Sowohl als Einzelleistung als auch als Gemeinschaftsproduktion bedürfen Theater, Tanz, Varieté, Kleinkunst etc. im Markt für darstellende Künste jedoch der Aufführung vor Publikum in entsprechenden Spielstätten.

In Hessen spielt der Markt für darstellende Künste als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft eine untergeordnete Rolle. Dies erklärt sich durch die hohe Zahl an öffentlichen Einrichtungen, die keine steuerpflichtigen Umsätze ausweisen und deshalb mangels erwerbswirtschaftlicher Betätigung nicht als Kulturwirtschaft registriert werden. Ihre Bedeutung für den Kulturbetrieb in Hessen ist jedoch wesentlich höher einzuschätzen, vor allem im Hinblick auf regionalwirtschaftliche Effekte. So sind die Ausgaben rund um den Theaterbesuch der jährlich gut 1,35 Mio. Besucher der sechs öffentlichen Theaterbetriebe in Hessen für das Hotel-, Gaststätten- und Beförderungsgewerbe in der jeweiligen Kommune oder Region von wirtschaftlicher Bedeutung, ganz abgesehen vom Beitrag der

Theater zum Image und zur Attraktivität einer Stadt oder Region.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die gut 1.100 Unternehmen des Markts für darstellende Künste in Hessen im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von rund 384 Mio. Euro erzielt, das sind gut 3 % des Umsatzes der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Dies entspricht in etwa dem Umsatz aller hessischen Zahnarztpraxen (394 Mio. Euro).

Neben den gut 1.100 Unternehmensinhabern sind im Markt für darstellende Künste gut 2.500 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, das sind 3,5 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Weitere 830 Personen sind ausschließlich geringfügig entlohnt und weitere Personen zusätzlich im Nebenjob geringfügig entlohnt beschäftigt.⁴³ Hinzu kommen rund 1.600 freiberuflich Tätige, die in der Künstlersozialkasse in den Kategorien Darstellende Kunst und Musik erfasst werden.⁴⁴

Insgesamt dürfte der Markt für darstellende Künste in Hessen somit mindestens 6.000 Erwerbstätige aufweisen.

ENTWICKLUNG DES MARKTS FÜR DARSTELLENDEN KUNSTE IN HESSEN

Die Branche zeichnet sich im betrachteten Zeitraum von 2009 bis 2013 durch eine positive Entwicklung aus. Der Umsatz ist seit 2009 um knapp 36 % gestiegen, von 283 Mio. Euro auf 384 Mio. Euro. Die Unternehmenszahl hat sich im Markt für darstellende Künste im gleichen Zeitraum um knapp 70 Unternehmen erhöht, das ist ein Zuwachs von gut 6 %.

Die Beschäftigtenzahlen haben sich von 2009 bis 2014 ebenfalls positiv entwickelt. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist um knapp 62 % gestiegen (von rund 1.570 auf rund 2.530), die der ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten ebenfalls, und zwar um 38 % von rund 600 auf 830.

43: Diese Personen üben auf jeden Fall parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen, ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung der Struktur nicht berücksichtigt.

44: Im Jahr 2014 (Stand: 1.1.2015) waren in diesen beiden Kategorien zusammen rund 5.069 Personen gemeldet, die sich jedoch auch auf Musikwirtschaft, Filmwirtschaft und Rundfunkwirtschaft verteilen.

DER MARKT FÜR DARSTELLEND KÜNSTE IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Der Umsatz der gut 1.100 Unternehmen des Teilmarkts darstellende Künste beläuft sich in Hessen auf rund 385 Mio., das ist ein relativ hoher Anteil von 3,3 % am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Deutschlandweit liegt dieser Anteil bei 2,7 %. In Baden-Württemberg (rund 432 Mio. Euro Umsatz, 1,8 %), Bayern (rund 632 Mio. Euro Umsatz, 2,0 %) und Nordrhein-Westfalen (rund 775 Mio. Euro Umsatz, 2,2 %) erreicht der Markt für darstellende Künste geringere Anteile am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft im jeweiligen Bundesland.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen im Markt für darstellende Künste beläuft sich in Deutschland auf rund 235 Tsd. Euro. Hessen liegt mit 342 Tsd. Euro deutlich darüber. Auch in den anderen betrachteten drei Bundesländern wird ein solcher durchschnittlicher Umsatz je Unternehmen nicht erreicht. Obwohl der Markt für darstellende Künste in Hessen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft generell relativ klein ist, erzielen die hessischen Unternehmen im Bundesländervergleich recht hohe Umsätze.

SCHWERPUNKTE DES MARKTS FÜR DARSTELLEND KÜNSTE

Der Umsatz der **Konzert- und Veranstaltungsagenturen** macht mit rund 200 Mio. Euro gut die Hälfte des Umsatzes im Markt für darstellende Künste aus. Sie wirken bei der Realisierung von Theaterfestivals und Veranstaltungen mit, sind aber nicht nur im Bereich Theater tätig, sondern auch im Segment Musik und Tanz.⁴⁵ Ihr Umsatz ist seit 2009 um 12,5 % gestiegen. Hessen verfügt über mehrere Festspielstätten. Sie haben zusammen gut 17.600 Plätze und boten in der Saison 2012/13 rund 735 Veranstaltungen an, die von ca. 445.000 Menschen besucht wurden. Die öffentlichen Zuweisungen für die Festspielunternehmen betragen insgesamt rund 3 Mio. Euro.

Selbstständige Künstler und Artisten erzielten mit zusammen knapp 58 Mio. Euro einen ähnlich hohen Umsatz wie die Spielstätten, Studios und Ensembles⁴⁶ mit zusammen 65 Mio. Euro und die **Dienstleister der darstellenden Künste** (60 Mio. Euro).

Der Umsatz der privatwirtschaftlichen **Spielstätten, Studios und Ensembles** hat sich seit 2009 leicht gesteigert. 2011 erzielten sie knapp 60 Mio. Euro, 2013 knapp 65 Mio. Euro Umsatz. Von öffentlichen wie privaten und freien Theatern profitieren im direkten Umfeld Gastronomie, Taxiunternehmen, Einzelhandel etc.

In Hessen existiert eine Vielzahl freier und privater Theater. Zu den privaten Theatern – darunter versteht der *Deutsche Bühnenverein* Theater mit eigener Spielstätte und Berufsschauspielern – gehören z. B. in Frankfurt das *Fritz-Rémond-Theater*, das *English-Theater*, *Die Schmiere*, *Die Komödie* und das *Stalburg-Theater*. In der Stadt Kassel ist es z. B. die *Komödie* und in Darmstadt das *Theater am Platanenhain*. Die in der Statistik erfassten 15 Privattheater in Hessen verfügen über gut 4.000 Plätze und produzieren jährlich rund 3.000 Veranstaltungen. Insgesamt zählten sie 457.000 Besucher. Die öffentlichen Zuweisungen betragen für die privaten Theater in Hessen insgesamt rund 8,8 Mio. Euro.⁴⁷

Im Landesverband *Freie Theater Hessen* sind rund 50 Theater organisiert. Darunter gibt es freie Theatergruppen, die eine eigene Spielstätte unterhalten, und solche, die verschiedene Spielorte nutzen oder auch im öffentlichen Raum arbeiten. Die freien Theater in Hessen konzentrieren sich auf Frankfurt, wo es auch zahlreiche Spielorte gibt. Das *Künstlerhaus Mousonturm* und das *Gallustheater* dürften die bekanntesten und größten Spielstätten sein. Der *Mousonturm* ist ein international anerkanntes Modell für experimentelle, zeitgenössische Kunst mit einem interdisziplinären Ansatz.

45: Vgl. Teilmarkt Musikwirtschaft.

46: Das sind Theaterensembles, Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen, Varietés und Kleinkunsthäuser, Schulen/Studios für Kunst, Theater, Tanz u. Musik.

47: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 2012/13.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN IM MARKT FÜR DARSTELLEND KÜNSTE 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Theater- und Konzertveranstalter
- 2: Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst
- 3: Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernseh-künstlerinnen und -künstler sowie sonstige darstellende Kunst
- 4: Kulturunterricht und Tanzschulen
- 5: Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen
- 6: Varietés und Kleinkunsth Bühnen
- 7: Selbstständige Artistinnen und Artisten, Zirkusgruppen
- 8: Theaterensembles

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IM MARKT FÜR DARSTELLEND KÜNSTE (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - - - - -

Eine private Spielstätte mit internationalem Renommee ist der *Tigerpalast* in Frankfurt als ganzjährig spielendes Varietétheater. Im Jahr 1988 eröffneten Margareta Dillinger, Johnny Klinke und der unvergessene Kabarettist Matthias Beltz (verstorben 2002) das erste internationale Varieté heutiger Zeit in der Frankfurter City. Völlig überraschend für die Fachwelt kam es ausgerechnet hier zur Renaissance der legendären Varietékünste. Der *Tigerpalast* hat sich seitdem zu einer international bekannten Institution entwickelt.

Freie Spielstätten mit eigenen Ensembles sind darüber hinaus in Marburg die *Waggonhalle* und das *g-Werk*, in Darmstadt das *Mollerhaus* sowie die *Bessunger Knabenschule*. In Wiesbaden gibt es u. a. das *Thalhaus* und in Kassel das *Kulturhaus Dock4*.

Zu den bekanntesten öffentlichen Theater- und Konzerthäusern in Hessen gehören die *Oper* und das *Schauspiel* in Frankfurt, die *Alte Oper Frankfurt*, die drei *Staatstheater* in Kassel, Wiesbaden und Darmstadt, das *Hessische Landestheater Marburg* sowie das *Stadttheater Gießen*. Zusammen boten die öffentlichen hessischen Theater in der Spielzeit 2012/13 rund 15.000 Plätze und 3.800 Veranstaltungen an und verzeichnete rund 1,35 Mio. Besucher.⁴⁸

In Frankfurt teilweise zu Hause ist auch das international bekannte Ballettensemble *Dresden Frankfurt Dance Company*, das bis Sommer 2015 unter dem Namen *The Forsythe Company* firmierte. Der Choreograf William Forsythe gründete das Ensemble nach der Auflösung des Ballett Frankfurt im Jahr 2004 als neues, unabhängiges Ensemble mit Unterstützung der Länder Hessen und Sachsen, der Städte Frankfurt und Dresden sowie privater Sponsoren. Das Ensemble hat seine festen Spielstätten in Frankfurt und Dresden und gibt internationale Gastspiele.

Der Umsatz der **selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler und der Artisten und freien Ensembles** ist seit 2009 um rund 11 % von 54,4 Mio. Euro auf 60 Mio. Euro gestiegen. Die Einkommen der freien Künstler in diesem Teilmarkt haben jedoch ein niedriges Niveau. Damit verbunden sind häufig eine unzureichende soziale Absicherung und die gleichzeitige Ausübung mehrerer Jobs, auch außerhalb der Kunst.

Am positivsten gestaltete sich seit 2009 die Umsatzentwicklung bei den **Dienstleistern für die darstellenden Künste**. Hier stiegen die Umsätze um 145 % von knapp 25 Mio. Euro in 2009 auf knapp 61 Mio. Euro in 2013. Diese Teilbranche umfasst die Tätigkeiten von Regisseuren, Produzenten, Bühnenbildnern, Bühnenarbeitern, Beleuchtern sowie von Produzenten oder Organisatoren von künstlerischen Live-Veranstaltungen.

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN UND VERANSTALTUNGEN

Unter dem Dach der 2002 gegründeten *Hessischen Theaterakademie (HTA)* sind alle an der Theaterausbildung in Hessen beteiligten Hochschulen (Frankfurt am Main, Offenbach, Gießen), die Hessischen Staatstheater, alle Stadttheater und darüber hinaus auch Theater aus Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz vereint. Die HTA hat ihren Sitz an der *Hochschule für Musik und Darstellende Kunst (HfMDK)* in Frankfurt, Vorsitzender des Ausbildungs- und Produktionsverbundes der HTA ist Professor Heiner Goebbels. Seit Bestehen der Theaterakademie sind neue Master-Studiengänge für Dramaturgie, Zeitgenössische Tanzpädagogik und Choreographie sowie für Performance geschaffen worden. Die Studienfächer erstrecken sich von der Angewandten Theaterwissenschaft, Bühnenraum und Kostüme über Dramaturgie, Musiktheater, Regie, Schauspiel, Theater- und Orchestermanagement bis hin zu zeitgenössischem und klassischem Tanz, zu Choreographie und Performance. Die HfMDK wiederum ist eine staatliche Hochschule für Musik, Theater und Tanz und die einzige ihrer Art im Bundesland Hessen. Darüber hinaus gibt es Studiengänge wie Theaterwissenschaften, Eventmanagement, Film- und Medienwissenschaft, Kulturwissenschaften etc. an verschiedenen hessischen Hochschulen.

2009 wurde der gemeinnützige Verein *Frankfurt LAB – Das Musik-, Theater- und Tanzlabor der Moderne für Frankfurt Rhein-Main* auf Initiative des *Ensemble Modern*, der HTA, der HfMDK, des *Künstlerhauses Mousonturm* und der *Forsythe Company* gegründet. *Frankfurt LAB* steht als Experimentierfeld für die künstlerische Moderne, für die Bündelung der kreativen und wissenschaftlichen Ressourcen der fünf international renommierten Kulturinstitutionen und für die Zusammenführung

48: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 2012/13.

der künstlerischen Kompetenzen aus den Bereichen Tanz, Musik, Performance und Theater.

Zu nennen ist ebenfalls das Projekt *Tanzlabor 21/Tanzbasis Frankfurt Rhein-Main*, dessen Arbeitsschwerpunkte die Förderung des choreografischen Nachwuchses, Profitraining, Information und Beratung für professionelle Tanzschaffende, Tanzvermittlung, Tanz-in-Schulen-Projekte sowie Projekte mit und für Jugendliche sind.⁴⁹

Zu den überregional bekanntesten Ereignissen in Hessen gehören die *Internationalen Maifestspiele* mit Theater, Oper und Ballett aus aller Welt, die alljährlich am Staatstheater Wiesbaden stattfinden, ferner die *Bad Hersfelder Festspiele*. Beide existieren bereits seit über 60 Jahren und sind weit über Deutschland hinaus bekannt. 2015 übernahm der Regisseur Dieter Wedel die Intendanz. Zu den selbstständigen Festspielunternehmen zählen ferner die *Wetzlarer Festspiele*, die *Brüder-Grimm-Festspiele* in Hanau, die *Internationalen Sommerfestspiele Bensheim-Auerbach*, die *Burgfestspiele Bad Vilbel*, die *Festspiele Heppenheim* sowie die *Burghofspiele Eltville* u. a.

Darüber hinaus hat sich die Bischofsstadt Fulda in den letzten Jahren als Musical-Stadt einen Namen gemacht. Die *spotlight musicals* mit Sitz in Fulda realisierte anlässlich des 1250. Todestages von Bonifatius im Sommer 2004 die Welturaufführung des Musicals *Bonifatius – Das Musical*. 2011 folgte dann die Welturaufführung des Musicals *Die Päpstin* auf der Grundlage des Bestsellers von Donna Cross. 2015 wurde *Die Schatzinsel* von Robert Louis Stevenson uraufgeführt. José Carreras hat die Schirmherrschaft für den letztjährigen Musical-Sommer übernommen. Die Gestaltung für den Musical Sommer Fulda wurde für den *German Design Award* nominiert.

AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

Im Bereich der Darstellenden Künste sind in Hessen folgende Auszeichnungen und Preise beispielhaft zu nennen:

- Seit 1986 vergibt die Stadt Bensheim zusammen mit der *Deutschen Akademie der Darstellenden Künste* den *Gertrud-Eysoldt-Ring*, ein Vermächtnis des 1981 in Bensheim verstorbenen Theaterkritikers Wilhelm Ringelband. Der Preis wird für eine herausragende schauspielerische Leistung vergeben. Unter den Preisträgern befinden sich Corinna Harfouch, Klaus-Maria Brandauer, Josef Bierbichler und Ulrich Matthes. Zeitgleich wird der *Kurt-Hübner-Förderpreis* für junge Regisseure verliehen.
- Zusammen mit dem Land Hessen und der Stadt Gießen hat die *Hein-Heckroth-Gesellschaft* 2001 den *Hein-Heckroth-Bühnenbildpreis* ins Leben gerufen. Mit dem Preis werden alle zwei Jahre Bühnenbildner ausgezeichnet, deren Arbeiten die Auseinandersetzung mit der bildenden Kunst erkennen lassen.
- Eine feste Größe in jedem Jahr sind die *Hessischen Theatertage* der sechs staatlichen Theater. 2015 haben jugendliche Häftlinge aus Wiesbaden den *Publikumspreis der Hessischen Theatertage* gewonnen und setzten sich mit einer szenisch-musikalischen Collage bei den Zuschauern gegen professionelle Bühnen aus ganz Hessen durch.
- Das *Künstlerhaus Mousonturm* vergibt seit 1994 alle zwei Jahre den *Mouson Award* für eine herausragende Tanz- und Theaterproduktion einer Spielzeit.
- Der *Frankfurter Kinder- und Jugendtheaterpreis Karfunkel* wird seit 2010 jährlich im Rahmen des internationalen Theaterfestivals *Starke Stücke* für junges Publikum Rhein-Main von der Stadt Frankfurt verliehen.
- Die Stadt Melsungen lädt alljährlich zum Wettbewerb um die *Scharfe Barte* ein, der sich an Kabarettgruppen und -solisten mit eigenen Texten richtet.
- Alljährlich findet ebenfalls das *Hessische Schultheatertreffen* unter der Schirmherrschaft des Kultusministeriums statt. Im Rahmen dieses Festivals vergibt die *Sparkassen-Kulturstiftung Hessen und Thüringen* seit 1989 den *Schultheater-Förderpreis*.

49: Einen guten Überblick über Ausbildungsmöglichkeiten und Institutionen in der Rhein-Main-Region gibt das Kulturportal der Stadt Frankfurt: www.kultur-frankfurt.de.



OFF

RUNDFUNKWIRTSCHAFT

Die Rundfunkwirtschaft umfasst im Einzelnen Fernseh- und Hörfunkveranstalter sowie die selbstständigen Journalisten und Pressefotografen. Im Rundfunksektor unterscheidet man zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Fernsehen und Hörfunk) und dem privatwirtschaftlichen Rundfunkbereich.⁵⁰ Daneben existieren nicht kommerzielle Medien wie offene Kanäle. Die Rundfunkwirtschaft ist gekennzeichnet durch die weit verbreitete und projektbezogene Beschäftigung von Selbstständigen und Freiberuflern bzw. kleinen eigenständigen Unternehmen wie Texter, Kameraleute, Tonstudios etc.

Die Rundfunkwirtschaft ist inhaltlich zwar eng mit der Filmwirtschaft und dem Pressemarkt verknüpft, die meisten Unternehmenskooperationen finden laut Monitoring zur Kultur- und Kreativwirtschaft⁵¹ jedoch mit Partnern aus der eigenen Branche statt, und nur die Hälfte der Unternehmen geht überhaupt Kooperationen ein. In keinem anderen Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft wird so selten mit anderen Unternehmen zusammengearbeitet.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die rund 1.150 Unternehmen der hessischen Rundfunkwirtschaft – überwiegend selbstständige Journalisten und Pressefotografen – im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von rund 175 Mio. Euro erzielt. Das entspricht einem Anteil von 1,5 % am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen und in etwa dem Umsatz der hessischen Tierarztpraxen (177 Mio. Euro) bzw. in der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft der Teilbranche der Kinos. (161 Mio. Euro).

Die hessische Rundfunkwirtschaft weist neben den genannten rund 1.150 Unternehmensinhabern nur rund 1.100 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte auf, das ist ein Anteil von 1,6 % an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Darüber hinaus sind in der Rundfunkwirtschaft rund 60 ausschließlich geringfügig Beschäftigte und weitere Personen im Nebenjob tätig.

Hinzu kommen noch Teile der im Jahr 2015 als selbstständige Künstler bei der Künstlersozialkasse in den Bereichen Musik und Wort Versicherten (rund 500). Diesen beiden Kategorien werden vor allem Schriftsteller und Publizisten sowie Komponisten, Musiker und Tonkünstler zugerechnet, die sich jedoch noch auf weitere Teilmärkte wie Werbung, Buchmarkt, und Pressemarkt verteilen.

Insgesamt dürfte die Rundfunkwirtschaft in Hessen somit mindestens rund 2.800 Erwerbstätige aufweisen.

ENTWICKLUNG DER RUNDFUNKWIRTSCHAFT IN HESSEN

Die Branche zeichnet sich im Fünf-Jahres-Zeitraum von 2009 bis 2013 durch eine relativ stabile Entwicklung aus. Während die Unternehmenszahl seitdem um rund 6 % (-72 Unternehmen) zurückgegangen ist, blieben Umsatz und Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (2009 bis 2014) in etwa gleich (+1 % bzw. -3 %). Die Zahl der ausschließlich geringfügig entlohnten Beschäftigten sank um ein Drittel von 90 auf 61 Personen.

DIE RUNDFUNKWIRTSCHAFT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Der Umsatz in der hessischen Rundfunkwirtschaft mit rund 1.150 Unternehmen beträgt rund 175 Mio. Euro, das sind nur 1,5 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. In Baden-Württemberg ist dieser Anteil mit 0,9 % noch geringer. Während die Rundfunkwirtschaft in Nordrhein-Westfalen einen Umsatzanteil von 7,7 % aufweist, fällt ihr Anteil in Bayern mit 14,6 % sehr hoch aus. Deutschlandweit beträgt der Umsatzanteil dieses Teilmarkts an der Kultur- und Kreativwirtschaft 6,1 %. In Bayern und Nordrhein-Westfalen werden mit 4,5 und 2,7 Mio. Euro (zusammen 7,2 Mio. Euro) 80 % des Umsatzes der deutschen Rundfunkwirtschaft gemacht.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen in der Rundfunkwirtschaft beträgt in Deutschland knapp 500.000 Euro. Hessen und Baden-Württemberg liegen mit 152.000 Euro und 146.000 deutlich darunter, Nordrhein-Westfalen mit 621.000

50: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist als nicht-kommerzielle Institution nicht in der Umsatzsteuerstatistik enthalten, die dort sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den hier verwendeten Statistiken sehr wohl.

51: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, im Auftrag des BMWi: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013, Bericht im Rahmen des Projekts „Stand und Perspektiven der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft 2013-2015“, Seite 98.

Euro leicht darüber. In Bayern werden je Unternehmen sogar 1,35 Mio. Euro umgesetzt.

Die Rundfunkwirtschaft ist nicht nur innerhalb der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft von untergeordneter Bedeutung, ihr Beitrag zum deutschen Rundfunkmarkt ist ebenfalls gering – gemessen am durchschnittlichen Beitrag von 8 % des Bundeslandes Hessen (bezogen auf Umsatz und Beschäftigung) an der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Die hessische Rundfunkwirtschaft trägt zum Umsatz der deutschen Rundfunkwirtschaft nur 1,9 % und zur Beschäftigung rund 5 % bei.

SCHWERPUNKTE DER HESSISCHEN RUNDFUNKWIRTSCHAFT

Die **selbstständigen Journalisten und Fotografen** sind in der Rundfunkwirtschaft als Bild- und Fotojournalisten, Moderatoren, Redakteure und Pressesprecher für Hörfunk- und Fernsehanstalten tätig. Ihre seit 2009 relativ stabilen Einnahmen machen knapp die Hälfte des Umsatzes in der Rundfunkwirtschaft aus (knapp 80 Mio. Euro). Die **Hörfunk- und Fernsehveranstalter** in Hessen weisen seit 2009 ebenfalls relativ stabile Einnahmen auf. Ihr Umsatz betrug 2013 97 Mio. Euro, ein Zuwachs von 4 % gegenüber 2009.

Größtes Rundfunkunternehmen ist der *Hessische Rundfunk* mit seinem Hauptsitz Funkhaus am Dornbusch in Frankfurt. Weitere Studios gibt es in Kassel, Fulda, Gießen, Wiesbaden und Darmstadt. Der *Hessische Rundfunk* strahlt sechs Radioprogramme – hr1, hr2, hr3, hr4, hr-info, You FM – sowie das *hessen fernsehen* aus und ist wichtiger Arbeit- und Auftraggeber, vor allem für das Rhein-Main-Gebiet. Er ist außerdem am Gemeinschaftsprogramm der ARD, *Das Erste*, beteiligt und beliefert die Kulturprogramme ARTE und *3sat* sowie das Spartenprogramm PHOENIX und den Kinderkanal KIKA mit Beiträgen.

Hessen hat sich in den vergangenen eineinhalb Jahrzehnten zu einem vielseitigen Fernseh- und Hörfunkmarkt entwickelt, in dem die privaten Anbieter eine maßgebliche Rolle spielen. Neben dem *Hessischen Rundfunk* als öffentlich-rechtlichem Sender sind in Hessen weltweit operierende private Unternehmen wie CNN, *Bloomberg Television* oder *Reuters TV*, die mehrmals täglich zu internationalen Wirtschaftsthemen berichten, ebenso präsent wie eine Reihe von privaten und lokalen Sendern. 2012 wurden von den in Hessen ansässigen

17 Anbietern privater Rundfunkprogramme insgesamt 14 TV-Kanäle sowie acht Hörfunkprogramme verbreitet. Zu den TV-Sendern am Medienstandort Hessen zählten bundesweite Free-TV-Programme, Sparten- und Pay-TV-Anbieter sowie ein Teleshopping-Anbieter. Regionale Berichterstattungen bieten das RTL Hessenmagazin und das Sat.1 Regionalmagazin, die durch das regionale Programm rmtv für das Rhein-Main-Gebiet ergänzt werden. Weitere regionale Privatsender sind Rhein-Main TV (Mörfelden-Walldorf) und die World Media Group AG (Offenbach).

Das umfangreiche private Fernsehangebot wird durch ein privates Hörfunkangebot bundes- und landesweiter sowie lokaler Anbieter verschiedener Sparten und Regionen ergänzt. Auf dem Hörfunkmarkt in Hessen waren 2012 insgesamt acht private Sender aktiv. Dies sind die drei Sender Hit Radio FFH, *planet radio* und *harmony.fm* der Radio/Tele FFH sowie Antenne Frankfurt (vormals: *Energy Rhein-Main*), ferner der evangelisch geprägte ERF Pop aus Wetzlar, dessen Mutterprogramm ERF Plus, das freikirchliche Hörfunkangebot *Hope Channel* sowie *Radio Bob!*. Seit 2004 existiert in Nordhessen der private Hörfunksender *Antenne Hessen*, der aus dem Funkhaus in Hessisch Lichtenau 24 Stunden live sendet.

Die *Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)* verzeichnet als unabhängige Radiosender *Radio X* in Frankfurt, *RadaR* in Darmstadt, *RundFunkMeißner* in Eschwege, *Freies Radio Kassel*, *Radio Rheinwelle* in Wiesbaden, *Radio Rüsselsheim* und *Radio Unerhört* in Marburg.

KOMPETENZZENTREN

Die *Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)* ist für die Medienaufsicht über private Radio- und Fernsehanbieter in Hessen und für hessische Mediendienste zuständig. Neben der Zulassung privater Radio- und Fernsehveranstalter, der Aufsicht über Rundfunk (TV und Radio) und Telemedien (Internet), der Zulassung und Förderung *Nichtkommerzieller Lokalradios (NKL)* und der Förderung der technischen Infrastruktur ist die Vermittlung von Medienkompetenz im Sinne eines präventiven Jugendschutzes eine zentrale Aufgabe der Landesanstalt. Hierzu initiiert und unterstützt die LPR Hessen eine Vielzahl medienpädagogischer Projekte mit Radio, Fernsehen, Computer und Handy. Zielgruppe der Medienkompetenzprojekte sind vorrangig Kinder, Jugendliche und Multiplikatoren

im Bildungssektor. Die LPR Hessen ist seit Mitte 2005 beim Hessischen Institut für Qualitätsentwicklung offiziell als Lehrerfortbildungsinstitution anerkannt.

Die Stiftung *MedienMittwoch* lädt bereits seit 2002 regelmäßig zu Veranstaltungen mit Informationen, Networking und Gedankenaustausch zwischen Medienschaffenden, der Finanzwirtschaft und der Politik ein. Der *m² MedienMittwoch* findet an wechselnden Orten in der Rhein-Main-Region statt: Am zweiten Mittwoch eines jeden Monats gibt es Referate und Vorträge zu Medienthemen oder Podiumsdiskussionen.

Die *FFH-Academy* bietet Workshops für Radioschaffende an. Zielgruppe sind Rundfunkschaffende mit ersten Sendererfahrungen sowie professionelle Radiomacher.

AUSZEICHNUNGEN UND PREISE

Unter den Auszeichnungen und Preisen, die in Hessen im Bereich Rundfunkwirtschaft vergeben werden, sind vor allem Folgende zu nennen:

- Der *Herbert Quandt Medien-Preis* wird seit 1985 jährlich in Frankfurt an Publizisten verliehen, die mit ihren Arbeiten in Literatur oder Film, in Presse, Funk oder Fernsehen die Bedeutung privater Unternehmen dokumentieren.
- Der *Medienpreis der Evangelischen Kirche*, der *Robert Geisendörfer Preis*, wird seit 1983 alljährlich vom *Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP)* (Frankfurt) für herausragende publizistische Leistungen deutscher Hörfunk- und Fernsehsender vergeben.
- Die *Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)* vergibt seit 2003 den *Media Surfer – MedienKompetenzPreis Hessen*. Der Preis soll die medienpädagogische Projektarbeit in Hessen fördern und wird für Arbeiten von und mit Kindern und Jugendlichen ausgeschrieben.
- Die Auszeichnung *Hörspiel des Monats* wird seit 1977 in Bensheim von der *Deutschen Akademie der Darstellenden Künste* für jeweils ein Hörspiel vergeben.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN DER RUNDFUNKWIRTSCHAFT 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Hörfunk- und Fernsehveranstalter
- 2: Selbstständige Journalisten und Pressefotografen

Hessen – kreativ, innovativ, mittendrin. Durch die zentrale Lage Hessens und das angrenzende Rhein-Main-Gebiet gibt es ein gutes Zusammenspiel von Industrie, mittelständischen Unternehmen und der Kultur- und Kreativwirtschaft. Kooperationen von Fachhochschulen/ Universitäten mit Unternehmen machen Hessen für die Kultur- und Kreativwirtschaft sehr attraktiv.

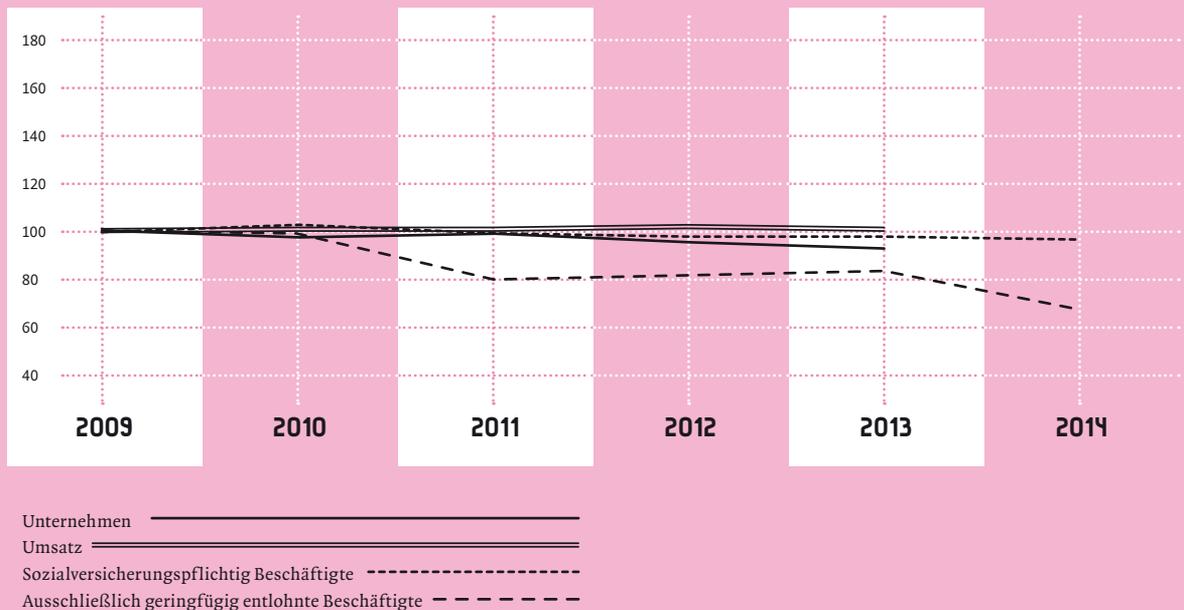
Peggy Kraft | bre.parat, Wiesbaden

Die offene und mehrheitlich unvoreingenommene Haltung der Einwohner von Hessen zu den unterschiedlichsten Fragestellungen und Positionen spricht für sich.

Michael Eibes | Michael Eibes Design, Wiesbaden

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IN DER RUNDFUNKWIRTSCHAFT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



KUNSTMARKT

Am Beginn der Wertschöpfungskette steht im Kunstmarkt das Schaffen von Bildhauern, Malern, und Zeichnern. Abgesehen von einigen Sonderformen wie Videokunst oder Konzeptkunst werden Originalkunstwerke gehandelt. Das künstlerische Schaffen ist daher nicht in so hohem Maß wie in anderen Teilmärkten von der zunehmenden Digitalisierung und dem Streaming betroffen. Kunstgalerien haben bei der Vermarktung daher nach wie vor einen hohen Stellenwert. Gleichwohl übernehmen die Künstler die Vermarktung ihrer Werke zunehmend selbst über das Internet, was auch hier die Bekanntheit und Zugänglichkeit von Werken erhöht.

Der Kunstmarkt umfasst statistisch daher bildende Künstler, die Kunsthändler und kommerzielle Galerien, den Einzelhandel mit Antiquitäten sowie Auktionshäuser. Als Sonderform des Einzelhandels im Kunsthandel kommen die als selbstständige Unternehmen geführten Museumsshops hinzu.

Auktionshäuser und Galerien finden sich vor allen in Frankfurt, Wiesbaden, Kassel und Darmstadt. Zu den bekanntesten Standorten des Kunstmarkts zählen in Deutschland die Städte Köln, Berlin, München, Düsseldorf, Hamburg. Hier haben neben bedeutenden Museen viele in Verbänden organisierte Galerien und Auktionshäuser ihren Standort. In der jüngeren Vergangenheit hat sich insbesondere Berlin als Standort einen Namen gemacht, was u. a. zu einer Verlagerung von Galerien aus anderen Regionen nach Berlin geführt hat.

Hessen ist jedoch ausgesprochen reich an Museen: Die beiden herausragenden Museumsstandorte in Hessen sind Frankfurt am Main und Kassel. Frankfurt am Main zeichnet sich durch sein Museumsufer mit Häusern von nationaler und internationaler Bedeutung aus, Kassel durch seine Museumslandschaft Kassel. Jüngstes Beispiel für die Dynamik der Museumsszene in Hessen ist das anlässlich der Landesgartenschau 2014 in Gießen gegründete *Giießkannemuseum*. Seit September 2015 präsentiert die *Grimm-Welt Kassel* als modernes Mitmach-

museum neben wertvollen Originalen auch Kunstinstallationen und multimediale Angebote. Und 2017 wird in Frankfurt am Main mit dem Erweiterungsbau des *Historischen Museums* ein weiteres ambitioniertes Museumsprojekt der Öffentlichkeit übergeben.

2014 wurde in Deutschland die Vorgabe der Europäischen Kommission umgesetzt, den Kunsthandel nicht mehr mit der verminderten Umsatzsteuer von 7 %, sondern mit der Umsatzsteuer von 19 % zu belegen. Dies wurde von der Branche als entscheidende Verschlechterung der Rahmenbedingungen betrachtet. Die Einführung einer ähnlichen Steuer hat vor vielen Jahren in Frankreich den internationalen Kunsthandel zum Wechsel an andere europäische und internationale Standorte veranlasst, an denen die steuerlichen und sonstigen Rahmenbedingungen günstiger sind.

UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE IN HESSEN

Insgesamt haben die knapp 1.000 Unternehmen des Kunstmarkts im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von rund 147 Mio. Euro erzielt, das sind 1,3 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Dies entspricht nicht ganz dem Umsatz der hessischen Kinos (162 Mio. Euro) und in etwa dem Umsatz im Gerüstbau in Hessen (146 Mio. Euro).

Neben den knapp 1.000 Unternehmensinhabern sind im Kunstmarkt nur gut 300 Personen, 0,4 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen, und etwa genauso viele ausschließlich geringfügig beschäftigte Personen (gut 200) tätig. Darüber hinaus sind hier weitere Personen im Nebenjob geringfügig beschäftigt.⁵² Hinzu kommen freiberuflich Tätige, die in der Künstlersozialkasse in der Kategorie Bildende Kunst erfasst werden. Dieser Kategorie werden vor allem Maler, Bildhauer und Konzeptkünstler zugerechnet. Im Jahr 2014 (Stand: 1.1.2015) waren es rund 4.100 Personen. Insgesamt dürfte der Kunstmarkt in Hessen somit mindestens rund 5.600 Erwerbstätige aufweisen.

52: Diese Personen üben auf jeden Fall parallel eine weitere sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aus. Ob diese der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen ist bzw. anderen Branchen, ist nicht feststellbar. Um Doppelzählungen zu vermeiden, werden diese bei der Darstellung der Struktur nicht berücksichtigt.

ENTWICKLUNG DES KUNSTMARKTS IN HESSEN

Die Branche zeichnet sich im Fünf-Jahres-Zeitraum von 2009 bis 2013 im Vergleich zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft durch eine vergleichsweise ungünstige Entwicklung aus. Die Unternehmenszahl hat sich im Kunstmarkt seit 2009 um rund 140 Unternehmen vermindert, das ist ein Rückgang von 13 %. Der Umsatz ist im gleichen Zeitraum zunächst von 148 Mio. Euro im Jahr 2009 auf 167 Mio. Euro 2012 gestiegen, fiel jedoch 2013 mit 147 Mio. Euro wieder auf das Niveau von 2009.

Auch die Beschäftigtenzahlen stiegen zunächst auf rund 350 im Jahr 2012, erreichten 2013 aber wieder das Niveau von 2009. 2014 war erneut eine leichte Zunahme der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten festzustellen (322). Auch die Zahl der geringfügig Beschäftigten folgte diesem Trend und entsprach 2013 in etwa der Zahl von 2009, ebenfalls mit einer leichten Spitze im Jahr 2012.

DER KUNSTMARKT IM DEUTSCHLANDWEITEN VERGLEICH

Der Kunstmarkt gehört zu den kleinen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Der Umsatz in diesem Teilmarkt betrug 2013 in Deutschland 2,4 Mrd. Euro und ist 2013 gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Dies ist nur ein Anteil von 1,6 % am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. In Hessen ist dieser Anteil mit 1,3 % noch etwas niedriger. Das entspricht einem Umsatz von rund 147 Tsd. Euro. Auch in den betrachteten Bundesländern Baden-Württemberg (290 Tsd. Euro, 1,4%), Bayern (534 Tsd. Euro, 1,7%) und Nordrhein-Westfalen (503 Tsd. Euro, 1,4%) erreicht der Kunstmarkt nur kleine Anteile.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen im Kunstmarkt beträgt in Deutschland rund 180 Tsd. Euro. Hessen und Hamburg liegen mit rund 150 Tsd. Euro deutlich darunter, während in Berlin 170 Tsd. Euro, in Baden-Württemberg knapp 180 Tsd. Euro und in Nordrhein-Westfalen 190 Tsd. Euro je Unternehmen umgesetzt werden. Bayern verzeichnet je Unternehmen sogar 220 Tsd. Euro.

SCHWERPUNKTE DES HESSISCHEN KUNSTMARKTS

Mit rund 49 bzw. 48 Mio. Euro Umsatz sind die Einnahmen der **selbstständigen bildenden Künstler** und die des **Einzelhandels mit Kunstgegenständen** in etwa gleich hoch. Sie machen jeweils rund ein Drittel des Umsatzes im Kunstmarkt aus. Der Umsatz der selbstständigen bildenden Künstler ist seit 2009 mehr oder weniger gleich geblieben ist. Zeitgenössische bildende Künstler aus Hessen, die auch über das Bundesland hinaus und international bekannt sind, sind Rebecca Horn, Ottmar Hörl, Michael Riedel und Tobias Rehberger oder Jasmin Siddiqui (Teil des Street-Art-Duos Herakut).

Im vergangenen Jahrhundert waren es in der bildenden Kunst vor allem Künstlerkolonien und deren Mitglieder, die Hessen bekannt machten. So die Darmstädter Künstlerkolonie rund um die Mathildenhöhe mit Künstlern wie Josef Maria Olbrich, Peter Behrens oder Bernhard Hoetger, die Künstlerkolonie in Willingshausen in der Schwalm mit Carl Bantzer, Hans Richard von Volkmann oder Otto Ubbelohde, die Künstlerkolonie in Kleinsassen in der Rhön sowie die *Kronberger Malerkolonie* mit Anton Burger und Fritz Wucherer. Der international bekannte Maler Max Beckmann hat 18 Jahre, von 1915 bis 1933, in Frankfurt gelebt. Er gilt als wichtigster Vertreter des deutschen Expressionismus. Zahlreiche seiner Werke sind hier entstanden und noch heute im *Städel* zu sehen, darunter Darstellungen der Synagoge vom Börneplatz und des Eisernen Stegs. Beckmann war auch als Lehrer an der *Städelschule* tätig.

Der Einzelhandel mit Kunstgegenständen, der im Wesentlichen kommerzielle Galerien und Kunsthändler umfasst, trägt in Hessen rund ein Drittel zum Umsatz des Kunstmarkts bei. Seit 2009 verzeichnete er einen Umsatzrückgang von knapp 14 % (48 Mio. Euro im Jahr 2013 gegenüber 55 Mio. Euro im Jahr 2009).

Für Hessen ist die genaue Zahl der Galerien nicht bekannt. Nach Schätzungen des Landesverbandes der Galerien in Hessen und Rheinland-Pfalz dürften in Hessen um die 100 Galerien existieren. Der Zusammenschluss Galerien in Frankfurt und Rhein Main führt allein 48 Galerien in der Region auf⁵³, im Landesverband Galerien in Hessen und Rheinland-Pfalz⁵⁴ sind rund 36 hessische Galerien vertreten, darunter jeweils neun in Frankfurt und Wiesbaden, und elf weitere in der Rhein-Main-Region.

Der **Einzelhandel mit Antiquitäten** einschließlich der Tätigkeit von Auktionshäusern verzeichnet seit 2009 steigende Einnahmen. Der Umsatz legte um knapp 30 % von gut 28 Mio. Euro auf knapp 37 Mio. Euro zu. In dieser Teilbranche des Kunstmarkts werden überwiegend Kunstwerke und Kunstgegenstände veräußert, die schon mehrmals den Eigentümer wechselten.

Im Jahr 2000 existierten in Hessen 415 Museen, darunter ca. 40 Kunstmuseen. Die Museen – zumindest die in öffentlicher Trägerschaft – machen in der Regel keinen steuerpflichtigen Umsatz, lediglich in ihren angegliederten selbstständigen **Museumsshops**. Daher weist die Sparte Museen bzw. Museumsshops in der Statistik nur 18 Unternehmen aus und nur einen Umsatz von 13 Mio. Euro. Im Prinzip handelt es sich bei den meisten Museumsshops um Kunstbuchhandlungen, die ihr Angebot um ausgewählte Souvenirartikel erweitert haben.

KOMPETENZZENTREN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN UND MUSEEN

In Hessen gibt es mit der Städtelschule in Frankfurt und der Kunstakademie in Kassel zwei namhafte Ausbildungsstätten für Künstler. Darüber hinaus werden Studiengänge wie Kunstgeschichte, Kulturwissenschaften etc. an verschiedenen hessischen Hochschulen angeboten. So bietet auch die Hochschule für Gestaltung Offenbach (HfG) das Fach Kunst an und konzentriert sich dabei auf die Vermittlung klassischer wie zeitgenössischer Disziplinen bildender Kunst: Zeichnung, Malerei, Bildhauerei, Raum- und multimediale Installation. Darüber hinaus zeichnet sie sich durch die modulare Struktur des Studiengangs Visuelle Kommunikation aus, hier geht es um das Zusammenwirken von Theorie

und Gestaltung, Experiment und Produkt, neuer und alter Bilderzeugungstechniken.

Die Rhein-Main-Region besitzt insbesondere in Frankfurt eine vielfältige Museumslandschaft mit Häusern von nationaler und internationaler Bedeutung. Zu den bekanntesten Kunstmuseen mit internationalem Ruf gehören die Kunsthalle Schirn, das Städel, das Liebieghaus, das Museum für Moderne Kunst mit seinen zwei Dependancen im Taunusturm (MMK 2) und im ehemaligen Hauptzollamt (MMK 3) und das Museum Angewandte Kunst in Frankfurt. Von internationaler Bedeutung sind außerdem die Mathildenhöhe in Darmstadt, Synonym für Jugendstil in Hessen, mit ihrem Museum Künstlerkolonie Darmstadt und das nach siebenjähriger Umbauphase 2014 wiedereröffnete Hessische Landesmuseum in Darmstadt, mit maßgeblichen Werken von Joseph Beuys. Das Museum Wiesbaden ist ein renommiertes Zweipartienhaus für Natur und Kunst. Die Opel-Villen in Rüsselsheim am Main bieten ebenfalls ein anspruchsvolles Ausstellungsprogramm und zeigen internationale Kunst der Gegenwart und der klassischen Moderne. Und in Offenbach befindet sich das Klingspor-Museum für internationale Buch- und Schriftkunst.

In Nordhessen sind als Museen mit überregionaler oder nationaler Bedeutung die Staatlichen Kunstsammlungen Kassel zu nennen, zu denen u. a. die Gemäldegalerie Alte Meister, die Antikensammlung und die Graphische Sammlung, die Neue Galerie und das Hessische Landesmuseum gehören. Die Caricatura Galerie für Komische Kunst im KulturBahnhof Kassel und ihre Dependance in Frankfurt haben sich mit ihrer Ausstellungs- und Veranstaltungsarbeit zu einem herausragenden Komik- und Satire-Zentrum in Deutschland entwickelt. Ebenfalls in Kassel findet das international bekannteste Kunstereignis in Hessen statt – die *documenta*. Sie ist die weltweit bedeutendste Reihe von Ausstellungen für zeitgenössische Kunst, dauert 100 Tage und wird alle fünf Jahre veranstaltet. Auf der *documenta* ausgestellte Arbeiten sind stets exklusiv für die Ausstellung beauftragt und angefertigt.

53: Vgl. www.galerien-frankfurt.de.

54: Vgl. www.lvgalerienh-rp.de.

Wichtigste berufsständische Vertretung der freischaffenden Künstler und Künstlerinnen ist der *Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK)*, dessen hessischer Landesverband in Darmstadt sitzt. Zu den Mitgliedern zählen Maler, Zeichner, Grafiker, Bildhauer, Objektmacher, Multimedia-, Foto- und alle anderen bildenden Künstlerinnen und Künstler.

Der *Landesverband der Galerien in Hessen und Rheinland-Pfalz* ist die Interessenvertretung der Kunstgalerien der Bundesländer Hessen und Rheinland-Pfalz auf Länderebene.

VERANSTALTUNGEN UND MESSEN

Um die Attraktivität der Museen zu erhöhen und mehr Besucher für die Kunst und Kultur in den Museen zu interessieren, findet in Hessen in verschiedenen Städten zu unterschiedlichen Zeitpunkten *Die Nacht der Museen* statt, an der sich auch zahlreiche private Galerien beteiligen. Allein in Frankfurt und Offenbach öffnen über 50 Museen und Ausstellungshäuser abends ihre Türen. In Wiesbaden ist es die *Kurze Nacht der Galerien und Museen*, in der rund 25 Institutionen ihre Exponate zu ungewöhnlicher Zeit präsentieren, in Nordhessen die *Kasseler Museumsnacht*. Diese Veranstaltung hat sich mittlerweile in verschiedenen Städten Hessens zu einem festen Höhepunkt des Kulturgeschehens entwickelt.

Im Rahmen der Aktion *Kunst privat!* präsentieren seit 2005 engagierte Unternehmen ihre Kunstsammlungen der Öffentlichkeit. Darüber hinaus präsentieren Künstler u. a. in Frankfurt, Wiesbaden, Kassel und Darmstadt ihre Arbeiten während der sogenannten *Ateliertage*, der *Offenen Ateliers* oder der *Open doors*, um kunstinteressierte Besucher und Kunstschaffende zusammen zu bringen und Eindrücke von Schaffensprozessen zu vermitteln.

Als bundesweit beachtetes Kunstfest sind zudem die *Kunstansichten Offenbach* zu erwähnen, die seit mehreren Jahren veranstaltet werden. Zahlreiche Vernissagen und andere Kunstprojekte ermöglichen es, die Stadt Offenbach geradezu flächendeckend als urbanen Kunstraum wahrzunehmen.

Beim Saisonstart der Frankfurter Galerien haben Besucher die Möglichkeit, die für das Kulturleben der Stadt wichtige Arbeit der Galerien kennenzulernen.

In Bad Homburg findet zweijährlich im Sommer die Skulpturenbiennale *Blickachsen* statt. Zeitgenössische Großskulpturen und Installationen internationaler Künstlerinnen und Künstler werden in den historischen Parkanlagen präsentiert. Der Ausstellungstitel geht auf die von Gartenarchitekt Peter Joseph Lenné Mitte des 19. Jahrhunderts angelegten *Blickachsen* im Bad Homburger Kurpark zurück.

Jährlich findet der *Internationale Museumstag* statt, dessen Ziel es ist, auf die thematische Vielfalt der Museen und die Bedeutung ihrer Arbeit für die Gesellschaft aufmerksam zu machen und sie ins Blickfeld der Öffentlichkeit zu rücken. In Hessen beteiligten sich 2015 rund 200 Museen mit freiem Eintritt, Ausstellungen, Sonderführungen, Blicken hinter die Kulissen etc.

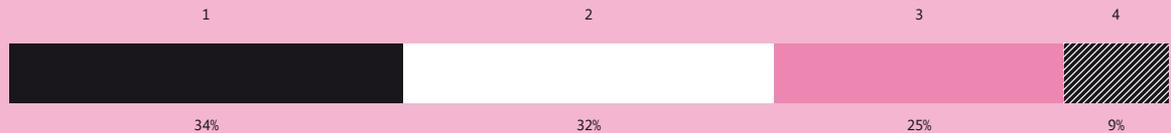
Als regionale und landesweite identitätsbildende Faktoren aller Kultursparten agieren die *Hessischen Kultursommer*. Die Reihe begann 1988 mit dem *Nordhessischen Kultursommer*, fünf Jahre später folgte der *Mittelhessische Kultursommer*, ein Jahr später der *Südhessische Kultursommer* und der *Kultursommer Main-Kinzig-Fulda* für die Region Osthessen. Initiator und Förderer der Veranstaltungsreihe ist das *Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst*. Zum Konzept der Veranstaltungsreihe gehört es, hervorragende Kulturereignisse besonders zu fördern, herauszustellen, zu regionalen oder überregionalen Veranstaltungen weiterzuentwickeln und eigene neue, qualitativ herausragende Kulturveranstaltungen von regionaler Bedeutung als Highlights für die Kultursommer zu entwickeln.

Rund 60 internationale Aussteller, Galerien, Händler und Institutionen präsentierten 2015 auf der *Kunstmesse Frankfurt* ihr Angebotsspektrum, das von antiker Kunst über außer-europäischer Kunst bis hin zur klassischen Moderne und zeitgenössischen Kunst reicht.

Die *Kunstmesse Kassel* wird alle zwei Jahre Marktplatz zur Präsentation der aktuellen Kunstproduktion der Region.

UMSATZANTEILE DER TEILBRANCHEN IM KUNSTMARKT 2013 (IN %)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- 1: Selbstständige bildende Künstler
- 2: Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
- 3: Einzelhandel mit Antiquitäten, etc.
- 4: Museumsshops

ENTWICKLUNG VON UNTERNEHMEN, UMSATZ UND BESCHÄFTIGTEN IM KUNSTMARKT (2009 = 100)

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Hessisches Statistisches Landesamt, Darstellung und Berechnungen der Hessen Agentur



- Unternehmen —————
- Umsatz = = = = =
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - - - - -
- Ausschließlich geringfügig entlohnte Beschäftigte - . - . - .

PREISE UND AUSZEICHNUNGEN

In Hessen werden nicht nur Preise und Auszeichnungen vergeben, umgekehrt erhielt im Juni 2015 auch eine deutschlandweit bekannte Institution, das 200 Jahre alte *Städel Museum* in Frankfurt, eine Auszeichnung für seine innovative Online-Kunstvermittlung: Für sein *Digital Monet* und *die Geburt des Impressionismus* wurde das Museum mit dem *Grimme Online Award KULTUR und UNTERHALTUNG* ausgezeichnet.

In Hessen wird eine Vielzahl von Kunstpreisen vergeben, die teilweise an eine Kommune, an Institutionen oder aber an Stifterpersönlichkeiten aus Hessen gebunden sind:

- Zu einer der bekanntesten Auszeichnungen gehört der *Max-Beckmann-Preis* der Stadt Frankfurt, der alle drei Jahre am Geburtstag von Max Beckmann verliehen wird. Er würdigt hervorragende Leistungen in den Bereichen Malerei, Grafik, Bildhauerei und Architektur.
- Mit dem *1822-Kunstpreis der Frankfurter Sparkasse* werden Künstler ausgezeichnet, die mit der Region Frankfurt verbunden sind.
- Mit dem *Maria Sibylla Merian-Preis* werden seit 1994 in Hessen geborene oder in Hessen lebende Bildende Künstlerinnen gefördert. Zu den Preisträgerinnen gehören Barbara Klemm, Abisag Tüllmann und Tamara Grcic.
- Die Landeshauptstadt Wiesbaden, die Spielbank und die *Nassauische Sparkasse* als Stifter vergeben den *Alexej-von-Jawlensky-Preis* im Bereich der Bildenden Kunst. Zu den bisherigen Preisträgerinnen und Preisträgern zählen Rebecca Horn, Ellsworth Kelly und Richard Serra.
- Der *Arnold-Bode-Preis* der *documenta-Stadt Kassel* wird alle zwei Jahre an Künstler für herausragende Leistungen in der Kunst der Gegenwart verliehen. Zu den bisherigen Preisträgern gehören u. a. Ursi Lüthi, Gerhard Richter und Edward Kienholz.
- Der *Cläre Roeder-Münch-Preis* erinnert an die Malerin *Cläre Roeder-Münch (1910–1988)*. Ihr Mann, Kurt Münch, stiftete 1990 diese Auszeichnung, die die Stadt Hanau jährlich an gegenständlich arbeitende Künstler aus dem Raum Hanau verleiht.
- Der *Bernd Rosenheim Kunstpreis* wird alle zwei Jahre von der *Bernd und Gisela Rosenheim-Stiftung* in Michelstadt zur Förderung moderner Kunst in Malerei und Skulptur vergeben.
- In Riedstadt wird seit 1983 alle zwei Jahre der *Karl-Ströher-Preis* für bildende Kunst vergeben. Die *Karl-Ströher-Stiftung* bezweckt die Förderung der zeitgenössischen bildenden Kunst unter Berücksichtigung junger Künstler.
- Mit dem *Rudi-Seitz-Kunstpreis* werden Künstler gefördert, die am Beginn ihrer Laufbahn stehen. Der Preis wird alle zwei Jahre vergeben. In Verbindung mit der Preisverleihung erhält der Ausgezeichnete die Gelegenheit zu einer Ausstellung, zu der auch ein Katalog erscheint.
- Die *Darmstädter Sezession* vergibt seit 1975 jährlich abwechselnd den *Preis junger Künstler der Darmstädter Sezession* in den Sparten Malerei und Skulptur an Künstler unter 40 Jahren.

Viele Menschen im Rhein-Main-Gebiet zeichnen sich durch Professionalität und Understatement aus – was mir persönlich sehr gut gefällt.

Olaf Deneberger | LIQUID Kommunikationsdesign, Frankfurt am Main



ANALOG

- Für die Absolventen der Frankfurter Staatlichen Hochschule für Bildende Künste – Städelschule existieren einige Kunst-Förderpreise, die jeweils anlässlich des im Februar stattfindenden Rundgangs an der Städelschule an Einzelkünstler vergeben werden.
- Der Ermenegildo Zegna-Kunst-Wettbewerb und der mit jeweils 2.000 Euro dotierte Absolventenpreis der Städelschule Portikus, der Lohr & Schach Preis und der Ernst & Young-Preis sind weitere Auszeichnungen. Stiftungen, Privatpersonen und Unternehmen gehören zu den Stiftern. Gemeinschaftsarbeiten oder Gemeinschaftspräsentationen der Städelschule werden seit 2001 jährlich mit dem Preis der Landwirtschaftlichen Rentenbank honoriert.
- Der Johann-David-Passavant-Preis dient der Förderung der wissenschaftlichen Arbeit an den Sammlungen des Städtischen Kunstinstitutes und des Liebieghauses. Er wird alle drei Jahre vergeben.

Neben der Vielzahl von Kunstpreisen gibt es in Hessen als weiteres effektives Instrument der Kunst- bzw. Künstler-nachwuchsförderung eine Reihe von Stipendien wie das Charlotte-Prinz-Stipendium der Stadt Darmstadt, das seit 1993 in zweijährigem Rhythmus an junge Absolventen hessischer Kunstakademien vergeben wird. Die Kunsthausstipendien der Stadt Wiesbaden und des Vereins zur Förderung künstlerischer Projekte ermöglichen es Stipendiaten aus aller Welt, für jeweils vier Monate im städtischen Stipendiatenatelier im Kunsthaus Wiesbaden mietfrei zu wohnen und zu arbeiten. Und auch die Stadt Frankfurt schreibt gemeinsam mit der Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank seit 1998 jährlich ein Atelierstipendium in Frankfurt für 12 Monate aus.

An die historische Tradition der ältesten Malerkolonie Europas, der Willingshäuser Malerkolonie, schließt das Künstlerstipendium Willingshausen an. Jährlich werden zwei Stipendien mit einer Aufenthaltsdauer von jeweils 3 Monaten vergeben. Durch das Stipendium werden besonders begabte junge Künstler unterstützt. Es bietet neben guten Rahmenbedingungen für kreatives Arbeiten über eine Ausstellung und einen Katalog Zugang zu Sammlern, Galerien und zu weiteren Förderungen.

Der Wettbewerb *Jugend malt* richtet sich an Kinder und Jugendliche im Alter zwischen sechs und 16 Jahren in Hessen. Organisiert wird der von der Kinder-Akademie Fulda im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Wissenschaft und Kunst. Die Teilnehmer sollen zur künstlerischen Tätigkeit und Auseinandersetzung mit Vorbildern, mit der Umwelt und der eigenen Kreativität angeregt werden.

Hessen mit seinen Menschen, der Kultur- und Wirtschaftsstadt Frankfurt, ihrer Skyline und Internationalität ist für viele Gäste aus aller Welt das erste „Willkommen“ in Europa – Willkommen in Hessen – darauf bin ich stolz.

Tyrown Vincent | Geschäftsführer Front Row Agency, Frankfurt am Main

3.1.

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT AUF LANDESEBENE

Im Zuge der steigenden Wertschätzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Politik und Gesellschaft haben sich in den letzten Jahren auf regionaler, Bundes- und EU-Ebene Infrastrukturen gebildet, um eine effektive Unterstützung und den Dialog mit der Branche voranzubringen. Auf Landesebene existieren diverse Anlaufstellen, die Kultur- und Kreativschaffenden Informationen, Beratung und Netzwerkkontakte bieten. In den Kommunen befassen sich Verantwortliche der Wirtschaftsförderung, der Kulturämter und der Stadtentwicklung insbesondere in den einwohnerstarken Städten intensiv mit dem Themenfeld Kultur- und Kreativwirtschaft. Zudem sind zahlreiche Institutionen und Bottom-up-Initiativen aktiv, um der Branche vor Ort vielseitige Vernetzungs- und Informationsplattformen zu bieten. Die Impulse und Aktivitäten der Bundes- und EU-Akteure runden diese vielfältigen Angebote ab.

3.1.1

MINISTERIEN

Das **Hessische Wirtschaftsministerium** konzentriert seine Aktivitäten auf die erwerbswirtschaftlich tätigen Unternehmen der Branche, ihre Leistungen und ihre Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Hessen. Das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft wird im Wirtschaftsressort bereits seit über einem Jahrzehnt bearbeitet und wurde im Jahr 2014 mit der Einrichtung eines eigenständigen Referates Kultur- und Kreativwirtschaft, Medienwirtschaft und Neue Medien nochmals in seiner Bedeutung gestärkt.

Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und Landesentwicklung
Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
www.wirtschaft.hessen.de/wirtschaft/kultur-und-kreativwirtschaft



Das **Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst** widmet sich mit der Abteilung Kunst und Kultur, insbesondere im Referat Spartenübergreifende Kulturförderung, Literatur, Kulturelle Bildung, Kultur- und Kreativwirtschaft, Internationale Kulturbeziehungen, Soziokultur, Brauchtumpflege, der Branche und unterstützt zahlreiche unabhängige Kulturinitiativen, Organisationen und Verbände sowie Künstler aus allen Bereichen.

Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst
Rheinstraße 23–25
65185 Wiesbaden
www.wissenschaft.hessen.de/kultur
www.kulturportal.hessen.de



DIE KREATIV- BRANCHE IN HESSEN UND EIN BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

3.1.2

HESSEN AGENTUR UND HESSEN TRADE & INVEST

Die Hessen Agentur ist die Dienstleistungsgesellschaft des Landes. Sie fungiert als Berater und Think Tank und setzt zudem Projekte, Kampagnen und Förderaktivitäten um. Ihr Kernziel ist die bestmögliche Unterstützung des Landes Hessen und anderer öffentlicher Institutionen bei der Erreichung von deren Zielen im Rahmen der hessischen Wirtschaftsförderung.

www.hessen-agentur.de

Die Hessen Trade & Invest (HTAI) ist die Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft des Landes Hessen. Ihre zentrale Aufgabe ist die nachhaltige Sicherung und Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschafts- und Technologiestandortes Hessen im innovativen, internationalen Wettbewerb. HTAI ist zentraler Ansprechpartner für Unternehmen aus Hessen und solche, die nach Hessen kommen, sowie für wissenschaftliche, politische und gesellschaftliche Institutionen. Durch die interdisziplinäre Aufstellung und breite Vernetzung in Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft in Hessen, Deutschland, Europa und der Welt bringt HTAI Akteure zusammen, identifiziert Trends und setzt neue Förderaktivitäten für hessische Unternehmen um.

www.htai.de

Viele Angebote der Hessen Agentur und Hessen Trade & Invest bieten auch der interdisziplinären Kreativbranche attraktive Vernetzungs-, Beratungs- und Fördermöglichkeiten, die in diesem Kapitel vorgestellt werden.



HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH



**HESSEN
TRADE & INVEST**

GESCHÄFTSSTELLE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT HESSEN

Die Geschäftsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft der Hessen Agentur ist das Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft des Landes. Sie ist Ansprechpartnerin für Anfragen und Wegweiser zu Fördermöglichkeiten, Institutionen, Branchenexperten und Beratung. Sie unterstützt den Austausch und die Netzbildung innerhalb der Branche und branchenübergreifend. Sie verknüpft in enger Zusammenarbeit mit dem zuständigen Fachreferat im Wirtschaftsministerium hessische Kreativnetzwerke und -standorte. Zudem bietet sie Kontakte zu den Institutionen der elf Teilmärkte der Branche.

Die Website der Geschäftsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen bietet Informationen zu Beratungs- und Förderangeboten sowie zu aktuellen Entwicklungen und Wirtschaftsdaten der Branche. Der Newsletter informiert kompakt über aktuelle Themen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der jährliche Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen bietet einen Überblick über die wichtigsten ökonomischen Eckdaten und Prognosen sowie die zentralen Institutionen und Geschehnisse der Branche.

Die Geschäftsstelle verfasst auch die Hessischen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte als ein umfangreiches Informationsinstrument zur Branche.

Konzeption und Durchführung von Branchenveranstaltungen sind eine weitere Aufgabe der Geschäftsstelle. So führte sie die Reihe Forum Kreativwirtschaft durch, um den Dialog mit Unternehmern und Experten der elf Teilmärkte zu intensivieren, Potenziale und Probleme am Kreativstandort Hessen zu identifizieren und neue Perspektiven zu öffnen. Zudem organisiert sie Fachveranstaltungen zu Themen wie Crowdfunding und Interface Design.

Die Geschäftsstelle unterstützt Aktivitäten verschiedener Institutionen und anderer Themenfelder der Hessen Agentur und Hessen Trade & Invest.

Geschäftsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft Hessen
 HA Hessen Agentur GmbH
 Konradinallee 9
 65189 Wiesbaden
 Ansprechperson: Susanne Stöck
 Telefon: +49 (0)611 / 95017-8329
 E-Mail: susanne.stoek@hessen-agentur.de
 www.kulturwirtschaft-hessen.de



LANDESINITIATIVE *BAUKULTUR IN HESSEN

Die Landesinitiative *Baukultur in Hessen wurde 2007 von der hessischen Landesregierung gegründet. Ein wichtiger Aspekt dabei war, dass Bauen immer eine öffentliche Angelegenheit ist. Jedes Bauwerk, ob Straße, Weg, Platz, Brücke, Grünanlage oder Gebäude, trägt zum Gesicht der Stadt und zur Lebensqualität aller bei. Damit sind auch Fragen nach Identität und Heimat berührt.

Baukultur ist kein Zufall. Sie entsteht immer aus der gemeinsamen Anstrengung mehrerer Akteure wie Bauherren, Planer und Nutzer. Insbesondere das Aufgreifen der Kompetenzen der Bewohnerinnen und Bewohner vor Ort (und nicht nur vordergründiges Beteiligen) hilft, gute Bauwerke herzustellen.

Der Wettbewerb der Landesinitiative *Baukultur in Hessen greift stets ein bedeutsames gesellschaftliches Thema auf. Der demografische Wandel und die Herausforderung der Klimaziele spielen in diesem Kontext eine große Rolle. Ebenso die Frage nach gesellschaftlichem Zusammenhalt, Teilhabe und neuen Wohnformen.

Neben den Wettbewerben wurden in den vergangenen Jahren zwei große öffentliche Veranstaltungen unter dem Titel SCHAUFENSTER DER BAUKULTUR in Gießen und TAG DER BAUKULTUR in Darmstadt und Kassel durchgeführt und einige kleinere Vortragsformate und Projektbesichtigungen wie im Wetterpark Offenbach, in der Kunsthochschule Kassel, im Jugendhaus Chillmo in Darmstadt, sowie Preisverleihungen und gelegentliche Ausstellungen realisiert. Flankiert wurden die Wettbewerbe und der TAG DER BAUKULTUR durch Dokumentationen. Die Landesinitiative kooperiert mit Kommunen, Vereinen und Stiftungen und ist offen für Anregungen und Impulse von außen.

Die Landesinitiative ist ein Kooperationsprojekt des Hessischen Ministeriums der Finanzen, des Hessischen Ministeriums für Wissenschaft und Kunst, des Hessischen Städtetages, des Hessischen Städte- und Gemeindebundes, der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen, der Hessischen Ingenieurkammer und des Hessischen Ministeriums für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, das derzeit die Geschäfte der Initiative führt. Die Geschäftsstelle ist bei der Hessen Agentur angesiedelt. Schirmherr der Initiative ist der Hessische Ministerpräsident.

Geschäftsstelle der Landesinitiative
 *Baukultur in Hessen
 HA Hessen Agentur GmbH
 Konradinallee 9
 65189 Wiesbaden
 Ansprechperson: Xenia Diehl
 Telefon: +49 (0)611 / 95017-8451
 E-Mail: xenia.diehl@hessen-agentur.de
 www.baukultur-hessen.de



INNOVATIONSFÖRDERUNG HESSEN – INNOVATIVE IDEEN GESUCHT

Das Land Hessen unterstützt besonders innovative, angewandte Forschungs- und Entwicklungsprojekte, die kleine und mittlere Unternehmen und Hochschulen gemeinsam durchführen. Im Mittelpunkt steht dabei der partnerschaftliche Verbund, aber auch der technologische Innovationsgrad. Bis zu 49 % der Projektausgaben von Forschungsvorhaben können gefördert werden. Gute Ideen sind aus allen Branchen und für sämtliche Anwendungen willkommen, gerne auch aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Erster Schritt zur Förderung ist das Einreichen einer aussagekräftigen Skizze vor Projektstart bei der Hessen Agentur.

Die Hessen Agentur ist Projektträger für mehrere hessische Förderprogramme. Auftraggeber sind verschiedene Ministerien, insbesondere das Hessische Wissenschaftsministerium und das Hessische Wirtschaftsministerium. Das Team der Innovationsförderung steht als Ansprechpartner bei der Projektanbahnung und während der gesamten Förderzeit zur Verfügung. Seit 2008 hat die Hessen Agentur über 350 Verbundvorhaben erfolgreich begleitet.

Innovations- und Nachhaltigkeitsprojekte
 HA Hessen Agentur GmbH
 Konradinallee 9
 65189 Wiesbaden
 Ansprechperson: Hendrik Terstiege
 Telefon: +49 (0)611 / 95017-8962
 E-Mail: hendrik.terstiege@hessen-agentur.de
 www.innovationsfoerderung-hessen.de

TECHNOLOGIELINIEN

Wissen vernetzen und Innovationen fördern sind zwei Leitgedanken der HTAI. Daraus resultiert die Annahme, dass durch neue Technologien neue Chancen für Kultur- und Kreativschaffende entstehen. Viele Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft wurden durch den Technologiewandel der letzten Jahrzehnte stark beeinflusst. Die Kooperation mit Unternehmen aus den Technologiebranchen bietet viele neue Möglichkeiten für innovative Produkte und Dienstleistungen.

Auf dem Weg, neue Chancen erkennen und nutzen zu können, bietet die Abteilung Technologie & Zukunft der Hessen Trade & Invest (HTAI) ein breites und umfassendes Angebot. Die Technologielinie Hessen-IT ist Ansprechpartner für alle Akteure der hessischen Informationstechnologie- und Telekommunikationsbranche. Neben Broschüren wie *Die Gamesbranche: Ein ernstzunehmender Wachstumsmarkt* und Informationsmaterialien, die einen tiefergehenden Eindruck und

einen zukunftsorientierten Ausblick vermitteln sollen, gibt es zahlreiche Veranstaltungen und Messen, die durch das Team von Hessen-IT organisiert werden. So führt die Technologielinie schon seit vielen Jahren den Firmengemeinschaftsstand auf der CeBIT in Hannover durch. Darüber hinaus beteiligt sich Hessen-IT an Veranstaltungen wie den GameDays zum Thema Serious Games der Technischen Universität Darmstadt oder den GamePlaces der Wirtschaftsförderung Frankfurt. Zudem unterstützt Hessen-IT den European Innovative Games Award (E.I.G.A.) und den Gemeinschaftsstand der gamearea-FRM auf der Spielemesse gamescom.

Die Technologielinie Hessen-Nanotech bündelt die material- und nanotechnologiebezogenen Aktivitäten in Hessen. Darunter fallen auch Fertigungstechnologien, wie die additiven Verfahren (3D-Druck), die für Designer neue Möglichkeiten eröffnen. Die Technologielinie Hessen-Umwelttech stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft von hessischen Herstellern und Dienstleistern im Bereich Umwelttechnik und hat im Jahr 2015 die Publikation *Mit Ecodesign zu einer ressourcenschonenderen Wirtschaft* mit zahlreichen Praxisbeispielen veröffentlicht. Hessen-Biotech koordiniert die Aktivitäten des Landes Hessens für diese Branche und will den Technologietransfer unterstützen.

Hessen-Nanotech
 Dr. David Eckensberger
 Telefon: +49 (0)611 / 95017-8326
 E-Mail: david.eckensberger@htai.de
 www.hessen-nanotech.de

Hessen-Umwelttech
 Dr. Felix Kaup
 Telefon: +49 (0)611 / 95017-8636
 E-Mail: felix.kaup@htai.de
 www.hessen-umwelttech.de

Hessen-Biotech
 Dr. Detlef Terzenbach
 Telefon: +49 (0)611 / 95017-8613
 E-Mail: detlef.terzenbach@htai.de
 www.hessen-biotech.de

Hessen-IT
 Christian Flory
 Telefon: +49 (0)611 / 95017-8423
 E-Mail: christian.flory@htai.de
 www.hessen-it.de

Hessen Trade & Invest GmbH
 Konradinallee 9
 65189 Wiesbaden
 www.htai.de

MESSEFÖRDERUNG IM IN- UND AUSLAND

Viele Unternehmer und Freischaffende aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sehen es mittlerweile als Chance an, ihre Produkte und Dienstleistungen auf nationalen und internationalen Fachmessen zu präsentieren. Zielgruppengemäßes Publikum sowie die Akquise von neuen Kundenkontakten sind nur zwei von vielen Vorteilen, die sich durch die Teilnahme an hessischen Gemeinschaftsständen ergeben.

Die Messeteilnahme kann finanziell durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung gefördert werden und wird durch Hessen Trade & Invest (HTAI) in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft der hessischen Industrie- und Handelskammern und der Arbeitsgemeinschaft der hessischen Handwerkskammern organisiert.

Die Spezialisten der HTAI gestalten im Auftrag des Landes Hessen vollumfänglich den Messeauftritt und entlasten somit jeden einzelnen Teilnehmer von allen organisatorischen Dingen. So kann sich jeder Teilnehmer eines hessischen Gemeinschaftsstandes in vollem Umfang auf Kunden und Partner konzentrieren.

Das hessische Gemeinschaftsstand-Paket umfasst:

- eine optimale Platzierung in attraktiver Lage auf dem Messegelände,
- die kostenlose Nutzung der Hessen-Lounge inklusive Internet, Dolmetscherleistungen und weiterer Dienstleistungen,
- ein Länderbriefing zu wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen im Zielland,
- die Möglichkeit zur Vermittlung von B-to-B-Kontakten,
- die Teilnahme an Vorbereitungsveranstaltungen,
- ein fertiges, auf die Bedürfnisse der Teilnehmer abgestimmtes Messestandspaket,
- weitere Begleitmaßnahmen wie die umfangreiche Betreuung vor Ort, die Hessen-Ausstellerbroschüre, die Hessen-Empfänge bis hin zu werbewirksamen Messebesuchen des Wirtschaftsministers.

Seit vielen Jahren ist die Cebit in Hannover auch ein Teil des Messeprogramms der HTAI. Auch im letzten Jahr waren wieder einige Unternehmer aus der Kultur- und Kreativwirtschaftsbranche an Bord. Zudem plant HTAI eine erste Teilnahme an der InnoDesignTech Expo in Hong Kong im Jahr 2016. Hiermit schafft die HTAI eine weitere Möglichkeit für Kreativschaffende aus der Designbranche, ihre Produkte vor Fachpublikum zu präsentieren.

Ergänzend zu den hessischen Gemeinschaftsständen gibt es im Rahmen der Gruppen- und Einzelförderung die Möglichkeit einer finanziellen Unterstützung aus Landesmitteln für einzelne Unternehmen oder Gruppen von mindestens drei Unternehmen. Gefördert wird die Beteiligung an Messen und Ausstellungen überwiegend auf schwierigen oder weit entfernten Märkten im Ausland. Die Förderung dient der Starthilfe bei der Erschließung sowie der Wahrung und Festigung neuer Märkte, der Steigerung der Absatzchancen sowie der Wirtschaftswerbung für Hessen.

Die Unterstützung bei Beteiligungen an Messen und Ausstellungen im Inland sowie im Bereich von Europäischer Union (EU) und European Free Trade Association (EFTA) kommt in erster Linie dem Handwerk bzw. Kleinbetrieben mit bis zu zehn Beschäftigten zugute.

DELEGATIONSREISEN

Das Team Außenwirtschaft der HTAI organisiert jährlich mehrere branchenspezifische Delegationsreisen. Begleitet von hochrangigen Repräsentanten des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung bekommen Delegationsmitglieder Kontakte zu Entscheidungsträgern in Politik, Wirtschaft und Verwaltung im jeweiligen Zielland. Gerade in schwierigen oder noch nicht erschlossenen Märkten wirken Delegationsreisen mit politischer Begleitung häufig als Türöffner.

2014 fand eine Delegationsreise unter Leitung des hessischen Wirtschaftsministers Tarek Al-Wazir in die Niederlande statt. Besondere Akzente hat man bei dieser Reise in den Bereichen Informationstechnologie, Kreativwirtschaft sowie Mobilität und Logistik gesetzt. Hierbei konnten Kreativschaffende Kontakt zu Entscheidern aus den Niederlanden knüpfen.

Im Oktober 2015 hat eine 50-köpfige Delegation der hessischen Kreativbranche unter Leitung von Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir in Mailand Kontakte zu Unternehmen und Verbänden geknüpft. Weitere Delegationsreisen für die Kultur- und Kreativbranche sind in Planung.

Die Organisation des Programms und die Reiselogistik liegen in den Händen der HTAI-Spezialisten. Die Kosten für Flug, Hotel, Visum sowie eine geringe anteilige Organisationspauschale, für lokalen Transfer und Dolmetscher, müssen von den Delegationsteilnehmern übernommen werden.

Konkrete Vorteile im Überblick:

- Umfassende Informationen zur aktuellen politischen und wirtschaftlichen Lage im Zielland,
- Einblick in die Chancen und Risiken des Markts durch Erfahrungsberichte ansässiger deutscher Firmen,
- Kontakte zu politischen Entscheidungsträgern und zu offiziellen Stellen,
- Gespräche mit potentiellen Geschäftspartnern,
- Networking mit den Delegationsteilnehmern,
- Ausloten von Marktchancen auf Markterkundungsreisen.

Das Team der Außenwirtschaft der HTAI steht den Kultur- und Kreativschaffenden aus Hessen jederzeit für weitere Informationen gerne zur Verfügung.

Abteilung Internationale Angelegenheiten
Außenwirtschaft
Hessen Trade & Invest GmbH
Konradinallee 9
65189 Wiesbaden
Ansprechperson: Jürgen Schneider
Telefon: +49 (0) 611 / 95017-8213
E-Mail: juergen.schneider@htai.de
www.htai.de/aussenwirtschaft

ENTERPRISE EUROPE NETWORK HESSEN

Das Enterprise Europe Network (EEN) Hessen ist der zentrale Ansprechpartner für die Zusammenarbeit auf europäischer Ebene und alle Fragen rund um die EU, wenn Unternehmen innerhalb der EU expandieren möchten, grenzüberschreitend Kooperationspartner suchen, Informationen zu europäischem Recht oder Beratung zu EU-Förderprogrammen und Innovationsmanagement benötigen. 2008 gründete die Europäische Kommission das Enterprise Europe Network, ein mehr als 50 Länder umspannendes Netzwerk mit Partnern aus rund 60 wirtschaftsnahen Einrichtungen.

Seit 1. Januar 2015 arbeiten fünf Partner gemeinsam im EEN Hessen. Neben der Hessen Trade & Invest sind nun auch die Industrie- und Handelskammern Darmstadt Rhein Main Neckar, Frankfurt und Offenbach am Main sowie die Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen dabei. So können hessische Unternehmen von noch mehr Expertise, Know-how und Erfahrung bei der Beratung zu Internationalisierung, Innovation und Förderprogrammen profitieren.

Internationalisierung – grenzübergreifende Kooperationen: Das EEN Hessen sucht für Unternehmen Kooperationspartner im europäischen Ausland, zum Beispiel Vertriebspartner, Zulieferer oder Lizenznehmer. Auch für EU-Projekte findet es die geeigneten Partner. Es nutzt hierfür eine europaweite EEN-Datenbank mit rund 10.000 Profilen, persönliche Kontakte im Enterprise Europe Network, Kooperationsbörsen und Unternehmerreisen.

Beratung zu EU-Programmen: Das bei der HTAI angesiedelte EEN verfügt über langjährige Erfahrungen mit der Förderlandschaft der EU. Es bietet Information und Beratung zu allen EU-Programmen, jedoch in unterschiedlicher Intensität. Der Schwerpunkt der Beratung liegt auf dem Rahmenprogramm für Forschung und Innovation *Horizont 2020*. Hier benennt das EEN geeignete Themenbereiche und begleitet die Antragstellung Schritt für Schritt – vom ersten Orientierungsgespräch bis zur Antragseinreichung. Das EEN sucht nach passenden Partnern oder Projekten und hilft bei der Zusammenstellung des Konsortiums. Auch Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft können von EU-Programmen profitieren.

Sprachrohr zur EU-Kommission: Über das EEN Hessen können sich Unternehmen an der Politikgestaltung in Europa beteiligen. Sie erhalten Informationen über Konsultationen,

Umfragen zu aktuellen EU-Themen und Gesetzesvorhaben. Ihre Probleme im EU-Binnenmarkt können sie über das EEN an die EU-Kommission weiterleiten.

Innovationsberatung: Unternehmen, die ihr Innovationsmanagement optimieren wollen, erhalten von Experten des EEN Unterstützung. Diese führen einen Check durch, um relevante Felder zu identifizieren und so den Erfolg von Innovationen zu beschleunigen. Sie zeigen auf, wo Strukturen und Prozesse im Unternehmen angepasst, Potenziale gehoben und Ergebnisse verbessert werden können.

Die komplexen Strukturen der Programme und vielfältige Anforderungen beim Zugang zu einer EU-Förderung stellen Unternehmen oftmals vor Herausforderungen. EU-Mittel können jedoch die Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen ermöglichen und dabei helfen, Geschäftsprozesse zu verbessern und Innovationen am Markt zu kommerzialisieren:

1. HORIZONT 2020 für Forschung und Innovation (2014–2020)

Die Europäische Kommission fördert mit Horizont 2020 Vorhaben, die die gesamte Wertschöpfungskette von der Grundlagenforschung über anwendungsnahe Entwicklung bis hin zur Markterschließung abbilden. Der Fokus liegt bei Horizont 2020 auf marktnahen Innovationen, um die Beteiligung kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) zu erhöhen. Mit diesem Instrument soll ihre Innovationskapazität gezielt gefördert werden. Die Unterstützung umfasst die gesamte Innovationskette: Von Machbarkeitsstudien über Demonstration und Prototypenentwicklung bis zur Markteinführung. Partner sind nicht zwingend erforderlich. Das Projekt muss jedoch einen europäischen Mehrwert aufweisen. Hierfür stehen insgesamt 77 Mrd. Euro zur Verfügung. Die aktuellen Arbeitsprogramme bieten auch zahlreiche Chancen für Unternehmen und Einrichtungen aus der Kreativwirtschaft, Projektvorschläge einzureichen. Die Informationstechnologie ist zum Beispiel als Querschnittsthema in einer Vielzahl von Programmbereichen verankert. Themen sind hier unter anderem Cloud Computing, Internet of Things, Big Data oder Social Media.

Es gibt auch Ausschreibungen, die sich explizit an die Medienbranche und die Kreativwirtschaft richten. Um zwei Beispiele zu nennen:

- *Advanced materials and innovative design for improved functionality and aesthetics in high added value consumer goods*
- *European heritage, memory, identity and cultural interaction.*

Das EEN bietet Information und Intensivberatung zu allen Fördermaßnahmen des EU-Rahmenprogramms Horizont 2020, auch zu den potenziell für die Kreativwirtschaft interessanten Bereichen:

- Informations- und Kommunikationstechnologien,
- fortgeschrittene Materialien, fortgeschrittene Fertigung und Verarbeitung,
- integrative, innovative und reflektierende Gesellschaften sowie zur
- Querschnittsaktivität KMU-Instrument: Innovation in kleinen und mittleren Unternehmen.

2. Kreatives Europa (2014-2020)

Kreatives Europa, das aus den Teilprogrammen Kultur und Media besteht, stellt über sieben Jahre 1,46 Mrd. Euro zur Stärkung der Kultur- und Kreativbranche bereit. Kreatives Europa fördert außerdem die Kulturhauptstädte Europas und das Europäische Kulturerbe-Siegel sowie die europäischen Preise für Literatur, Architektur, Kulturerbe, Kino sowie Rock- und Popmusik.

Abteilung Internationale Angelegenheiten
Enterprise Europe Network Hessen
Hessen Trade & Invest GmbH
Konradinerallee 9
65189 Wiesbaden
Ansprechperson: Ilga Vis
Telefon: +49 (0)611 / 95017-8641
E-Mail: ilga.vis@htai.de
www.een-hessen.de

Matchmaking Enterprise Europe Network Hessen:
www.kreativwirtschaft-hessen.de/een



3.1.3

INSTITUTIONEN UND PROJEKTE

WIRTSCHAFTS- UND INFRASTRUKTURBANK HESSEN (WIBANK)

Die Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen (WIBank) hat die Aufgabe, die wirtschaftliche Entwicklung in Hessen zu fördern. So heterogen, wie sich die Landschaft der Kultur- und Kreativwirtschaft darstellt, so vielfältig sind auch die vorhandenen Unterstützungsmöglichkeiten durch die WIBank: Sie reichen von Zuschüssen aus den Fonds der Europäischen Union über zinsgünstige Darlehen bis hin zu Bürgschaften und Beteiligungen.

Alle Programme stehen grundsätzlich auch den Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft offen. Ganz gleich, ob es um die Anschaffung von Büromitteln, Marketingmaßnahmen oder neue Immobilien geht: die WIBank bietet Förderprogramme, die dabei helfen, Vorhaben zu finanzieren. Sie berät auch zu Mitteln aus EU- oder Bundestöpfen, denn ihre Beratung ist wettbewerbsneutral und übergreifend.

Das Programm Hessen-Mikrodarlehen der WIBank verschafft Existenzgründern und jungen Unternehmen das nötige Startkapital:

- **Überschaubarer Finanzierungsrahmen:**
Kreditsumme zwischen 3.000 Euro und 25.000 Euro. Für Existenzgründer und Unternehmen bis zu drei Jahre nach Gründung,
- **Darlehenslaufzeit:** 7 Jahre,
- **Planungssicherheit:** Fester Zinssatz über die gesamte Laufzeit,
- **Finanzpuffer in der Startphase:** 6 Monate tilgungsfrei,
- **Keine Sicherheiten erforderlich.**

WIBank
Strahlenbergerstraße 11
63067 Offenbach am Main
Servicecenter Förderberatung
Telefon: +49 (0)611 / 774 7333
E-Mail: foerderberatunghessen@wibank.de
www.wibank.de



RKW HESSEN

Das RKW Hessen bietet qualifizierte Beratungsleistung für KMU zu angemessenen Preisen – von der Gründung bis zur Nachfolge. Neben seinen allgemeinen Angeboten bietet das RKW Hessen eine Reihe von Beratungen spezifisch für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an.

Das RKW Hessen unterstützt Gründer und Unternehmer aus der Kultur- und Kreativwirtschaft durch kostenfreie Erstberatungen individuell und zielgerichtet. Dabei werden unternehmerische Ideen entwickelt, möglicher Beratungsbedarf konkretisiert, Unterstützungsangebote benannt und über Beratungsfördermöglichkeiten des Landes, des Bundes und der EU informiert.

Bei allen Fragen zur Planung und Realisierung von Geschäftsideen unterstützt das RKW Hessen Kreative mit einer individuellen, geförderten Vorgründungsberatung und gibt dabei u. a. Antworten auf diese Fragen:

- Wie wird aus meiner Idee ein konkreter Businessplan?
- Wie erhalte ich die notwendigen Finanzmittel und wie kann ich Fördermittel bekommen?
- Wie mache ich mein Unternehmen, meine Dienstleistungen/Produkte oder mein Projekt bekannt?
- Wo finde ich meine Kunden?
- Was muss ich an organisatorischen Vorgaben beachten?

Durch die Förderung des Landes Hessen und des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) kostet die Gründungsberatung nur ab 240 Euro netto pro Tag. Gefördert werden max. 5 Beratungstage.

Künstlerische Selbstentfaltung und wirtschaftlicher Erfolg – beides ist durchaus miteinander vereinbar. Das Kulturcoaching des RKW Hessen zeigt bereits seit 10 Jahren und 17 erfolgreichen Durchgängen mit über 180 Kultur- und Kreativschaffenden aus Hessen, wie das geht. Das Kulturcoaching bietet Unternehmen und Freiberuflern aus der Kultur- und Kreativwirtschaft handfeste Unterstützung in betriebswirtschaftlichen und marketingrelevanten Angelegenheiten: Es

zeigt, wie Kultur- und Kreativschaffende ihre kreative Arbeit ökonomisch organisieren und wie sie sich erfolgreich am Markt etablieren können.

Das Kulturcoaching läuft in mehreren Schritten ab: Ein Einführungs-Check analysiert die wirtschaftliche Ist-Situation und legt offen, wo Verbesserungspotenzial liegt. Es folgen acht Workshops, in denen u. a. betriebswirtschaftliche Grundlagen vermittelt, Leitbilder und Marktpositionen erarbeitet, Chancen und Risiken erörtert, Finanzierungshilfen vorgestellt sowie Themen wie Networking, Sponsoring und die Künstlersozialkasse bearbeitet werden. Abschließend folgt ein individuelles Einzelcoaching, bei dem die Teilnehmer konkrete Umsetzungsschritte für ihr Unternehmen/Projekt an die Hand bekommen. Dass sich die Kreativen dabei automatisch vernetzen, macht das Projekt umso wertvoller.

Durch die Förderung des Landes Hessen und des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) entstehen pro Teilnehmer lediglich Kosten in Höhe von 600 Euro netto für das komplette Coachingpaket aus insgesamt zehn Beratungstagen.

Designberatung ist das ideale Angebot für Unternehmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen sowie Kommunikationsmittel weiterentwickeln oder ihr Unternehmen gänzlich neu positionieren möchten. Gutes Design ist mehr als eine Verpackung mit Schutzfunktion: Es spricht die Sinne an und transportiert Funktionen, Inhalte und Emotionen so, dass sie bei der gewünschten Zielgruppe ankommen. Wie und wo Firmen professionelles Design für das Erreichen ihrer Ziele einsetzen können, kann im Rahmen einer vom Land Hessen und der EU geförderten Designberatung geklärt werden.

Seit Projektstart in 2013 konnten rund 140 Unternehmen erfolgreich über das RKW Hessen zu Themen wie Marken- design, Markeneinführung, Kommunikationsmittel, web- basierte Anwendungen oder Produktentwicklung beraten und gefördert werden. Die Förderung beträgt bis zu 300 Euro (350 Euro im Vorranggebiet) je Beratungstag, für max. 5 Beratungstage, somit max. 1.500 Euro (1.750 Euro im Vor- ranggebiet), kostenwirksamer Eigenanteil mindestens 50% des Beratungshonorars.

Diese Angebote des RKW Hessen werden in Hessen mit Landes- und EU-Mitteln gefördert.

RKW Hessen GmbH
Büro Kassel
Ludwig-Erhard-Straße 4
34131 Kassel
Ansprechperson: Thomas Fabich
Telefon: +49 (0)561 / 930999-2
E-Mail: t.fabich@rkw-hessen.de
www.rkw-hessen.de



HESSEN DESIGN

Hessisches Design verkörpert Werte. Kulturelles Können und wirtschaftliche Innovationskraft bilden seine Identität. Gutes Design hat in Hessen eine lange Tradition und design- orientierte Unternehmen sind bis heute die Grundlage eines pulsierenden Designstandortes mit hoher Zukunftsfähigkeit.

Hessen Design ist das für alle Designbelange zuständige Kompetenzzentrum des Landes. Der Verein fördert die hessische Designwirtschaft, indem er sie als Wirtschaftsfaktor mit hoher gesellschaftlicher Relevanz versteht. Er fördert gestalterische Höchstleistungen in allen wirtschaftsre-levanten Design-Disziplinen. Er fördert Designlösungen, die als Resultat eines integrierten Entwicklungsprozesses die Möglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette nutzen und damit einen sozialen und nachhaltigen Mehrwert entfalten.

Hessen Design bringt mittels gezielter Netzwerkaktivitäten aktuelle Designlösungen dem fachlichen und allgemeinen Publikum näher und bietet Brancheninformationen und praxisnahe Beratungen sowie ein vielfältiges Bildungspro-gramm an. Das Kompetenzzentrum sieht es als Herausfor-derung an, neue Netzwerkformate zu entwickeln und den Raum für Ausstellungen und Präsentationen zu erweitern. Übergeordnetes Ziel ist es, Design in der hessischen Wirt- schaft und Gesellschaft stärker zu verankern.

Der Verein kooperiert mit Partnern aus Kultur und Wirtschaft, den Hochschulen sowie Berufs- und Industrieverbänden und kann auf ein entwickeltes Netzwerk von Designern aller Gestaltungsdisziplinen zurückgreifen.

Hessen Design ist eine anerkannte Institution und langjähriger Akteur innerhalb der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft und setzt Design „Made in Hesse“ auf die Agenda und ins Bewusstsein – regional, national und international.

Hessen Design wurde 2006 gegründet, Sitz der Geschäftsstelle ist auf der Mathildenhöhe in Darmstadt in unmittelbarer Nähe der Künstlerkolonie. Das Kompetenzzentrum wird von Unternehmen und Designbüros aus Hessen, den Hochschulen und Industrie- und Handelskammern des Landes, der Arbeitsgemeinschaft Hessischer Handwerkskammern, dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung, dem Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst sowie der Stadt Darmstadt getragen.

Hessen Design e.V.
Eugen-Bracht-Weg 6
64287 Darmstadt
Ansprechperson: Dipl. Des. Cornelia Dollacker
Telefon: +49 (0)6151 / 1591911
E-Mail: info@hessendesign.de
www.hessendesign.de



RAT FÜR FORMGEBUNG

Der Rat für Formgebung ist eine unabhängige und international agierende Institution, die Unternehmen darin unterstützt, Designkompetenz effizient zu kommunizieren, und gleichzeitig darauf abzielt, das Designverständnis der breiten Öffentlichkeit zu stärken. 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages als Stiftung gegründet, setzt sich der Rat für Formgebung mit seinen Wettbewerben, Ausstellungen, Konferenzen, Seminaren und Publikationen für gutes Design ein. Dem Stifterkreis des Rates für Formgebung gehören aktuell über 220 in- und ausländische Unternehmen an, die mehr als 2 Mio. Mitarbeiter beschäftigen.

Seit 2012 verleiht der Rat für Formgebung seinen internationalen Premiumpreis: den German Design Award. Dessen Ziel ist es, Gestaltungstrends zu entdecken, zu präsentieren und auszuzeichnen. Jährlich werden daher hochkarätige Einreichungen aus dem Produkt- und Kommunikationsdesign prämiert, die alle auf ihre Art wegweisend in der internationalen Designlandschaft sind. Der German Design Award zählt bereits heute zu den weltweit anerkannten Design-Wettbewerben und genießt weit über die Fachkreise hinaus hohes Ansehen.

Mit Unterstützung des Landes Hessen führt der Rat für Formgebung regelmäßig Veranstaltungen durch, die der Vermittlung von Design dienen:

E-ID2 Erfolg durch Innovation und Design in Hessen.

Praxisnah und erlebnisorientiert – Best Practice-Unternehmen laden ein, sich vor Ort über die designorientierte Wirtschaft Hessens zu informieren. Sie bietet eine Informations- und Networkingplattform und alles über aktuelle Fragen rund um den Themenkomplex Wirtschafts- und Innovationsfaktor Design.

formnext Design Dialogue. Im Rahmen der neuen Messe für additive Fertigung und moderne Produktentwicklung veranstaltete der Rat für Formgebung den formnext Design Dialogue vom 17. bis 19. November 2015 in Frankfurt am Main.

Rat für Formgebung
German Design Council
Messeurm, Friedrich-Ebert-Anlage 49
60327 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 / 7474860
E-Mail: info@german-design-council.de
www.german-design-council.de



DEUTSCHER DESIGNER CLUB (DDC)

Der Deutsche Designer Club (DDC) ist ein Club für Gestalter aller Fachbereiche. Gegründet wurde der DDC 1989 in Hessen auf Initiative von Tassilo von Grolman. Hieraus entwickelte sich ein interdisziplinärer Club im deutschsprachigen Raum. Die Mitglieder kommen heute aus allen Gestaltungsdisziplinen. In diesem Netzwerk werden Kontakte geknüpft, man unterstützt sich und arbeitet zusammen. Gemeinsame Überzeugung ist, dass gute Gestaltung Werte steigert und ein unverzichtbarer, treibender Faktor des wirtschaftlichen Erfolges ist. Im Club wird die Qualität der vernetzten Kommunikation gepflegt und gefördert. Dafür schafft der DDC regionale, nationale und internationale Plattformen, um die Kommunikation der Gestalter untereinander und die mit Auftraggebern zu verbessern:

Wettbewerb Gute Gestaltung – Bewertet werden Arbeiten aller Gestaltungsdisziplinen der letzten zwei Jahre in zehn Kategorien. Jede eingereichte Arbeit wird mit Respekt beurteilt. Der DDC würdigt die Gewinner in einer Award-Gala mit Ausstellung sowie in der Publikation *Gute Gestaltung*.

DDC Werkstatt – Ziele sind hier Bildung von Akzeptanz, Netzwerken, interdisziplinärer Austausch und besonders der Blick hinter die Kulissen einzelner DDC-Mitglieder und designorientierter Unternehmen.

DDC Akademie – Hochschulen laden erfahrene Fachleute des DDC zu Seminaren ein: ein Semester, ein Thema, vier Dozenten aus dem Kreis des DDC.

DDC Reiselust – Exkursionen und internationale Themenreisen zum kreativen Kontext anderer Länder.

DDC Designbibliothek – In der DDC Bibliothek schreiben kompetente Menschen zur aktuellen Designgeschichte und zu Zukunftsthemen.

Deutscher Designer Club e.V. (DDC)
Große Fischerstraße 7
60311 Frankfurt am Main
DDC Office
Telefon: +49 (0)69 / 7191548-0
E-Mail: office@ddc.de
www.ddc.de
www.gutegestaltung-ddc.de

**NODE FORUM FOR DIGITAL ARTS**

Das Festival NODE Forum for Digital Arts versammelt internationale Teilnehmer und Referenten aus den Bereichen Design, Informatik, Kunst, Kultur und Wissenschaft, die die Grenzen zwischen Gestaltung und Programmierung neu definieren. In Programmier-Workshops bietet es den Praktikern ein Forum, um mit digitalen Technologien zu experimentieren sowie Kenntnisse und Techniken auszutauschen. Parallel finden Vorträge, Konzerte, Performances und eine Ausstellung statt.

NODE bietet Möglichkeiten zum Erlernen und Vertiefen des Know-hows der visuellen Programmiersprache vvvv und anderer Tools und Technologien für kreatives Programmieren. Das Angebot reicht dabei von Einführungen in generatives Gestalten über das Erlernen der Möglichkeiten von 3D-Tracking-Technologien oder Virtual-Reality-Brillen bis hin zu Kursen für fortgeschrittene Anwender, die sich für das Programmieren von Shadern oder Plugins interessieren. Veranstaltet wird das Festival vom NODE Verein zur Förderung Digitaler Kultur, es entstand 2008 aus einer Initiative der Entwickler-Community rund um das vielfältig einsetzbare Software-Tool vvvv, das in Frankfurt erfunden wurde und inzwischen weltweit von Künstlern, Gestaltern und an Hochschulen für die Entwicklung medialer, meist interaktiver oder generativer Werke eingesetzt wird.

Die Veranstaltung NODE 15 Forum for Digital Arts wurde durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (RWB EFRE-Programm Hessen 2007–2013) finanziell unterstützt.

NODE – Forum for Digital Arts
Gutleutstraße 96
60329 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0)69 / 24 000 333
E-Mail: ping@node-forum.org
node.vvvv.org

**N • DE
FORUM FOR
DIGITAL ARTS**

KULTURFONDS FRANKFURT RHEINMAIN

Der Kulturfonds Frankfurt RheinMain wurde im Jahr 2007 auf Initiative der Hessischen Landesregierung als gemeinnützige GmbH mit Sitz in Bad Homburg gegründet. Gesellschafter sind neben dem Land die Städte Frankfurt, Darmstadt, Hanau und Wiesbaden sowie die Kreise Main-Taunus und Hochtaunus.

Hauptaufgabe des Kulturfonds ist es, die Metropolregion Frankfurt RheinMain durch kulturelle Zusammenarbeit besser zu vernetzen, ihre Attraktivität weiter zu stärken sowie die kunst- und kulturgeschichtlichen Traditionen der Region zu dokumentieren. Der Fonds fördert vor allem Projekte mit nationaler und internationaler Strahlkraft und daneben auch regionale Kulturaktivitäten. Zudem greifen die vom Kulturfonds Frankfurt RheinMain initiierten temporären Schwerpunkte Themen auf, die die Region Frankfurt RheinMain und deren Identität prägen und geprägt haben. Sie sind eine Einladung an die Kulturschaffenden und Kulturinstitutionen zur künstlerischen Umsetzung und Interpretation. Das derzeitige Schwerpunktthema *Transit* folgt den erfolgreichen Schwerpunkten *Phänomen Expressionismus* (2009-2012) und *Impuls Romantik* (2012-2015).

In seiner Art ist der Kulturfonds bundesweit einzigartig. Im Sinne eines Matching Funds wird jeder von den kommunalen Gesellschaftern beigetragene Euro durch das Land Hessen verdoppelt. Dadurch konnte der Kulturfonds Frankfurt RheinMain bislang rund 40 Mio. Euro Fördermittel bereitstellen.

Gemeinnützige Kulturfonds Frankfurt RheinMain GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1-5
61352 Bad Homburg v. d. Höhe
Telefon: +49 (0)6172 / 999-4692
E-Mail: kontakt@kulturfonds-frm.de
www.kulturfonds-frm.de

**KULTURREGION FRANKFURTRHEINMAIN**

Die KulturRegion FrankfurtRheinMain ist ein Zusammenschluss von derzeit 43 Städten, Kreisen und dem Regionalverband FrankfurtRheinMain. Aufgabe ist es, die kulturellen Angebote der Region zu vernetzen, zu bündeln und attraktiv aufbereitet in der Metropolregion zu präsentieren.

Die KulturRegion bietet in ihrem Programm Museen und Sonderausstellungen einen Überblick über aktuelle Ausstellungen. Sie präsentiert sich zudem mit vier etablierten Projekten:

Die *Route der Industriekultur Rhein-Main* befasst sich mit wirtschaftlicher, sozialer, technischer, architektonischer und städtebaulicher Entwicklung in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Die *Tage der Industriekultur*, die jedes Jahr im Sommer stattfinden, erfreuen sich großer Beliebtheit. Jedes Jahr entdecken so weit über 20.000 Menschen die Region neu.

Bei *GartenRheinMain* stehen die Parks, Gärten und Grünflächen der Region im Fokus. Neben Veranstaltungen bietet das Projekt ein Forum zum Erhalt und zur sinnstiftenden Nutzung von Gärten und Parks.

Der Geschichte von Freiheit und Demokratie widmet sich das Projekt *Geist der Freiheit*. Mit Veranstaltungen, Ausstellungen und Schülerprojekten schlägt es die Brücke zu aktuellen gesellschaftlichen Fragen.

Verbindend wirkt auch das Internationale Festival *Starke Stücke*, das Kinder unabhängig von ihrem sozialen und kulturellen Hintergrund für die Theaterkunst begeistert. Querschnittsaufgaben der KulturRegion sind Kulturelle Bildung und Kulturtourismus.

KulturRegion FrankfurtRheinMain gGmbH
Poststraße 16
60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 / 2577-1700
E-Mail: info@krfrm.de
www.krfrm.de



HESSENFILM UND MEDIEN

Mehr Filme in und aus Hessen, das ist das Ziel für die neue HessenFilm und Medien. Die bestehenden Förderstrukturen sollen modernisiert und vor allem serviceorientierter für die Filmbranche gestaltet werden. Gleichzeitig wird so eine mit den anderen Filmförderländern in Deutschland vergleichbare Struktur geschaffen. Ein weiterer Schwerpunkt der inhaltlichen Arbeit der GmbH soll auf der Förderung des Filmnachwuchses liegen.

Die neue HessenFilm und Medien wurde vom Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst zusammen mit dem Hessischen Rundfunk gegründet, wird ihren Sitz in Frankfurt haben und 2016 ihre Arbeit aufnehmen.

Die GmbH soll zur positiven Entwicklung und damit zur Stärkung des Filmlandes Hessen beitragen. Der Etat für die Filmförderung wird – wie in den Jahren zuvor – auch im Jahr 2016 6,765 Mio. Euro aus Mitteln des Landes und des Hessischen Rundfunks betragen. Die Summe setzt sich zusammen aus fünf Mio. Euro Bürgerschaftsmitteln der WI-Bank, 1,015 Mio. Euro originären Landesmitteln sowie 750.000 Euro des Hessischen Rundfunks.

Gleichzeitig kommt die Landesregierung den Filmschaffenden bei der wirtschaftlichen Filmförderung entgegen, indem die Verzinsung der Bürgerschaftsmittel in einem ersten Schritt von zwei Prozent auf ein Prozent gesenkt werden soll.

HessenFilm und Medien GmbH
Telefon: +49 (0)69 / 153240-0
E-Mail: info@hessenfilm.de
www.hessenfilm.de



B3 BIENNALE DES BEWEGTEN BILDES

Die B3 Biennale des bewegten Bildes fand 2015 zum zweiten Mal in Frankfurt und der Rhein-Main-Region statt. Ziel der B3 ist es, eine breit angelegte regionale, nationale und internationale Allianz für das bewegte Bild in der Region zu schaffen.

Die Biennale agiert dabei interdisziplinär und genreübergreifend, sie bietet eine internationale Plattform für den Diskurs und die Vernetzung von Film- und Fernsehmachern, Künstlern, Designern, Wissenschaftlern, Technologieanbietern, Branchenteilnehmern und Nachwuchstalenten.

Die zweite B3 im Jahr 2015 zählte rund 28.000 Besucher. In diesem Jahr haben über 200 regionale, nationale und internationale Künstler und Medienschaffende aus 20 Ländern in den Kategorien Kunst, Film, TV, Games, Web, Design und Wissenschaft die Bedeutung bewegter Bilder diskutiert. An 20 Veranstaltungsorten widmete sich die B3 in Ausstellungen, Screenings, Performances, Masterclasses und Diskussionen eingehend neuen TV- und Filmprojekten und spektakulärer Video- und Medienkunst.

Veranstalter der B3 Biennale des bewegten Bildes ist die Hochschule für Gestaltung Offenbach (HfG). Die Träger der B3 sind das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst (HMWK), die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) und die Stadt Frankfurt am Main. Gefördert wird der B3 Parcours vom Kulturfonds Frankfurt RheinMain.

B3 Biennale des bewegten Bildes
Hochschule für Gestaltung (HfG), Offenbach
Schlossstrasse 31
63065 Offenbach/ Main
E-Mail: info@b3biennale.com
www.b3biennale.com





SZENE

3.2

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT AUF KOMMUNALER EBENE

Machen Sie sich in diesem Kapitel selbst ein Bild davon, was die größten hessischen Städte als Kreativorte zu bieten haben. Nachfolgend haben wir die zentralen Standorte portraitiert.

Seit vielen Jahren wird in internationalen Publikationen, auf Kongressen und im öffentlichen Diskurs eine zentrale Frage gestellt: Was macht eine kreative Stadt aus? Im *War for Talent* stehen Städte immer stärker in globaler Konkurrenz.

Die bedeutsamen Wissenschaftler auf dem Gebiet der Stadtentwicklungsforschung, US-Professor Richard Florida und der englische Städteforscher Charles Landry, haben mit ihren Theorien rund um die Definition der entscheidenden Eigenschaften und Faktoren der *Creative Class* bzw. der *Creative City* viel Aufsehen erregt und zu einer ausführlichen Diskussion und Analyse zahlreicher Städte angeregt⁵⁵. Dabei verstehen beide Theoretiker unter Kreativen mehr als die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft. Nach Florida zählen auch u.a. Ärzte, Ingenieure und Anwälte und nach Landry idealerweise alle Bewohner einer Stadt dazu.

Florida unterstreicht, dass sich Kreative mit einem Ort identifizieren und wechselseitig Identität stiften möchten. Pulsierende Orte voller Leben und Inspiration sind ebenso gefragt wie ein weites Kultur- und Lifestyle-Angebot sowie historische Architektur. Eine spannende, offene, von Diversität geprägte Bevölkerungsstruktur ermöglicht die soziale Interaktion mit vielen Menschen unterschiedlichster Herkunft und Altersstrukturen. Sie ist der Nektar für die Entwicklung unkonventioneller Ideen, neuer Lösungsansätze für gesellschaftliche wie auch technologische Fragestellungen und für die Entfaltung schöpferischer Energien. Zudem ziehen seiner Theorie nach insbesondere wirtschaftlich erfolgreiche Regionen die *Creative Class* an.

Landry hat einige Schlüsselthemen als Grundlage für ein kreatives Milieu identifiziert, wie Vielfalt, Unverwechselbarkeit, Offenheit, ein professionelles und innovatives Umfeld, eine exzellente Hochschullandschaft und Talentförderung, einen verlässlichen politischen und öffentlichen Rahmen, strategische Führung, effektive Netzwerke und Kommunikation sowie ein vitales und attraktives Lebensumfeld mit einer sehr guten Infrastruktur. Zentral sind zudem die Bereitstellung kreativer Räume, Netzwerkveranstaltungen und die Einbeziehung der Bürger in Entwicklungsprozesse. In einer kreativen Stadt sind die Bürger selbst „Maker, Shaper and Co-Creator“.

55: Landry, Charles (2000): *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London, sowie Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, New York.

DARMSTADT



Kreative benötigen keine Administrative, aber die Verknüpfung mit Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung

FACTS AND FIGURES

151.879 Einwohner⁵⁶

Die Wissenschaftsstadt Darmstadt weist fünf große wirtschaftliche Schwerpunkte auf: Chemie / Pharma / Biotech, Haarkosmetik, Informations- und Kommunikationstechnologie, Maschinenbau / Elektrotechnik / Mechatronik und die Weltraum- und Satellitentechnologie.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

(Innen-) Architektur, Design, Software/Games, Bildende Kunst, Literatur, Musik und Theater

Die Verbindung von Kultur, Kreativität und Wirtschaft hat in Darmstadt eine lange Tradition. Die Gründung der Künstlerkolonie Mathildenhöhe, einem der international bekanntesten Zeugnisse des Jugendstils, im Jahr 1899 durch Großherzog Ernst Ludwig hat der Stadt hierbei zu ihrem besonderen Rang verholfen. Für die Erarbeitung zukunftsweisender Bau- und Wohnformen berief er damals Architekten und Künstler wie Peter Behrens, Paul Bürck, Hans Christiansen, Joseph Maria Olbrich u. a. nach Darmstadt. So haben insbesondere Architektur, Design und Kunst seit dem Entstehen der Künstlerkolonie Mathildenhöhe ihren festen Platz in der Stadt. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang seit 1952 das *Institut für Neue Technische Form (INTEF)* und seit 1998 die *Werkbundakademie Darmstadt*, die bis heute ihren Standort in Darmstadt haben,⁵⁷ sowie der *Deutsche Werkbund*, das *Bauhaus-Archiv* und der *Rat für Formgebung*, die lange Zeit in Darmstadt ansässig waren. Das in Darmstadt ansässige *Fraunhofer IGD* ist die weltweit führende Einrichtung für angewandte Forschung im Visual Computing. Visual Computing ist bild- und modellbasierte

56: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

57: Das Institut für Neue Technische Form wurde von der Stadt Darmstadt und Prinz Ludwig von Hessen als erstes deutsches Design-Institut gegründet.

Informatik und umfasst unter anderem graphische Datenverarbeitung, Computer Vision sowie virtuelle und erweiterte Realität.

Darmstadt steht seit mehr als 100 Jahren aber nicht nur für die Verknüpfung von Kunst und Kultur mit Wirtschaft und Wirtschaftsförderung, sondern darüber hinaus auch mit Wissenschaft und Forschung. Insofern verbindet die Stadt mit dem Begriff der Kultur- und Kreativwirtschaft auch heute Stichworte wie Innovation, Forschung, Technik oder Industrie 4.0. „Das Etikett der ‚Wissenschaftsstadt‘ wurde von Kulturschaffenden erst einmal mit dem üblichen Darmstädter Argwohn betrachtet. Inzwischen gibt es Ansätze, Kunst und Wissenschaft gemeinsam als ‚Laboratorium der Zukunft‘ zu sehen.“⁵⁸

Das Institut Mathildenhöhe, das Museum Künstlerkolonie, der Hochzeitsturm, Künstlerhäuser und weitere Bauten aus der Zeit des Jugendstils prägen noch immer diesen Ort im Osten der Stadt. Heute befinden sich auf der Mathildenhöhe zudem der Fachbereich Gestaltung der Hochschule Darmstadt und das landesweite Designkompetenzzentrum *Hessen Design* im Designhaus Darmstadt sowie das Institut für Neue Musik und Musikerziehung. 2014 wurden die interdisziplinären *Osthang-Projekte* auf der Mathildenhöhe etabliert. Die Mathildenhöhe war und ist somit der Nukleus einer disziplinübergreifenden Beschäftigung mit Kunst, Architektur und Stadtplanung, Gestaltung, Kunsthandwerk, Musik etc.

SCHWERPUNKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Darmstadt eine sehr vielgestaltige Branche, vor allem gehören dazu aber kreative Unternehmen und Non-Profit-Organisationen und -einrichtungen aus den Bereichen (Innen-) Architektur sowie Kommunikations- und Industrie-Design, Fotografie, Software-/Games-Industrie, Bildende Kunst und Literatur, Musik und Theater.

Gründungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sind in Darmstadt trotz zahlreicher kreativer Studiengänge eher selten, da viele Absolventen in der klassischen Wirtschaft Beschäftigung finden. Lediglich die Architekten stellen in

Darmstadt seit jeher eine große unternehmerisch selbstständige Gruppe. Zunehmend folgen auch die Designer diesem Muster, arbeiten freiberuflich und gründen Agenturen in Darmstadt.

Den Bereich Bildende Kunst prägen neben Darmstädter Künstlern zahlreiche alteingesessene klassische Kunstvereine, eine Reihe von Ausstellungshäusern und etablierten Galerien.

Darmstadt gilt auch als Verlags- und Druckstadt mit literarischer Tradition und etlichen Institutionen im Bereich der Literatur. Hierzu zählen neben der *Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung*, die den *Büchner-Preis* verleiht, das *Deutsche PEN-ZENTRUM*, das *Zentrum für junge Literatur* mit Textwerkstatt und Lesebühne oder der *Literarische März*, ein Nachwuchs-Lyrikwettbewerb.

Im Hinblick auf Musik kann Darmstadt nicht nur etliche namhafte Institute, Ausbildungsstätten und Veranstaltungen im Bereich der Neuen Musik und des Jazz verzeichnen, auch zahlreiche Gründer und freiberuflich Tätige sind ansässig. Im Bereich Theater gibt es neben dem Staatstheater rund 30 freie Gruppen und Ensembles.

Zunehmend kooperieren kreative Freiberufler und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Darmstadt auch mit Unternehmen aus dem Sektor IT und Telekommunikation. Die Größe der Stadt – nicht zu groß und nicht zu klein – begünstigt darüber hinaus die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit der übrigen Wirtschaft und der Wissenschaft. Angewandte wie freie Kunst werden in Darmstadt gleichermaßen gefördert, zumal die Grenzen zusehends verschwimmen.

Generell ist die Kulturszene in Darmstadt und in Teilen auch die Kultur- und Kreativwirtschaft von Generationenfragen geprägt. Auf der einen Seite langjährige klassische Vereinigungen mit vielen Mitgliedern über 60 Jahren, auf der anderen Seite zunehmend junge kreative Existenzgründer und Freiberufler der unterschiedlichsten Sparten und dazwischen die Stadt mit einer ebenfalls der Kultur- und Kreativwirtschaft gegenüber aufgeschlossenen Stadtregerung.

58: Gemeinnützige Kulturfonds Frankfurt RheinMain GmbH (2015): Kulturfonds Frankfurt RheinMain, Bad Homburg, S. 51.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft selbst ist daran interessiert, ihre Branche in der Stadt sichtbarer zu machen und die Vernetzung untereinander und mit den Hochschulen z. B. durch Veranstaltungsreihen, Workshops, Netzwerkabende etc. auszubauen.

Ausbaufähig ist auch die Vernetzung der Branche mit der übrigen Wirtschaft. Projekte des Stadtmarketings, die bereits diesem Ziel dienen, sind u. a. das so genannte *Marketingtreffen* und das *Geschäftspartnertreffen*.

PROTAGONISTEN, VERTRETER, INSTITUTIONEN, EINRICHTUNGEN IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Kunst und Kultur sind in Darmstadt bereits gut mit Wirtschafts- und Standortförderung vernetzt, beide Bereiche kooperieren seit vielen Jahren. Zuletzt ist eine verstärkte Öffnung der Stadt für die Kreativwirtschaft festzustellen. Und auch innerhalb der Kreativwirtschaft herrscht in den Bereichen Design, Medien, Architektur u. a. Aufbruchsstimmung. Netzwerke der erwerbswirtschaftlich orientierten Kreativen etablieren sich und wollen die Zusammenarbeit sowohl untereinander als auch mit den kommunalen und institutionellen Akteuren verstärken.

Für die Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Darmstadt federführend der Oberbürgermeister zuständig, der gleichzeitig Kultur- und Wirtschaftsdezernent ist. Folgerichtig kümmern sich die Ämter für Kultur und Wirtschaftsförderung gemeinsam um die Belange der Kultur- und Kreativwirtschaft und decken so die Bandbreite von Non-Profit-Organisationen über Einzelkämpfer bis hin zu professionellen Unternehmen im Bereich der Kultur wie auch der Kulturwirtschaft und der Kreativwirtschaft ab. Unterstützt werden sie dabei vor allem vom Amt für Interkulturelles und Internationales sowie vom Stadtmarketing.

Mit der Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft wird in Darmstadt eine Reihe von Zielen verfolgt. Die Stadt möchte

- den Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort insgesamt stärken,
- die Absolventen an den Standort Darmstadt binden,
- das Image der Stadt positiv beeinflussen und Standortmarketing betreiben,
- die Lebensqualität in der Stadt durch eine vielfältige kreative Szene und Kultur erhöhen,

- bestehende Institutionen der Kultur- und Kreativwirtschaft sichern und weiter entwickeln,
- die interdisziplinäre Zusammenarbeit durch gattungsübergreifende Projekte fördern und
- Kultur als harten Standortfaktor festigen.

Wichtige Akteure und Kooperationspartner sind Institutionen, Ausbildungsstätten und Kompetenzzentren wie das *Institut für Neue Technische Form (INTEF)*, die *Hochschule Darmstadt* und die *Technische Universität Darmstadt* mit Studiengängen in den Bereichen Architektur, Medien und Design und dem Fachgebiet Multimedia Kommunikation, die *IHK*, der *Bund deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure (Bezirksgruppe Südhessen-Nassau Darmstadt)*, das *Internationale Musikinstitut Darmstadt (IMD)* und das *Institut für Neue Musik und Musikerziehung (INMM)* sowie das *House of IT*.

Zum kreativen Bereich gehören aber auch Institutionen wie das *Institut Mathildenhöhe*, das *Hessische Landesmuseum Darmstadt*, die *Kunsthalle*, das *Jazz-Institut*, das *Literaturhaus*, das *Mollerhaus*, die *Schader-Stiftung* oder das *Fraunhofer-Institut* mit seinem *Institut für grafische Datenverarbeitung*, um nur einige zu nennen.

Ein Beispiel für die interdisziplinäre Zusammenarbeit ist das *Literaturhaus Darmstadt*, in dem neben der *Textwerkstatt* und dem *Deutschen PEN-ZENTRUM*, der *Luise Büchner-Gesellschaft* und der *Dante-Alighieri-Gesellschaft* auch die *Deutsche Chopin-Gesellschaft*, das *Kunstarchiv*, die *Fototage*, die *Akademie 55+* sowie die *Deutsch-Bulgarische Gesellschaft* untergebracht sind, die zunehmend auch gemeinsame Projekte planen.

In den vergangenen Jahren haben sich zahlreiche neue Netzwerke gebildet wie *KREATIVE DARMSTADT* und der *Kreis um den Architektursommer Darmstadt / RheinMain*, darunter auch etliche *Coworking Spaces*, die intensiv von der Kultur- und Kreativwirtschaft genutzt werden. Daneben existieren in Darmstadt eher klassische *Office Center* sowie kleinere *Businessparks*, die die *Gründerzentren* wie das *TIZ* oder das *FabLab* etc. ergänzen.

In Darmstadt gibt es eine Reihe von etablierten Vereinen wie den *Bundesverband Bildender Künstler Hessen* oder die *Darmstädter Tage der Fotografie*. Auch sie öffnen sich zunehmend der Netzwerkarbeit.

KREATIVE DARMSTADT

KREATIVE DARMSTADT ist ein Netzwerk von Kreativen, Künstlern und Kulturschaffenden in Darmstadt und Umgebung. KREATIVE DARMSTADT fördert sowohl den Austausch als auch die interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb der Kreativ- und Kulturwirtschaft und mit anderen Branchen im Rahmen von ca. 20 Veranstaltungen pro Jahr. Ziel ist es, Interessen zu bündeln und Erfahrungen zu teilen, um die einzelnen Akteure weiter voranzubringen und Sichtbarkeit und neuen Raum für das kreative Potential der Region zu schaffen. Mit seinen Mitgliedern aus allen Kreativ-Bereichen bildet das Netzwerk zudem einen Pool an interessanten Partnern für die Unternehmen und die öffentlichen Institutionen der Region.

KREATIVE DARMSTADT E.V.
 Alicenstraße 26a
 64293 Darmstadt
 Telefon +49 (0)6151 / 1011010
 E-Mail: mail@kreative-darmstadt.de
 www.kreative-darmstadt.de



Nicht zuletzt ist die Freie Kulturszene, vor allem in den Bereichen Theater und Musik, ein wichtiger Bestandteil der Kultur- und Kreativwirtschaft in Darmstadt.

STANDORTE UND HOTSPOTS DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DARMSTADT

Die Suche nach preisgünstigen Räumlichkeiten gestaltet sich in Darmstadt nicht nur für Kreative schwierig. Die Stadt ist geprägt von jahrelangem Wohnraumangel aufgrund fehlender Erweiterungsflächen und sehr geringer Leerstandsquoten. Auch Zwischennutzungen entstehen bei dieser Marktsituation kaum. Eine gewisse Entlastung des Marktes ist mittelfristig durch die anstehende Entwicklung mehrerer Konversionsflächen im Süden der Stadt zu erwarten. Bisher unterstützt und berät die stadt eigene Immobilienberatung Akteure aller Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Raum- und Standortsuche und arbeitet dabei auch mit privaten Immobilieneigentümern zusammen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist in der gesamten Kernstadt zu finden. In ihren Quartieren existieren Szenelokale, kulturelle Einrichtungen und kreative Unternehmen. Ein wichtiger Ort ist der Osthang auf der Mathildenhöhe. Architekten, Innenarchitekten und Designer bevorzugen die Gründerzeitquartiere Martinsviertel, Johannesviertel und Bessungen. Hier wurden häufig ehemalige Ladenlokale in Arbeitsräume für Büros, Agenturen etc. umgewandelt. Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft drängen zunehmend aber auch in leer stehende Räume in der Mollerstadt, die derzeit als Sanierungsgebiet festgelegt ist. Ein weiteres Quartier, das aktuell in den Fokus der Kultur- und Kreativwirtschaft rückt, ist das Pallaswiesenviertel bzw. die Weststadt zwischen Kasinostraße, Bismarckstraße und Bahn.

Weitere Kultur- und Kreativstandorte sind das Mollerhaus als Spielstätte der freien Theatergruppen, das Literaturhaus, die Galerie Kunstpunkt im Martinsviertel, aber auch die Bessunger Knabenschule, ein Kulturzentrum mit Theateraufführungen und Konzerten von Jazz bis Punk, oder die Evangelische Stadtkirche, die sich mit ihrem Kulturprogramm aus den Bereichen Musik, Literatur und bildende Kunst der Stadtgesellschaft öffnet. Auf dem Güterbahnhofsgelände an der Bismarckstraße existiert mit der Galerie Kurzweil ein weiteres kleines Kulturzentrum mit Tanzclub und Ausstellungsmöglichkeit. Auch in der Weststadt bzw. dem Pallaswiesenviertel sind in den letzten Jahren Einrichtungen wie das Westside Theater sowie Bars und Café entstanden.

Ein Standort mit Tradition ist auch die *Rosenhöhe*, auf der Künstlern und Schriftstellern wie Karl Krolow oder Gabriele Wohmann Wohn- und Atelierhäuser zur Verfügung gestellt wurden. Nachgerückt sind hier bereits Kreative bzw. Unternehmen aus dem Bereich Film und Fotografie.

In Darmstadt sind zudem Coworking Spaces angesiedelt: Im COWO 21 in der Holzhofallee befinden sich auf einer Fläche von 250 qm vier Arbeitsräume mit insgesamt 20 Arbeitsplätzen für Freiberufler, Start-ups, Studenten, Angestellte und Unternehmer aus unterschiedlichen Bereichen. Das Office 129 1/2 bietet in einer ehemaligen Möbelfabrik an der Heidelberger Landstraße 28 Arbeitsplätze auf 280 qm in Loftatmosphäre, teils in abgeschlossenen Büros, teils im *Open Space*. Die Arbeitsplätze in beiden Coworking Spaces können tageweise, wochen-/monatsweise oder auch mit längeren Laufzeiten angemietet werden. Auch die *Klein'schen Höfe* sind eine ehemalige Gewerbeimmobilie und bieten heute auf 3.000 qm Raum für Ausstellungen, Ateliers, Handwerk und Gewerbe, Lofts, studentisches Wohnen, Büros und Lager.

Ein weiterer interdisziplinärer Treffpunkt ist das *FabLab Darmstadt*: Hier können interessierte Personen mit neuen Technologien der digitalen Fabrikation experimentieren. Bastler, Kreative, Erfinder, Forscher und Programmierer können hier gemeinsam arbeiten und sich austauschen. Das Wissen, das im *Fabbing & Founding-Projekt* erarbeitet wird, soll durch spezielle Workshops insbesondere an mittelständische Unternehmen, Start-ups, Gründer, User-Entrepreneurs und Studierende weitergegeben werden.

ZUKÜNFTIGE PROJEKTE UND AUFGABEN

Zu einem der wichtigsten Projekte der Kultur- und Kreativwirtschaft zählt der *Darmstädter Architektursommer* mit dem *Osthang Project*. Er ist Bestandteil des Architektursommers RheinMain (ASRM). Als Koproduktion des ASRM und des Internationalen Musikinstituts Darmstadt (IMD) wurde das *Osthang Project* im Jahr 2014 als transdisziplinäre Produktion und als temporäre Künstlerkolonie, Festivalcampus, Denkwerkstatt und Summer School realisiert.

Von ebenso großer Bedeutung ist die Bewerbung der Stadt um die Anerkennung der *Mathildenhöhe* als *Unesco-Welterbestätte*. Die *Künstlerkolonie Mathildenhöhe* wurde nach Entscheidung durch die Kultusministerkonferenz im Juni 2014 in die deutsche Vorschlagsliste 2019 für das UNESCO-Welterbe aufgenommen.

Auch bleibt die Suche nach Räumlichkeiten, die Schaffung von entsprechenden (Ereignis-) Räumen und vor allem eines gemischt genutzten Zentrums für die Kultur- und Kreativwirtschaft ein wichtiges Thema in Darmstadt.

www.darmstadt.de/standort/wirtschaft/kultur-kreativwirtschaft
www.kreativwirtschaft-hessen.de/darmstadt
www.kreative-darmstadt.de
www.hessen-design.de

Wir danken unseren Interviewpartnern Michael Kolmer, Wirtschaftsförderung Darmstadt, Professor Ludger Hünnekens, Kulturreferent und Erster Betriebsleiter des Eigenbetriebs Kulturinstitute und Peter P. Schmidt, KREATIVE DARMSTADT.

Die Metropolregion wächst zusammen und die Kultur- und Kreativwirtschaft ist Motor und Gestalter dabei. Über kommunale Grenzen hinweg erobert sie blinde Flecken in einer zunehmend urbanisierten Stadtregion. Dies erzeugt nicht nur eine neue Praxis im polyzentralen Alltag, sondern auch vielfältige Bilder einer kulturell verknüpften Stadtlandschaft.

Felix Nowak | bb22 architekten und stadtplaner, Frankfurt am Main

A black and white close-up portrait of a woman with short, light-colored hair. Her eyes are closed, and she has a neutral, slightly somber expression. She is wearing a dark denim jacket. The background is a plain, light color.

SEMIKOLON

FRANKFURT AM MAIN



Räume, Räume, Räume

FACTS AND FIGURES

717.624 Einwohner⁵⁹

Frankfurt gehört als Finanz- und Dienstleistungszentrum von Weltrang und Mittelpunkt der Wirtschaftsregion FrankfurtRheinMain zu den führenden europäischen Unternehmensstandorten.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Werbung, Design, Presse, Buch,
Software-/Games, Film, Architektur, Musik,
Darstellende Künste, Bildende Kunst

Frankfurt ist der zentrale hessische Hotspot der Kultur- und Kreativwirtschaft mit einer Fülle von Akteuren, Unternehmen und Einrichtungen. Die zentrale Lage der Stadt, die exzellente Infrastruktur und Hochschul- und Ausbildungslandschaft, die ökonomische Stärke und vor allem branchenübergreifende Netzwerke bieten in Verbindung mit einem vielfältigen Kulturangebot, mit etablierten und alternativen Kultur- und Kunstszenen sehr gute Voraussetzungen für Kreativschaffende. Der Standortvorteil der gesamten Rhein-Main-Region besteht nicht nur in einer hohen Zahl ansässiger potenzieller Auftraggeber bzw. Kunden für die Kultur- und Kreativwirtschaft, u. a. aus den Bereichen Finanzwirtschaft, Verbrauchsgüter, Chemie und Pharma, Logistik sowie der Automobilindustrie, auch die internationale Prägung der Stadt und des Stadtbilds sowie die lebendige Offenheit der Rhein-Main-Metropole begünstigen die Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Einen wichtigen Beitrag leisten dabei die renommierte *Städelschule* und die international bekannte Museumslandschaft mit Institutionen wie

59: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

Schirn, Städel, Museum für Moderne Kunst, Museum Angewandte Kunst, Deutsches Architekturmuseum und Deutsches Filmmuseum sowie die vielfältige Messelandschaft.

SCHWERPUNKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Im letzten Jahrzehnt hat Frankfurt als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich an Profil gewonnen, weil die Stadt selbst sich nicht mehr ausschließlich als Banken- und Dienstleistungsstandort sah, sondern zunehmend andere Wirtschaftssektoren in den Fokus nahm und insbesondere die Kreativwirtschaft als dynamische Wirtschaftskraft erkannte und förderte. In Frankfurt sind heute alle Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft mit herausragenden Unternehmen und zahlreichen Institutionen vertreten. Sie verfügen jeweils über eigene Strukturen und sind untereinander gut vernetzt.

In Frankfurt treten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft die Bereiche Werbung, Design, Pressewesen, die Software-/Games-Industrie und die Filmwirtschaft besonders hervor. Schwerpunkte lassen sich aber auch in den Bereichen Architektur sowie Buch- und Verlagswesen benennen. Im Bereich der Musikwirtschaft sind es wenige, aber relativ bedeutende Unternehmen, die insbesondere dem Bereich Live-Entertainment zuzuordnen sind.

Herausragende Festivals wie *cresc Biennale für Moderne Musik Frankfurt Rhein Main*, *Sommerwerft*, *Europa-Kulturtag der Europäischen Zentralbank*, *B3 – Biennale des bewegten Bildes*, *NODE – Forum for Digital Arts* oder Filmfestivals wie *LUCAS – internationales Kinderfilmfestival*, *LICHTER* und *NIPPON CONNECTION* sorgen für eine vielfältige Kulturlandschaft. Mittlerweile kehren viele nach Berlin oder Hamburg abgewanderte Kreative und Künstler wieder in die Mainmetropole zurück.

Eine wichtige Rolle für die Entwicklung der Unternehmen am Standort spielen die zahlreichen Veranstaltungen von Wirtschaftsförderung und IHK, die Kontakte zu potenziellen Auftraggebern erleichtern sollen. Der *Marketing Club*, der *Rat für Formgebung*, der *Deutsche Designer Club (DDC)* als branchenübergreifende Plattform für Werbung und Design, der *Deutsche Werkbund Hessen*, die *Initiative GAMEplaces* und die Standortinitiative *gamearea-FRM*, ferner der *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* oder das *Cluster der Kreativwirtschaft in Hessen (CluK)* fördern die branchenspezifische Vernetzung. Die hervorragende digitale Infrastruktur mit einem der größten Datenaustauschpunkte der Welt erweist sich für alle Marktteilnehmer und Akteure als Wettbewerbsvorteil.

Neben den erwähnten Verbänden und Vereinen gibt es eine Vielzahl weiterer Initiativen und Netzwerke, die die Kultur- und Kreativwirtschaft in Frankfurt prägen und zum Austausch unterschiedlichster Disziplinen beitragen: Der *Designparcours* in Höchst, der monatliche *Stammtisch der Filmemacher – SDF* im Deutschen Filmmuseum, der *Webmontag Frankfurt*, eine Veranstaltungsreihe zu Gesellschaft und Technik oder die *PechaKucha Night Frankfurt*, wo Architekten, Designer, Künstler und Kreative ihre jeweiligen Ideen, Arbeiten, Inspirationen oder Projekte vorstellen. Als Informationsplattform für die Filmwirtschaft versteht sich das Onlineportal www.FilminFrankfurt.de. Das exklusive Veranstaltungsformat *FFF-Wellwork* vermittelt Kontakte zwischen Film-, Audioproduktionen und Werbeagenturen.

In den letzten Jahren hat Frankfurt zudem vielfältige Anstrengungen unternommen, um Studierende und Absolventen in der Stadt zu halten und Kreativen den Einstieg in das Berufsleben und in die Selbstständigkeit zu erleichtern. Mittlerweile sind Frankfurts Existenzgründer – insbesondere die junge Generation von Klein- und Kleinstunternehmern – stark miteinander vernetzt. Das *Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft der Wirtschaftsförderung Frankfurt* ist dabei die zentrale Anlaufstelle der Kultur- und Kreativwirtschaft und als Informationszentrale bzw. Netzwerkknoten für alle Unternehmen zuständig, die in dieser Branche tätig sind oder tätig sein wollen. Der Fokus liegt dabei weniger auf dem kulturellen als auf dem wirtschaftlichen Aspekt: das Kompetenzzentrum möchte Unternehmen der Kreativwirtschaft an den Standort Frankfurt binden, indem es Möglichkeiten der Qualifizierungen, der Entfaltung und Weiterentwicklung schafft und dabei intermediär Kreativwirtschaft mit öffentlichen Institutionen verknüpft. Außer der Stadt Frankfurt selbst sind die *IHK Frankfurt* sowie zahlreiche Institutionen wie *jumpp – Ihr Sprung in die Selbstständigkeit* und Initiativen wie *RheinMainRocks* wichtige Akteure bei der Unterstützung und Förderung der Gründer- und Start-up-Szene im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft.

Im Gegensatz zu Berlin ist in Frankfurt die Raumfrage eine der größten Herausforderungen für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Paradoxe Weise gibt es in Frankfurt auf der einen Seite hohe Mieten, auf der anderen Seite jedoch auch viele Leerstände. Das hohe Mietpreisniveau führt dazu, dass trotz Leerstand bezahlbare Ateliers, Werkstätten sowie Büros und Verkaufsräume fehlen. Viele engagierte Initiativen benötigen zentral gelegene und vor allem bezahlbare Locations oder Zwischennutzungsmöglichkeiten für ihre unterschiedlichen Veranstaltungsformate. Wichtig hierbei ist eine interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Stadtentwicklung und Kreativwirtschaft.

Dieser Herausforderung nahmen sich Stadtplanungsamt, Kulturamt und Wirtschaftsförderung gemeinsam an. So entstand in Frankfurt das Projekt R A D A R – Kreativräume für Frankfurt, das seit 2011 einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung von Quartier und Stadt leistet.

Bereits seit 2005 setzt sich die Produktions- und Ausstellungsplattform basis im Bahnhofsviertel für den Raumbedarf junger Kreditschaffender ein. Mittlerweile bietet basis an insgesamt drei Standorten geförderte Ateliers, Werkstätten und Projekträume für Kreditschaffende an. Die Organisation leistet damit auch einen Beitrag zur Quartiersentwicklung. Die Präsenz kreativer Dynamiken ist wichtig für eine moderne Großstadt und deren Atmosphäre. Das Frankfurter Bahnhofsviertel ist mittlerweile, nicht zuletzt durch die große Zahl an Kreativen, international als hippestes, urbanes Szenequartier bekannt.

STANDORTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die Kultur- und Kreativwirtschaft bevorzugt Standorte in der Innenstadt. In Frankfurt sind auch Viertel wie Altsachsenhausen, Gallus, das Bahnhofsviertel und Ostend für Kreative besonders attraktiv. Im Ostend entstand z. B. das [MAINRAUM] – Gründerhaus Kreativwirtschaft, das seit 2009 ein wichtiger Knotenpunkt der Frankfurter Kreativszene ist. Das Gründerhaus bietet jungen Kreativunternehmen vorwiegend aus den Bereichen Design, Digitale Anwendungen sowie Games günstige Kleinstbüroflächen. Betreiber ist die Wirtschaftsförderung Frankfurt, die Finanzierung erfolgte mit Mitteln der Stadt Frankfurt und des EFRE-Fonds.

In unmittelbarer Nähe verläuft die Hauptschlagader des Ostends, die Hanauer Landstraße mit einer Vielzahl von Filmproduktionen und Agenturen mit unterschiedlichen Profilen sowie Tonstudios. Diese Lage begünstigt neue geschäftliche

R A D A R – KREATIVRÄUME FÜR FRANKFURT

Das hohe Mietpreisniveau bei Gewerbemieten und andererseits die Leerstandsituation in den Quartieren hat die Stadt Frankfurt veranlasst, ein viel beachtetes, interdisziplinäres Projekt der Leerstandvermittlung ins Leben zu rufen.

Beauftragt vom Stadtplanungsamt und in Zusammenarbeit mit dem Kulturamt und der Wirtschaftsförderung Frankfurt, vermittelt R A D A R – Kreativräume für Frankfurt seit 2011 zwischen Eigentümern leer stehender Räume und kreativen Berufsanfängern. R A D A R leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Förderung des Kreativstandortes und schafft gleichzeitig wichtige Impulse im Bereich der Stadt- und Quartiersentwicklung.

Der Arbeit von R A D A R liegt ein von der Stadt Frankfurt aufgelegtes Programm zugrunde, das den Umbau und die nachhaltige Nutzbarmachung leer stehender Räume für Kreative fördert. Seit Beginn der Maßnahme entstanden hierdurch ca. 110 neue kreative Produktionsorte unterschiedlichster Zuschnitts. Die Vermittlung der leer stehenden Räume erfolgt zentral über die Vermittlungsplattform www.radar-frankfurt.de. R A D A R berät Kreative wie Eigentümer, entwickelt mit ihnen gemeinsam sinnvolle Nutzungskonzepte, begleitet Antragstellung und Umbaumaßnahmen und unterstützt bei der Abrechnung der Fördergelder.

Parallel organisiert R A D A R unterschiedliche Zwischennutzungsformate, die der kreativen Szene neue Plattformen bieten, das kreative Klima in den Quartieren, und damit die Anbahnung langfristiger Nutzungen, unterstützen und die Sichtbarkeit und Akzeptanz kreativer Dynamiken steigern. So organisiert R A D A R unter anderem zweimal jährlich gemeinsam mit dem ansässigen Quartierbüro den inzwischen überregional bekannten Höchster Designparcours in leer stehenden Ladengeschäften.

RADAR Frankfurt
Gutleutstrasse 8-12
60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 / 78088067
E-Mail: info@radar-frankfurt.de
www.radar-frankfurt.de



Kontakte. So sind die *Games Academy* und das *Abbie Road Institute*, Film- und Post-Produktionen wie *Pixomondo*, *ACHT Frankfurt*, *FIFTYEIGHT 3D*, *Laterna Magica*, *Scopas Medien* und *U5 Filmproduktion* hier zu finden. Große internationale Werbeagenturen wie *Leo Burnett*, *Innocean*, *Publicis* und *Razorfish* oder auch kleinere inhabergeführte Agenturen wie *DAMM & BIERBAUM*, *Madkom*, *gkk DialogGroup* sind hier ansässig. Der größte Internetknoten Deutschlands befindet sich an der Hanauer Landstraße und bietet ideale Voraussetzungen für Digital-Agenturen. Auch herausragende Designstudios wie *MORGEN*, *Nordisk Büro* und *Bergstöm Studios* und Tonstudios wie *A.R.T. Studios*, *blue ship studios*, *Studio Funk* und *Playroom Studios* haben sich hier niedergelassen. Mittlerweile sorgen auch viele trendige Restaurants, Cafés, Clubs, Künstlerhäuser und Galerien wie *Kunstverein Familie Montez* in der Honsellbrücke für eine urbane Atmosphäre.

Seit 2014 ist auch *ATELIERFRANKFURT*, ein Atelier- und Ausstellungshaus mit 11.000 Quadratmetern Fläche, im Ostend vertreten. Von 2004 bis 2013 war der Verein Zwischenmieter eines Teils des früheren Polizeipräsidiums in der Nähe des Hauptbahnhofs. Das Haus war für die junge Frankfurter Kunstszene einer der ersten Orte für Produktion, Präsentation und Vernetzung. Mittlerweile fest etablierte Kulturveranstaltungen wie das *LICHTER Filmfest* oder die *freitagsküche* nahmen hier ihren Anfang. *ATELIERFRANKFURT* ist heute nicht nur das größte Atelier- und Ausstellungshaus Hessens, sondern auch eines der größten Kunstquartiere Deutschlands.

Als angesagtes Mode-Szenenviertel hat sich das Quartier um die Brückenstraße im Stadtteil Sachsenhausen mit dem *Markt im Hof* in der Wallstraße entwickelt. Viele kleine Designerläden mit jungen Labels haben sich dort etabliert. Die jungen Kreativen bieten selbst angefertigte Mode, Accessoires und Schmuck sowie Design-Objekte in trendigen Läden zum Verkauf an.

Daneben gibt es weiterhin alteingesessene Traditionsgeschäfte, aber auch neue kreative gastronomische Konzepte. In unmittelbarer Nachbarschaft, in einer ehemaligen Waschküche, befindet sich die *Ausstellungshalle Schulstraße 1A* mit wechselnden Vernissagen lokaler Künstler. Hier nahm das mittlerweile seit 10 Jahren bestehende und derzeit wichtigste Mode- und Designereignis im Rhein-Main-Gebiet seinen Anfang: *Stilblüten – Festival für Mode und Design*. Junge deutsche und internationale Designer präsentieren ihre Arbeiten aus dem Mode-, Produkt- und Interieur Design. Über die Jahre stetig gewachsen, findet es derzeit in einer großen Fahrzeughalle

eines Autohauses im Frankfurter Ostend statt. Als ausgewählte Stadtblüten präsentiert das Festival verschiedene Frankfurter Designer, die zu Werkstattführungen, Workshops und Atelierbesuchen einladen und so einen Blick in ihre Arbeitsweise ermöglichen.

Auch mit dem *Frankfurt Style Award*, der seit dem Jahr 2007 im Frankfurter Flughafen stattfindet, werden in Frankfurt junge Modedesignertalente unterstützt.

ZUKÜNFTIGE PROJEKTE UND AUFGABEN

Die weitere Vernetzung und Kooperation der Unternehmen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft – sowohl inhaltlich als auch standortbezogen – wird auch künftig für Frankfurt von Bedeutung sein. Die Chancen, die in spartenübergreifenden Kooperationen liegen, sollen noch stärker genutzt werden.

Ein wichtiges Anliegen der Kultur- und Kreativwirtschaft ist auch die Gleichbehandlung der unterschiedlichen Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft im Hinblick auf öffentliche Unterstützung, z. B. durch Förderprogramme des Landes oder durch die zur Bereitstellung von Landesimmobilien für kreative Nutzungen. Durch das städtische Engagement der letzten Jahre zur Unterstützung und Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich die Stadt Frankfurt als kreativer Standort und Hessens Kulturstadt Nr. 1 mit internationalem Ruf entwickelt, den es zu halten und auszubauen gilt.

www.frankfurt.de
www.kultur-frankfurt.de
www.frankfurt-business.net/kreativwirtschaft
www.kreativwirtschaft-hessen.de/frankfurt
www.socialimpact.eu
www.atelierfrankfurt.de
www.lichter-filmfest.de
www.node.vvvv.org
www.rheinmainrocks.de
www.stilblueten-frankfurt.com
www.frankfurtstyleaward.com
www.andersgruender.eu
www.chancennutzer.eu
www.basis-frankfurt.de
www.radar-frankfurt.de
www.cluk.de
www.cluk-sonar.de
www.stammtischderfilmemacher.de

Wir danken unseren Interviewpartnern *Manuela Schiffner*, *Wirtschaftsförderung Frankfurt*, *Antje Runge*, *Kulturamt Frankfurt*, *Jakob Sturm*, *basis e.V.* und *Wolfgang Weyand*, *CluK e.V.*

CLUSTER DER KREATIVWIRTSCHAFT IN HESSEN (CLUK)

CluK wurde als Cluster der hessischen Kreativwirtschaft 2011 von sieben Berufsverbänden verschiedener Kreativbereiche in Frankfurt gegründet. Mittlerweile gehören der Organisation zehn Verbände an. CluK vertritt als Sprachrohr der Kreativen die wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Interessen seiner Mitglieder gegenüber Dritten (Politik, Verwertern von Kreativleistungen etc.). Weitere übergeordnete Ziele von CluK sind:

- Created in Hessen: Ausbau des Kreativstandorts Rhein-Main.
- Talente fordern und fördern: Stärkung der Aus- und Weiterbildung in Kreativberufen.
- Leuchtturm-Projekte initiieren: Veranstaltung von Messen, Konferenzen und Symposien.
- Helpdesk für Kreative: Beratung bei Existenzgründungen und Vermitteln von Kontakten.
- Tue Gutes und rede darüber: Aufklärung der Öffentlichkeit und Förderung des Verständnisses für die Belange der Kreativwirtschaft.

Eines der zentralen Projekte, das CluK in der nächsten Zeit verfolgen will, ist die Einrichtung eines sogenannten *House of Creativity* in Frankfurt bzw. Rhein Main. Dabei soll es sich um ein anspruchsvolles Gebäude mit Veranstaltungsräumen, Gastronomie, Coworking Space und klassischen Büroräumen etc. handeln, das sich über Mieten refinanziert. Auch das *House of Creativity* soll ein Signal zum Image und Verständnis der Kultur- und Kreativwirtschaft aussenden. Ein weiteres Projekt ist die Unterstützung des relativ jungen Bereichs *Mode / Modedesign*, der sich in Frankfurt und Rhein Main in den letzten Jahren innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft profiliert und entwickelt hat.

Auf Basis einer semantischen Webplattform bietet zudem CluK.Sonar einen gemeinsamen Marktplatz für Kommunikation, Informationen und Interaktion für Kreativschaffende.

Cluster der Kreativwirtschaft in Hessen (CluK) e.V.
c/o [MAINRAUM] Gründerhaus Kreativwirtschaft
Ostbahnhofstraße 15
60314 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 / 590452
E-Mail: info@cluk.de
www.cluk.de

CLUK.
Cluster der Kreativwirtschaft in Hessen e.V.

PRODUKTIONS- UND AUSSTELLUNGSPLATTFORM BASIS

Die Produktions- und Ausstellungsplattform basis nutzt vormals leer stehende Immobilien in zentraler Lage in Frankfurt zur Förderung der Produktion und Rezeption kreativer Inhalte. Der gemeinnützige Verein bietet ein Förderprogramm für junge Künstler/innen und Kreative aus angewandten Disziplinen an und stellt kostengünstige Arbeitsräume zur Verfügung. Außerdem unterstützt basis die erste Professionalisierungsphase der jungen Kreativen durch Workshops, Beratungsangebote und Kuratorenprogramme. Darüber hinaus entwickelt basis ein fortlaufendes Veranstaltungs- und Ausstellungsprogramm, das herausragende internationale Positionen der jungen Gegenwartskunst in thematischen Gruppenausstellungen und Einzelpräsentationen thematisiert und Frankfurt damit an den internationalen Diskurs junger künstlerischer und kreativer Produktion anbindet.

Der Verein stellt insgesamt 125 Arbeitsräume an den zentralen Standorten in der Gutleutstraße und der Elbestraße im Frankfurter Bahnhofsviertel sowie in der Linnéstraße in Frankfurt Bornheim zur Verfügung. Gefördert werden fortlaufend ca. 150 Kreative.

Produktions- und Ausstellungsplattform basis e.V.
Gutleutstrasse 8-12
60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 / 40037617
E-Mail: info@basis-frankfurt.de
www.basis-frankfurt.de

basis
produktions- und
ausstellungsplattform

PHSC'S STAMMTISCH DER FILMEMACHER

Philomena Höltkemeier Story Consulting gründete 2013 in Darmstadt den Stammtisch der Filmemacher (SDF), ein Networking-Event zum Zweck der Förderung von Kommunikation, Wirtschaft und Kultur in der Kreativbranche. In kürzester Zeit wuchs der SDF zu Deutschlands größtem monatlich stattfindenden Treffen aller aktiven Filmschaffenden vom Produzenten bis zum Maskenbildner. Teilnehmer schätzen vor allem die persönliche, herzliche Vernetzung auf Augenhöhe. Der SDF dient Produktionsfirmen, Studenten, Vereinen und Institutionen als motivierende Kommunikationsplattform und effektive Alternative zu virtuellen Angeboten. Seit 2015 tagt die Veranstaltung, weiterhin von PHSC organisiert, im Deutschen Filmmuseum in Frankfurt am Main. Auf Anfrage bietet das SDF-Team über das Event hinaus exklusive, auch internationale Vernetzung und Brancheneinstiegsberatung sowie Coachings und Vorträge zum erfolgreichen Netzwerken an.

Stammtisch der Filmemacher
Eine Initiative von Philomena Höltkemeier Story Consulting
E-Mail: hallo@stammtischderfilmemacher.de
www.stammtischderfilmemacher.de
facebook.com/StammtischDerFilmemacher



SOCIAL IMPACT LAB FRANKFURT (SILF)

Im Februar 2014 entstand mit dem Social Impact Lab Frankfurt ein neuartiges Gründerzentrum. Dort arbeiten junge Menschen mit Migrationshintergrund und Social Entrepreneurs unter einem Dach an Geschäftsideen und ihrer beruflichen Entwicklung. Die Projektpartner Social Impact, KfW Stiftung und JPMorgan Chase Foundation haben für beide Gruppen jeweils ein eigenes Programm entwickelt:

Das Projekt AndersGründer begleitet Start-ups bei der Gründung ihres Sozialunternehmens; es werden Menschen ermutigt und befähigt, ihre Idee zur Lösung eines sozialen Problems in ein nachhaltig wirksames Unternehmen zu überführen. Dabei erhalten sie ganzheitliche Unterstützung (Coaching, Qualifizierung) von einem professionellen Team und weiteren Netzwerkpartnern.

Das Projekt ChancenNutzer bietet jungen Menschen mit Migrationshintergrund Raum, Qualifizierung, Kontakte und Coaching auf dem Weg in die Selbstständigkeit und zur Entwicklung anderer beruflicher Perspektiven. ChancenNutzer ist bundesweit das erste qualitativ hochwertige, integrierte Angebot, das junge arbeitslose Menschen mit Migrationshintergrund sowohl umfassend auf dem Weg in die eigene Selbstständigkeit begleitet als ihnen auch individuelle berufliche Orientierung bietet. Die Unterstützung reicht von der Ideengenerierung, der konkreten Ausarbeitung der Berufswahl bzw. der Gründungsstrategie über Qualifizierung und Coaching bis hin zur Unterstützung während der Start- und Wachstumsphase einer selbstständigen Tätigkeit.

Social Impact Lab Frankfurt
Falkstraße 5
60487 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 795393660
E-Mail: frankfurt@socialimpactlab.eu
www.frankfurt.socialimpactlab.eu



GIESSEN



Talentschmiede für Rock, Pop, Jazz und Kunst

FACTS AND FIGURES

83.280 Einwohner⁶⁰

In Giessen spielen neben der Medizinwirtschaft auch die Metall- und Elektrotechnik sowie unternehmensbezogene Dienstleistungen in Forschung und Entwicklung eine herausgehobene Rolle.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Musik, Theater, Literatur
und Bildende Kunst

Giessen ist die Stadt mit der höchsten Studierendendichte in Deutschland und zeichnet sich durch ein vielseitiges Kulturleben an Bühnen, Theatern, in den Kulturzentren, den Museen und der Kunsthalle aus. Die verstärkte öffentliche Wahrnehmung der Kultur- und Kreativwirtschaft führte seit dem Jahr 2007 zu einem intensiven Dialog zwischen Kulturschaffenden, Bürgern, Politik und Verwaltung über die Kulturlandschaft Giessens. 2012 konnte das Kulturelle Leitbild für Giessen beschlossen werden, auf dessen Grundlage der Dialog verstetigt wurde.

SCHWERPUNKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Giessen wird überwiegend von den vielen Künstlern und kreativen Kleinunternehmen der Teilmärkte Musik, Theater, Literatur und Bildende Kunst geprägt. Hier sind es meist jene Kreativen, die am Beginn der Wertschöpfungskette stehen, und nicht die großen Verwerter. Giessen arbeitet quasi an der Basis der Kultur- und Kreativwirtschaft. Gemeinsam ist der Giessener Kultur- und

60: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

Kreativwirtschaft die nach wie vor schwierige Bereitstellung von bezahlbarem Proben- und Arbeitsraum.

Gießen wird mittlerweile als Musikstadt wahrgenommen. Bekannte Künstler, die ihre Ausbildung in Gießen absolvierten, sind u. a. die Bands Juli und Fräulein Wunder. Die Rahmenbedingungen für Musikinteressierte in Gießen sind ausgesprochen gut. Musikerziehung und Musikwirtschaft ist eines der bedeutendsten Cluster der Gießener Kultur- und Kreativwirtschaft. Mehrere Musikschulen sowie die renommierte Rock Pop Jazz Akademie Mittelhessen (RPJAM), eine gemeinnützige GmbH, bieten Unterricht vor allem in den Musiksparten Pop und Jazz an. Die RPJAM zieht Schülerinnen und Schüler aus ganz Deutschland und aus Österreich an und unterhält mehrere internationale Kooperationen. Zum Cluster der Musikwirtschaft zählen auch spezialisierte Rechts- und Wirtschaftsberater und Probenraumanbieter wie die Kulturinitiative Gießen (KIG). In zwei ehemaligen Bundeswehr-Gebäuden in der Steubenkaserne proben bis zu 150 Gruppen. Nach wie vor fehlen in der Musikszene aber Probenräume und Aufführungsmöglichkeiten, insbesondere für Nachwuchskünstler, sowie Orte der Kooperation und Kommunikation. Die Stadt hat kürzlich die Veranstaltungsreihe *Musikalischer Sommer* explizit für den Nachwuchs geöffnet, weil auftretende Bands jeweils mit einer Nachwuchsband auftreten müssen. Mittelfristiges Ziel der Stadt und der Musikszene ist es, in der Rock Pop Jazz Akademie ein Rock-Pop-Büro in Gießen zu etablieren und weiterzuentwickeln. Vorbild ist hier die Stadt Mannheim, die seit Jahren überaus erfolgreich ihre Musikszene ausbaut und fördert.

Weiterer Schwerpunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Gießen ist die Theaterwissenschaft, vor allem im Bereich der Ausbildung am Institut für Angewandte Theaterwissenschaften der Justus-Liebig-Universität. Ebenso ist es eine Besonderheit, dass Gießen, bzw. eine Stadt dieser Größenordnung eine der wenigen theatertragenden hessischen Städte ist. Das Dreispartentheater prägt Gießen als Kulturstadt und sensibilisiert das Publikum für jede Spielart des Theaters. Nicht ohne Grund wird hier von der Hein-Heckroth-Gesellschaft der einzige europaweite Bühnenbildpreis vergeben. Es gibt einige Projekte, die über Gießen hinaus für Aufmerksamkeit sorgen. So veranstalten z. B. die Studierenden des Studiengangs Angewandte Theaterwissenschaft seit 26 Jahren jährlich den Diskurs – ein Festival für zeitgenössische Theaterformen und Performance, welches in der internationalen Festivalzene bekannt und eine feste Größe ist.

Ein dritter Schwerpunkt ist die Literatur. Das Literarische Zentrum Gießen ist ein im November 2009 gegründeter Verein zur Pflege und Förderung der literarischen Tradition und Kultur in Gießen und der Region. Die ausgeprägte literarische Tradition und das breit gefächerte Angebot zur Gegenwartsliteratur werden in zahlreichen Institutionen wie Schulen, Kirchen, Buchhandel, Universität, Stadttheater, Bibliotheken und Kulturzentren vermittelt. Ziel des Literarischen Zentrums ist es, mit Lesungen, Ausstellungen, Festivals, Schauspielen, Führungen und Vorträgen das literarische Leben der Stadt zu fördern, vielfältige Veranstaltungsformate zu vernetzen und jungen Literaturwissenschaftlern den Schritt in die berufliche Laufbahn mittels der Kontakte ins Verlagswesen zu unterstützen. Auch hier ist, wie in den Bereichen Musik und Theater, das Ineinandergreifen und Zusammenwachsen von Stadt und Universität ein wichtiges Ziel.

Aber auch die Bildende Kunst hat gerade in den letzten Jahren vermehrte Aufmerksamkeit erfahren. Positiv ausgewirkt haben sich vor allem der Neubau der Kunsthalle Gießen 2009 und die Schaffung einer Kuratorenstelle. Das Kulturamt fördert die Bildenden Künstler durch Druckkostenzuschüsse für Kataloge, stellt Künstler in eigens aufgelegten Broschüren vor (Gießener Kunstformate) und arbeitet an einer Bestandsaufnahme der Kunst im öffentlichen Raum der Stadt, die der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden soll. Auch mehrere Veranstaltungsformate wie der *Gießener Ring 2011* oder der Kunstwettbewerb im Rahmen der Landesgartenschau 2014 tragen zur Weiterentwicklung der Bildenden Kunst in Gießen bei. Aufgrund dieser Aktivitäten wenden sich zunehmend auch Bildende Künstler aus dem Umland an die Stadt. Auch den Bildenden Künstlern fehlt es jedoch an bezahlbarem Arbeitsraum in Gießen.

Am Standort des Projekts *kümmerei* (siehe nächste Seite) ist derzeit auch der Verein *Trafo* beheimatet. Er existiert seit 2008 und ist ein Zusammenschluss von Gießener Künstlern und Kulturschaffenden, vornehmlich im Bereich der Bildenden Kunst. Die Gießener Kultur- und Kreativpiloten *3steps* setzen mit ihren Kunstwerken aus dem Bereich Mural- und Street-Art Akzente im Stadtbild Gießens. Das *Oberhessische Museum* mit seinen drei Häusern und einer großen Bandbreite an verschiedensten Sammlungen steht ebenfalls im Fokus der Kulturplanung, da hier eine Neukonzeption für die nächsten Jahre geplant ist.

AKTEURE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Durch die Kooperation der städtischen Ämter für Kultur, Stadtplanung und Wirtschaftsförderung wurde das Projekt *kümmerei* ermöglicht. Damit sind in Gießen seit 2006 stabile Strukturen zur Förderung und Unterstützung der Kulturwirtschaft entstanden. Zunehmend sind auch die Technische Hochschule Mittelhessen (THM), die Justus-Liebig-Universität, das Gründerzentrum TGZ und das Stadtmarketing in diese Kooperation eingebunden. So stellt die THM u. a. Räumlichkeiten zur Verfügung und hat mit ihrem Studiengang Eventmanagement / Technik interessante Berührungspunkte mit der Kultur- und Kreativwirtschaft. An den beiden genannten Hochschulen sind insbesondere jene Fachbereiche, die sich mit Architektur, Eventmanagement, Musik-, Literatur-, Theater- und Kunstwissenschaften beschäftigen, involviert.

Ein Hotspot der Kultur- und Kreativwirtschaft in Gießen ist das Kultur-Produktionshaus *neun10räume*, das seit 2012 in der Moltkestraße in Gießen zu finden ist. Hier hat auch die *kümmerei* ihre derzeitige Adresse und ist Ansprechpartner für das Produktionshaus. *neun10räume* ist ein Coworking-Kooperationsprojekt, das von der öffentlichen Hand, d. h. von der Technischen Hochschule Mittelhessen und der Stadt Gießen, unterstützt wird. Hier finden Kulturschaffende und Akteure der Kreativwirtschaft Räumlichkeiten und ein kreatives Umfeld. Hauptmieter ist *Trafo Gießen* – „atelierinnengemeinschaft und künstlerinnenkollektiv“. Darüber hinaus finden im Kultur-Produktionshaus Veranstaltungen, Informationsabende und Ausstellungen etc. statt. Das studentische Projekt *Kü-Ché* wird von Studierenden des Fachbereichs Ökotrophologie der Justus-Liebig Universität Gießen betrieben.

ZUKÜNFTIGE PROJEKTE UND AUFGABEN

Wichtigstes Anliegen ist der Ausbau des Clusters Musikwirtschaft, u. a. durch Schaffung eines Zentrums Rock-Pop-Jazz-Musik in Hessen. Darüber hinaus gibt es aktuelle und künftige Querschnittsaufgaben innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft wie:

- den Erhalt der Institutionen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Gießen und ihre Komplettierung um weitere Zentren und Arbeitsräume, z. B. Musikprobenräume, Experimentierbühnen, Atelierhäuser etc.,
- die Vernetzung der Akteure und Institutionen, vor allem von Kultur und Kulturpolitik. Dazu soll auch das Kulturforum beitragen, das zweimal im Jahr stattfinden und jeweils aktuelle Themen aufgreifen wird,

- die Vernetzung der Kommunen im Handlungsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft, wie jetzt neu firmiert über den Arbeitskreis der Kulturamtsleiter im Hessischen Städtetag,
- die Verstetigung und Verstärkung der Wahrnehmung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Gießener Stadtgesellschaft und der Gießener Wirtschaft. Ein Projekt hat die Öffentlichkeit bereits besonders zum Mitmachen bewegt: das *Gießkannenmuseum*, das sich in Anlehnung an den Namen der Stadt und vor dem Hintergrund der im Jahr 2014 ausgetragenen 5. Hessischen Landesgartenschau diesem Alltagsgegenstand widmet.

Weitere Bemühungen gelten der Vernetzung von Wirtschaft und Kreativen. Die Gewinnung von Sponsoren und Partnern für die Zusammenarbeit mit der Kultur- und Kreativwirtschaft muss in Zukunft noch intensiviert werden. Einzelpersonen, die aus dem aktiven Berufsleben ausgeschieden sind, sich aber weiterhin einbringen möchten, können als Unterstützer („Creative Angels“) wirken.

Die Wirtschaftsförderung versammelt in einer Broschüre kreativwirtschaftliche Produkte aus Gießen, um sie einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren. Auch wird Gießen mit einigen Kreativwirtschaftlern bei der Kreativmesse *Come 2016* in Coburg als Partnerstadt dabei sein. Die Weiterentwicklung der Kooperation zwischen Stadt und Hochschulen im Sinne der Veranstaltung *Die Stadt als Campus* ist wie folgt geplant: Neue Probenräume des Fachbereichs Theaterwissenschaften soll es mitten in der Stadt und nicht mehr am Rand geben. Darüber hinaus soll der Bereich Bildende Kunst weiter gestärkt werden, u. a. durch Projekte im Rahmen von Kunst im öffentlichen Raum und Kooperationen zwischen der neuen Kunsthalle und dem Neuen Kunstverein Gießen.

www.giessen.de/Wirtschaft_in_Gießen/Kulturwirtschaft
www.kreativwirtschaft-hessen.de/giessen
www.kuemmeri.de
www.rpjam.de
www.rockpopbuerohessen.de

Wir danken unseren Interviewpartnern Petra Stuhlmann, Wirtschaftsförderung Gießen, Simone Maiwald, Kulturamt Gießen, Manuela Weichenrieder und Jörg Wagner, *kümmerei* Gießen.

DIE KÜMMEREI

Eine wichtige Anlaufstelle für Rat- und Raumsuchende ist neben der Wirtschaftsförderung und dem Kulturamt die KÜMMEREI. Bei der KÜMMEREI handelt es sich um ein künstlerisches Projekt zur Stärkung der lokalen Kulturwirtschaft aller Sparten. Ihre Hauptaufgaben sind Vernetzung, Beratung und Leerstandsmanagement. Sie handelt als kostenfreie Zwischennutzungsagentur, indem sie die Angebote des Immobilienmarkts mit der Nachfrage der Kulturwirtschaft vernetzt und Kontakte herstellt. Sie leitet Anfragen an die passenden Stellen, Institutionen und Orte weiter. Auf Initiative der Wirtschaftsförderung und der KÜMMEREI wurde auf der Internetplattform Leerstandsmelder.de – analog wie für die Städte Hamburg, Bremen, Berlin, Frankfurt, Wien etc. – eine virtuelle Dependance für Gießen eröffnet. Auch die KÜMMEREI selbst wechselt von Zeit zu Zeit ihren Standort, um durch ihre eigene temporäre Raumnutzung neue kulturelle Orte in Gießen entstehen zu lassen oder diese zu beleben. So fördert sie mit ihrer dezidiert künstlerischen Herangehensweise die Eigendynamik vor Ort.

Ein weiteres Engagement gilt der Erstellung einer umfassenden Datenbank der Kulturwirtschaft im Raum Gießen. Auch hier handelt die KÜMMEREI nicht rein evaluativ, sondern künstlerisch-explorativ. In diesem Zusammenhang inszeniert die KÜMMEREI sogenannte Hausbesuche bei Kreativschaffenden in Gießen. Die Teilnehmer der Hausbesuche erhalten einen Einblick in Arbeitsweise und Arbeitsbedingungen der „Gastgeber“ und haben Gelegenheit zum Dialog. In den vergangenen Jahren fanden Hausbesuche bei Architekten, Musikern, Bildenden Künstlern oder Theaterschaffenden statt, aber auch ein Rundgang zu Gießens „Kulturbrachen“ wurde in Begleitung des Stadtarchivars organisiert.

Kümmerei Gießen
Moltkestraße 11
35390 Gießen
Telefon: +49 (0)171 / 8190246 – Jörg Wagner
Telefon: +49 (0)163 / 4769674 – Manuela Weichenrieder
E-Mail: kultur@kuemmerei.org
www.kuemmerei.org



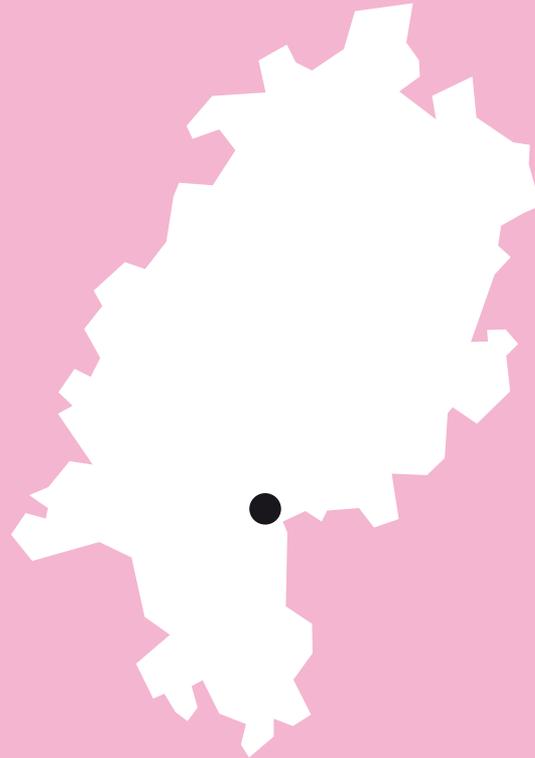
ROCK POP JAZZ AKADEMIE MITTELHESSEN

Die Rock Pop Jazz Akademie Mittelhessen, kurz RPJAM, ist eine staatlich anerkannte berufsqualifizierende Bildungseinrichtung in Hessen. In einem 3-jährigen Vollzeitstudium bildet sie zum staatlich anerkannten Instrumentalmusiker und -pädagogen aus. Sie unterhält internationale Kooperationen und ist die einzige deutsche Bildungseinrichtung, die BAföG-berechtigt eine Ausbildung am Los Angeles College of Music ermöglicht. International renommierte Dozenten sind ihr Aushängeschild und der Grund, dass Studenten aus dem gesamten Bundesgebiet und dem benachbarten Ausland den Weg nach Gießen finden. Im Juli 2015 begann die Kooperation mit dem Institut Mozart Chahine in Beirut, Libanon. Dozenten der Rock Pop Jazz Akademie gaben dort eine Woche lang Workshops, und ab Frühjahr 2016 wird die RPJAM im Austausch libanesischer Studenten in Gießen begrüßen.

Rock Pop Jazz Akademie
RPJAM – Rock Pop Jazz Akademie Mittelhessen
Grünberger Str. 140
35394 Gießen
Telefon: +49 (0)641 / 13270485
E-Mail: office@rpjam.de
www.rpjam.de



HANAU



Die Stadt besticht durch interessante Auftraggeber aus der Industrie für kreative Dienstleistungen

FACTS AND FIGURES

90.934 Einwohner^{6:}

Hanau ist ein High-Tech-Standort mit industriellem Schwerpunkt und besitzt mit der Materialtechnik ein besonderes Kompetenzfeld. Zudem sind hier viele Dienstleister aus den Bereichen Handel, Verkehrswirtschaft, IT und dem Gastgewerbe ansässig.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Werbung/Design, Film, Musik, Theater, Literatur

Kultur und Kunst haben in der Brüder-Grimm-Stadt Tradition und sind bis heute auch Ausdruck urbanen Lebens.

Für die erwerbswirtschaftlich orientierte Kreativwirtschaft sind am Standort Hanau vor allem klassische Industriebetriebe aus dem Bereich der Materialtechnik als potenzielle Auftraggeber von Bedeutung, da sie kreative Dienstleistungen nachfragen und zunehmend kreative Prozesse in ihren Unternehmen implementieren. Leistungen aus den Bereichen Design, Software, IT, Medien und Kommunikation sind hier gefragt.

SCHWERPUNKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die 1772 gegründete Staatliche Zeichenakademie Hanau – eine Ausbildungsstätte für das Goldschmiedehandwerk – und die Brüder-Grimm-Berufsakademie Hanau, die 2012 ihren Studienbetrieb aufgenommen hat, spielen eine wichtige Rolle für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Hanau. Im Verbund bilden sie nicht nur Goldschmiede aus, sondern haben in die Ausbildung auch in zwei Studiengänge integriert: Produktgestaltung

6: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

und Designmanagement. Die Absolventen finden häufig Beschäftigung in der ortsansässigen klassischen Industrie. Ein dritter Studiengang Innovationsmanagement ist geplant. Die Kommune strebt mit dieser Institution und Ausbildungsmöglichkeit eine Profilierung innerhalb der breit gefächerten Kultur- und Kreativwirtschaft an.

Darüber hinaus initiiert und unterstützt die Stadt gemeinsame Projekte von *Berufsakademie* und *Zeichenakademie* mit der ansässigen Wirtschaft. Beispiele sind der Wettbewerb zur Gestaltung des „Eierkartons der Zukunft“ oder ein Projekt zur Profilierung der Materialtechnik am Standort Hanau.

Die *Zeichenakademie* betreibt darüber hinaus eine Schauwerkstatt im Hessenpark in Neu-Anspach und hat ein eigenes Label (Akademie-Label ZA) zur Vermarktung der Werke ihrer Schüler ins Leben gerufen. Weiter unterstützt werden diese Bemühungen durch Auslandssemester und Praktika in den Partnerstädten Hanau, durch die *Schmuckmesse Hanau* und durch die Förderung von Messeteilnahmen. Im *Goldschmiedehaus*, einem der bedeutendsten internationalen Ausstellungszentren der Gold- und Silberschmiedekunst weltweit, erhalten Absolventen ebenso Ausstellungsmöglichkeiten wie im *Schmuck Forum Hanau* in der ehemaligen Maschinenfabrik Bautz am Main. Die Galerie und Werkstattgemeinschaft *Made in Hanau* gehört mittlerweile zu den bekanntesten Adressen für modernen Schmuck im Rhein-Main-Gebiet.

Im Agenturbereich (Werbung, Kommunikation), an der Schnittstelle Kunsthandwerk/Industriedesign sowie im Bereich Fotografie, Animation, Film und Bühnentechnik sind Schwerpunktbildungen erkennbar; in diesen Bereichen birgt Hanau auch einige *Hidden Champions*, etwa Ateliers und Netzwerke im ehemaligen Drahtwerk an der Frankfurter Landstraße.

Der Schwerpunkt der Unterstützung zur Entwicklung der Branche Kultur- und Kreativwirtschaft liegt in Hanau auf:

- der Förderung der Schnittstelle Berufsakademie und Industrie in Hanau,
- der Förderung der Netzwerkarbeit im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Wirtschaft,
- der Sichtbarmachung der bereits existierenden vielfältigen Kulturangebote und
- der Generierung von Mehrwert und Synergien durch Veranstaltungen und Events, insbesondere an der Schnittstelle Kultur und Tourismus.

Der aktuelle Kulturentwicklungsplan (KEP) stellt nach einer Jahrzehnte andauernden kulturellen Prägung Hanau durch die US-Streitkräfte und der sich anschließenden Phase der kulturellen Neuorientierung nun eine wichtige Grundlage dar. Er hat den Blick für die Kulturangebote und die Kulturwirtschaft geschärft und seit der ersten Auflage von 1983 erstmals wieder einen Überblick über alle Akteure gegeben und diese vorgestellt.

AKTEURE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Federführend mit der Kultur und der Kulturwirtschaft befasst ist der Fachbereich Kultur, Stadtidentität und Internationale Beziehungen. Er arbeitet dabei eng mit der *Hanau Marketing GmbH* und der Wirtschaftsförderung zusammen, die wiederum die erwerbswirtschaftlich orientierte Kreativwirtschaft im Blick hat.

Kooperationspartner und gleichzeitig Akteure in der Kulturwirtschaft sind der *Congress Park Hanau*, in dem u. a. die *Gründermesse* stattfindet, verschiedene Theater (*Comœdienhaus*, *Steins Tivoli*, *Amphitheater*), das *Kinopolis* – Akteur und Sponsor im Bereich Film, aber auch die *Scream factory* Frankfurt mit Ausbildungsangeboten in Hanau im Bereich Gesang, Sprache, Performance. Zu nennen ist im Bereich Kultur und Kulturwirtschaft der Verein *Barbizz*.

Das neue *Kulturforum Hanau* mit *Lesecafé* im Forum Hanau auf dem Freiheitsplatz – ein neu errichtetes Einkaufszentrum mit rund 90 Läden – ergänzen diesen Schwerpunkt mit Veranstaltungen und Projekten. Hier wurden im September 2015 mehrere Kulturinstitutionen rund um das Thema Buch auf 6.300 qm zusammengeführt, die bisher an unterschiedlichen Standorten beheimatet waren: Neben der *Stadtbibliothek*, dem *Stadtarchiv*, der landeskundlichen Abteilung Hanau-Hessen, dem *Medienzentrum* mit Hessens größtem Bildarchiv, dem *VHS-Bildungsportal* finden sich hier nun auch die *Wetterauische Gesellschaft für die gesamte Naturkunde von 1808* und der *Hanauer Geschichtsverein 1844*. Das Kulturforum ist somit ein neuer Hotspot und Impulsgeber in der Innenstadt in unmittelbarer Nähe des Busbahnhofs.

Darüber hinaus geplante Projekte sind die Neuausrichtung der Hanauer Museen und die Entwicklung eines Kulturkatasters. International geprägte Aktivitäten sind die *Internationalen Hanauer Filmtage* im *Kinopolis*, die *Internationalen Amateurtheatertage* im *Olof-Palme-Haus* und Gastspiele internationaler Stars im *Congress Park Hanau* wie im *Amphitheater*. Mit der türkischen

Partnerstadt Nilüfer in der hessischen Partnerregion Bursa ist ein gemeinsames Ausstellungsprojekt im Hessischen Puppen- und Spielzeugmuseum Hanau-Wilhelmsbad geplant.

Im Bereich der interkommunalen Zusammenarbeit existieren einige Verbindungen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft in Offenbach. Auch erste Projekte im Bereich Bildende Kunst wurden realisiert, z. B. das Projekt *Stuhlgang*: 30 Künstler aus Hanau, aus Offenbach und darüber hinaus haben Stühle designt, die auf einer Kunstmeile in Hanau ausgestellt wurden. Darüber hinaus bestehen Beziehungen zu anderen Kommunen vor allem im Bereich Tourismus, z. B. im Verbund der hessischen Grimm-Städte, in den Arbeitskreisen Kultur bzw. Städtetourismus des Hessischen Städtetags, im Verbund der europäischen Napoleon-Städte, Deutsche Märchenstraße, Deutsche Fachwerkstraße, Deutsche Limesstraße, Hessische Apfelweinstraße etc. Alljährlich findet von Juni bis September ein dreimonatiges Musik-, Theater- und Festspielprogramm statt: der *Hanauer Kultursommer*, beginnend mit dem Lambofest, der Wilhelmsbader Sommernacht im Staatspark Wilhelmsbad und endend mit dem Bürgerfest am Mainufer von Schloss Philippsruhe.

Im Historischen Museum Hanau Schloss Philippsruhe wird in den nächsten Jahren eine *Brüder-Grimm-Erlebniswelt* im Nordflügel gestaltet. Die Brüder-Grimm-Festspiele finden von Mai bis Juli im Amphitheater statt (2015 rd. 77.000 Besucher/innen). Die Stadt verleiht alle drei Jahre den *Brüder-Grimm-Preis für Literatur*, den *Ludwig-Emil-Grimm-Preis für Bildende Kunst* und den *Paul-Hindemith-Preis*. Im Frühjahr 2016 wird ein zehnteiliger Märchenpfad mit hochwertigen Bronze- und Steinskulpturen zu Ehren der Brüder Grimm im Stadtzentrum eröffnet.

STANDORTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Ein geplanter Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft im Stadtgebiet ist das sogenannte *Hafentor* am Hafenplatz in Sichtweite der Zeichenakademie, hier wird das Konzept „Kunst & Wohnen“ gemeinsam von der *Baugesellschaft Hanau* und Stadt Hanau in Kooperation mit *Barbizz* verfolgt. Dabei handelt es sich um einen Gebäudekomplex aus den 1920er Jahren mit rund 300 Wohnungen. Im Parterre werden großzügige Ausstellungsmöglichkeiten geschaffen und die Wohnungen in den Obergeschossen (rund 1.300 qm) Kreativen und Kulturschaffenden als Wohn- und Arbeitsraum mit niedrigen Mieten zur Verfügung gestellt. Im Gegenzug sind die Interessenten selbst für die Herrichtung verantwortlich. Auf diese Weise profitieren sowohl die Baugesellschaft, für die sich die

umfassende Sanierung der Wohnungen nicht lohnt, als auch die Kulturschaffenden und Kreativen auf der Suche nach preisgünstigem Raum. Der Verein *Barbizz* hat bereits ein Büro im Hafentor bezogen. Gewünscht ist auch eine bewirtschaftete Dachterrasse. Mit den Maßnahmen soll das Hafentor wieder positiv in den Blickpunkt der Öffentlichkeit treten. Auch auf dem Hafenplatz selbst soll es Ausstellungsmöglichkeiten für Bildhauer geben. Ziel ist es, hier ein neues attraktives Quartier zu entwickeln, in dem Kultur- und Kreativwirtschaft ihren festen Platz hat.

Darüber hinaus existieren in Hanau als Hotspots der Kultur- und Kreativwirtschaft diverse gastronomische Locations mit Veranstaltungen (Jugend-, Bildungs- und Kulturzentrum am Sandeldamm, Brückenkopf, Jazz-Keller etc.). Aktuell ist ein Zuzug von Kreativen aus der Rhein-Main-Region festzustellen. Um die Raumsuche der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft zu unterstützen, existiert in Hanau ein Leerstandskataster der *Hanau Marketing GmbH*, darüber hinaus ist Hanau reich an Konversionsflächen, die Möglichkeiten bieten. Es gilt vor allem, die Schüler und Studenten der *Staatlichen Zeichenakademie* und der *Brüder-Grimm-Berufsakademie* – zu 90 Prozent Externe – an Hanau zu binden.

ZUKÜNFTIGE PROJEKTE UND AUFGABEN

Im Vordergrund der Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft steht in Hanau weiterhin:

- der Ausbau der Berufsakademie um den genannten Studiengang Innovationsmanagement,
- die Sichtbarmachung der Potenziale Hanaus und
- die Vernetzung innerhalb der Branche selbst.

Parallel dazu ist die Vernetzung mit der übrigen Wirtschaft zu entwickeln. Größte übergeordnete Herausforderung für die Stadt ist es jedoch, ein neues Selbstbewusstsein zu entwickeln. Dabei spielen die aktuellen Großprojekte des Stadumbaus mit Kunst im öffentlichen Raum sowie die Konversion der ehemaligen Kasernenareale in neue Stadtquartiere eine wichtige Rolle.

www.hanau.de
www.kreativwirtschaft-hessen.de/hanau
www.kulturnetz-hanau.de
www.barbizz.de
www.bg-ba.de

Wir danken unseren Interviewpartnern Erika Schulte, Wirtschaftsförderung Hanau, Martin Hoppe, Fachbereich Kultur, Mike Raven, Barbizz.

BRÜDER-GRIMM-BERUFSAKADEMIE HANAU

Das Angebot der Brüder-Grimm-Berufsakademie Hanau (BGBA) ergänzt das Bildungsspektrum der Region um duale Studiengänge, d. h. eine akademische Ausbildung mit hohem Praxisbezug. Das BGBA-Studienangebot ist 2012 mit zwei dualen Design-Studiengängen gestartet. Damit erneuert Hanau seine Tradition handwerklicher Formgebung. Im Rahmen von Ausbildungs- und Studienzeiten werden zwei Abschlüsse erworben: der berufliche Abschluss (Goldschmied oder Metallbildner) sowie der Studienabschluss (Bachelor in Produktgestaltung oder Designmanagement). Strategischer Ausbildungspartner der BGBA ist die Staatliche Zeichenakademie Hanau, unter deren Dach sich das Studienzentrum befindet. Sie unterstützt das duale Studienangebot mit einer sehr guten Raumsituation und Ausstattung, mit Ausbildungsplätzen und qualifizierten Lehrkräften der Gestaltung. Die Kombination eines gestalterisch-handwerklichen Ausbildungsberufs mit einem Designstudium ist in Deutschland einmalig und wurde Ende 2013 vom Wissenschaftsrat der Bundesrepublik Deutschland in seinem Positionspapier lobend erwähnt. Der Aufbau der ausbildungsintegrierten Studiengänge der BGBA wurde gefördert durch das Land Hessen und den Europäischen Sozialfonds (ESF).

Brüder-Grimm-Berufsakademie GmbH
Akademiestr. 52
63450 Hanau
Telefon: +49 (0)6181 / 6764640
E-Mail: studierendensekretariat@bg-ba.de
www.bg-ba.de

Brüder Grimm
Berufsakademie  **Hanau**

BARBIZZ

Barbizz agiert im Bereich der Stadtkulturentwicklung, ist Ansprechpartner, Informationsdrehscheibe und Multiplikator im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darüber hinaus organisiert Barbizz eigene Veranstaltungen und Projekte. Barbizz engagiert sich auch bei der Entwicklung des Hafentors zur Kulturimmobilie.

Die Aufgaben von Barbizz bestehen vor allem in der Netzwerkarbeit und der allgemeinen Förderung der Stadtkultur. Letzteres geschieht durch eigene Veranstaltungen wie das Coffeehouse – eine Talentbühne, die in Kooperation mit der Frankfurter Screamfactory etabliert wurde. Die Veranstaltungsreihe Barbizz on Tour etabliert Stadtführungen der etwas anderen Art in Hanau. Besucht werden u. a. das Kinopolis, das Comoedienhaus, das Umweltzentrum oder der Volkswagen Tradeport im Lamboy. Auch beim Bürgerfest präsentiert Barbizz im House of Art and Spirit Kunst und Performance sowohl zum Anschauen als auch zum Mitmachen. Weitere Projekte sind die Implementierung der Web-Plattform Kulturnetz Hanau, die ähnlich wie StartOF in Offenbach Auskunft gibt über Akteure und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie über die Zusammenführung aller Termine und Veranstaltungen im Bereich Theater, Festival und Musik.

Barbizz e.V. – Verein zur Förderung
der Stadtkulturentwicklung
Hafentor 2
63450 Hanau
Telefon: +49 (0)171 / 3642101
E-Mail: backoffice@barbizz.de
www.barbizz.de



KASSEL



*In Kassel gehen Kreativwirtschaft und Kultur Hand in Hand,
in produktiver wie in räumlicher Hinsicht.*

FACTS AND FIGURES

194.747 Einwohner⁶²

In Kassel liegen die Schwerpunkte der Wirtschaft auf den Bereichen Industrie, Dienstleistung und Gewerbe, insbesondere Verkehrstechnik/Mobilität, Logistik, Umwelt- und Energietechnik sowie Kommunikationsdienstleistungen.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Werbung/kreatives Handwerk,
Bildende Kunst, Architektur

Kassel ist das wirtschaftliche und kulturelle Oberzentrum Nordhessens. Die facettenreiche Kulturlandschaft ist ein besonderes Qualitätsmerkmal der Stadt und einer ihrer wichtigen Standortfaktoren: Kassel verfügt über eine sehr hohe Dichte an kulturellen Einrichtungen und Museen in Deutschland und ist als Veranstaltungsort der *documenta*, der bedeutendsten Weltausstellung zeitgenössischer Kunst, international bekannt.

Die lokalen Akteure, Einrichtungen und Netzwerke der Kultur- und Kreativwirtschaft, insbesondere der sogenannten Kleinen Kulturwirtschaft, sind sehr eng mit der Kulturlandschaft Kassels verbunden: Kleinunternehmen und Selbstständige aller Kultursparten tragen ganz maßgeblich zur Vielfalt und Professionalität der hiesigen Kulturszene bei. Das macht sich u. a. bemerkbar beim *Kasseler Atelierrundgang*, bei der *Kasseler Kunstmesse* und bei den zahlreichen professionellen Musikern in Kassel. Viele Kreativschaffende tragen als Auftragnehmer zur fachlichen Umsetzung der *documenta* bei.

62: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

AKTEURE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

In Kassel sind Kulturamt und Stadtplanungsamt sowie die *Wirtschaftsförderung Region Kassel* und das *RKW Hessen* feste Ansprechpartner für den Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft; seit 2015 hat der *Science Park an der Universität Kassel* seinen Betrieb aufgenommen und widmet sich insbesondere der Betreuung von ExistenzgründerInnen aus dem universitären Umfeld. In Kassel gibt es drei größere Standortnetzwerke der Kultur- und Kreativwirtschaft:

- *Nachrichtenmeisterei am Kulturbahnhof* – rund 30 Unternehmen und ca. 70 Kreativschaffende in umgenutzten Gebäuden der Deutschen Bahn AG auf über 3.000 qm. Im Jahr 2003 begann die schrittweise Anmietung leer stehender Gebäude am Hauptbahnhof Kassel. Ein gemeinsamer Veranstaltungsort, professionelle Werkstätten, Ton- und Fotostudios, Ateliers und Probenräume sowie ein Technik- und Wissenspool stehen zur Verfügung. Zu dem Netzwerk zählen freischaffende Künstler, Photographen, Filmemacher, Produktdesigner, Veranstaltungstechniker, Softwareentwickler, Event-Dienstleister, Grafikdesigner und Musiker.
- *Kulturbunker Kassel* – rund 25 freiberufliche Musiker mit Produktions- und Unterrichtsräumen in einem umgenutzten Hochbunker (siehe Kasten).
- *Netzwerk Hammerschmiede* – rund 40 Kreativschaffende und Unternehmen nutzen Teilflächen auf einem weitgehend brachliegenden Industrieareal (siehe Kasten).

Zudem gibt es zwei größere Quartiersnetzwerke:

- *Frischer Dampf/Rothenditold* – rund 20 Kreativschaffende, die sich innerhalb eines stadträumlichen Quartiers mit gemeinsamen Aktionen und Veranstaltungen vernetzt haben (siehe Kasten).
- *Die Galerien der Südstadt* – Galerien, kreativer Einzelhandel und künstlerische Initiativen, die sich insbesondere mit der Reaktivierung mehrerer Ladenleerstände innerhalb eines Quartiers sichtbar vernetzt haben und Aktionen und Veranstaltungen durchführen.

Zahlreiche Betriebe und Freischaffende im gesamten Stadtgebiet runden das Spektrum der Kulturwirtschaft in Kassel ab. Grundlage der Tätigkeit des Kulturamtes ist die Kommunikation auf Augenhöhe mit den Akteuren der Kultur-/Kreativwirtschaft: es wirkt als offener und vertrauensvoller Ansprechpartner und als Schnittstelle innerhalb der Stadtverwaltung. Dazu gehören Erstberatungen und Vertiefungsberatungen von Gründer/innen mit der Vermittlung zu weiteren Ansprechpartnern und Institutionen sowie die individuelle Beratung und Begleitung von Standorten und Netzwerken über längere Zeiträume.

Die Vernetzung der Kreativschaffenden mit anderen Branchen ist noch gering ausgeprägt; eine Befragung von 2010 zeigt hier einen Bedarf innerhalb der regionalen Kreativwirtschaft auf.

Eine Untersuchung zur Kulturwirtschaft in Kassel⁶³ zeigt ihre besondere Rolle in Stadtentwicklungsprozessen: Häufig sind es Kreativschaffende, welche die Flächen reaktivieren oder umnutzen, die für klassische Gewerbetreibende oder Dienstleister zunächst nur schwerlich in Frage kommen. Zudem können Kreativnetzwerke laut der Studie positive und sichtbare Veränderungsprozesse in Quartieren befördern.

Die Vernetzung der Kasseler Akteure untereinander ist gut und rege. Dazu tragen insbesondere Veranstaltungen, kleine Festivals und Tage der offenen Tür bei, bei denen sich viele Akteure auch stadtweit begegnen und gegenseitig besuchen; regelmäßige Verabredungen oder thematische Treffen finden je innerhalb der Netzwerke statt.

SCHWERPUNKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die Teilmärkte Bildende Kunst, Stadtplanung/Architektur, Kreatives Handwerk und Werbewirtschaft bilden die Schwerpunkte in Kassel und der angrenzenden Region. Die Verfügbarkeit von niedrigschwelligem Atelierraum in Kassel ist gering; hier sind also insbesondere ehemalige Werkstätten, Lagerräume, Industrie- und Gewerbeflächen etc. gefragt und seltener Büroflächen oder Ladenflächen. Die Teilmärkte Stadtplanung/Architektur und Werbewirtschaft sind über-

63: 2010, studio UC Klaus Overmeyer (Berlin) im Auftrag von Kulturamt und Stadtplanungsamt.

KULTURBUNKER KASSEL

Der Kulturbunker Kassel geht auf einen Kooperationsverbund von professionellen Musikern und weiteren Kreativschaffenden zurück, die einen innerstädtischen Hochbunker mit angegliedertem Bürogebäude für Probe, Produktion und Musikunterricht angemietet hatten. Nach rund zehnjähriger Nutzung der Räumlichkeiten als Mieter gelang 2010 die langfristige Sicherung des Standorts mit einem Ankauf der Gebäude durch die Nutzergemeinschaft: Mehrere Akteure schlossen sich in der Kulturbunker Kassel GmbH zusammen und sorgen mit einer engagierten Geschäftsführung für den Erhalt und kostendeckenden Betrieb des Standorts. Mehr als 50 professionelle Kulturakteure arbeiten derzeit auf 3.000 qm in Produktions-, Studio- und Unterrichtsräumen. Der Kulturbunker Kassel erhielt 2014 den Kulturförderpreis der Stadt Kassel.

Kulturbunker Kassel GmbH
Friedrich-Engels-Str.27
34117 Kassel
Telefon: +49 (0)561 / 92193303
E-Mail: info@kulturbunker-kassel.de
www.kulturbunker-kassel.de



wiegend auf Büroflächen angesiedelt und tendenziell in einem etablierten Wohn- und Geschäftsumfeld zu finden.

Eines der besonderen Projekte ist der *Kasseler Atelierrundgang*, der seit 2004 alle zwei Jahre von der gleichnamigen Initiative organisiert und durchgeführt wird. Präsentiert werden an zwei Wochenenden rund 80–90 professionelle Künstler mit ihren Arbeiten innerhalb ihrer Arbeitsumgebung. Der Slogan „Kunst kann man auch in Kassel kaufen“ verdeutlicht eines der Hauptziele des Projektes: kunstinteressierte Menschen und Künstler/innen am Ort kreativen Schaffens zusammenzubringen.

Ein weiteres Projekt ist die *Kunstmesse Kassel*, welche in 2014 erstmalig und zukünftig alternierend zum Atelierrundgang stattfindet. Die Messe hat das Ziel, in einem repräsentativen räumlichen Umfeld für die regionalen Künstler/innen und für Galerien überregional verkaufsfördernd zu wirken.

NETZWERK HAMMERSCHMIEDE

Im Kasseler Stadtteil Rothenditmold befindet sich das frühere Werk 2 der Firma Henschel & Sohn, das vor allem Lokomotiven produziert hat. Das noch heute als Hammerschmiede bekannte Werk wurde ab 1871 errichtet und gehört zu den bedeutendsten und am vollständigsten erhaltenen gründerzeitlichen Fabrikensembles in Hessen und darüber hinaus.

Ab dem Jahr 2000 siedelten sich Künstler, Musiker, Medienschaffende und Kunsthandwerker auf dem Gelände an. Trotz der in den meisten Gebäuden stillgelegten Wasserleitungen und Heizungen sind heute etwa 20 Kasseler Kulturschaffende sowie etwa 20 Bands in der Hammerschmiede ansässig. Um die Vernetzung untereinander auszubauen und um öffentlichkeitswirksame Projekte durchzuführen, schlossen sich die kreativschaffenden Mieter am Standort 2010 im Verein Netzwerk Hammerschmiede zusammen.

Netzwerk Hammerschmiede e.V.
Wolfhager Straße 109
34127 Kassel
Telefon: +49 (0)176 / 20038726
E-Mail: info@netzwerk-hammerschmiede.de
www.netzwerk-hammerschmiede.de



Die Universität Kassel ist mit ihrer Kunsthochschule sowie ihrem Fachbereich Architektur, Stadtplanung und Landschaftsplanung eine wichtige und überregional bekannte Ausbildungseinrichtung für verschiedene Kreativstudiengänge von der Architektur über die Bildende Kunst und die Musik bis hin zum Kommunikations- und Produktdesign. Die universitätsnahen Gründereinrichtungen *Science Park* und *Inkubator* sind für die Absolventen meist die erste Anlaufstelle bei Überlegungen, Ideen bis hin zur praktischen Existenzgründung und Freiberuflichkeit zu verfolgen. Von Bedeutung für den Kreativsektor ist zudem die *Kasseler Musikakademie Louis Spöhr*.

ZUKUNFTIGE PROJEKTE UND AUFGABEN

In Folge des wirtschaftlichen Aufschwungs in der Stadt in den letzten Jahren, ist auch bei den industriellen und gewerblichen Flächen viel Bewegung in den Immobilienmarkt gekommen. Teils durch Eigentümerwechsel, teils durch veränderte Nutzungsplanungen ist eines der aktuellen und

ROTHENDITMOLD UND SEINE URBANEN PIONIERE

Geprägt von der Industriegeschichte aus dem 19. Jahrhundert, ist Rothenditmold seit Stilllegung großer Produktionsbetriebe und -flächen seit den 1980er-Jahren ein Stadtteil, der großen strukturellen Veränderungen unterworfen ist – heute jedoch ein Quartier im positiven Wandel. Seit mehreren Jahren entwickelt sich hier ein reges Treiben, ausgehend von verschiedenen urbanen und kreativen Pionieren, die sich im Stadtteil angesiedelt haben.

Von diesem Prozess beflügelt, schlossen sich mehrere Kreativschaffende in Rothenditmold zum Netzwerk Frischer Dampf/Rothenditmold zusammen. Erklärtes Ziel des Netzwerks ist die verbesserte Sichtbarkeit des Stadtteils als Kreativstandort und die aktive Werbung für weitere kreativwirtschaftliche Ansiedlungen. Des Weiteren bündelt das Netzwerk Synergien der lokalen Kreativschaffenden und organisiert gemeinsame Plattformen, die zum regelmäßigen Austausch einladen und gemeinsame öffentliche Veranstaltungsformate mit Fokus auf die Kreativwirtschaft in Rothenditmold organisieren.

wichtigen Themen die Begleitung der Kreativschaffenden in Verhandlungen mit Eigentümergesellschaften über die weitere langfristige Nutzung und Sicherung der entwickelten Standorte.

Eine langfristige Perspektive der Stadt Kassel liegt darin, bestehende Netzwerke der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie Neugründungen in ihren räumlichen Rahmenbedingungen zu stärken. Diese Netzwerke haben hohen Stellenwert bei der Bindung von Absolventen kreativer Studiengänge an die Stadt, denn sie bieten die Möglichkeit, an infrastrukturelle Gegebenheiten anzudocken und einen unternehmerischen Anfang nach dem Vorbild anderer Existenzgründer zu wagen. Zudem befördert die lebendige Kreativwirtschaftsbranche Kassels die regionale Entwicklung kleinteiliger Wirtschaftsstrukturen und bietet auswärtigen Besuchern zahlreiche attraktive Anlaufstellen zusätzlich zu den etablierten Orten der Kulturlandschaft.

Frischer Dampf Rothenditmold
Netzwerk der Kultur- und Kreativwirtschaft
Stefan Reimann u. Jens Freitag
Brandaustrasse 10
34127 Kassel
E-Mail: info@frischerdampf.de
www.frischerdampf.de



Die verschiedenen Kreativnetzwerke Kassels streben die Gründung eines Gesamtnetzwerks an, das die Kreativwirtschaft Kassels stadtweit und branchenübergreifend sowie überregional präsentieren kann. Dabei sollen die Binnenvernetzung der Kreativschaffenden Kassels, öffentliche Sichtbarkeit und Profil der Standorte sowie der fachliche Dialog im Mittelpunkt der stadtweiten Zusammenarbeit stehen.

www.kassel.de
www.kreativwirtschaft-hessen.de/kassel
www.galerien-kassel.de
www.nachrichtenmeisterei.de
www.kulturbunker-kassel.de
www.netzwerk-hammerschmiede.de
www.frischerdampf.de

Wir danken unseren Interviewpartnern
Dr. Dorothee Rhiemeier und Tobias Hartung,
Kulturamt Kassel.

MARBURG



*Bedeutsame Kinolandschaft und
pittoreske Fachwerk-Altstadt*

FACTS AND FIGURES

73.147 Einwohner⁶⁴

Der Wirtschaftsstandort Marburg ist geprägt durch die Kooperationsmöglichkeiten ansässiger Unternehmen aller Branchen aus Gewerbe, Industrie, Handel und Dienstleistungen mit den wissenschaftlichen Institutionen.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Filmwirtschaft/Soziokultur

64: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

Kultur, Tourismus und Geschichte haben sich in Marburg seit jeher wechselseitig beflügelt. Die Universitätsstadt Marburg mit rund 26.000 Studierenden ist ein ausgeprägter Standort der Soziokultur und ein interessanter Kino- und Filmstandort. In Marburg existieren drei soziokulturelle Zentren: die *Waggonhalle Marburg* am Hauptbahnhof, das KFZ (Kommunikations- und Freizeitzentrum Marburg), das demnächst in den umgebauten Stadthallenkomplex umziehen wird, und das *g-Werk* mit dem *Café Trauma* und dem Theater *german stage service*. Alle drei Zentren werden von der Stadt finanziell gefördert.

Die Marburger Kinolandschaft mit anspruchsvollen Kinos und insgesamt 14 Leinwänden plus Open-Air-Großleinwand auf der Schlossparkbühne im Sommer, die von einem engagierten Familienunternehmen (*Cineplex Marburg*) betrieben werden, ist für eine Stadt dieser Größenordnung herausragend. Es finden drei Filmfestivals statt: Das *Marburger Kinder- und Jugendfilmfestival Final Cut*, das 2006 ins Leben gerufen wurde und von der Stadt Marburg und Cineplex veranstaltet wird. Das *Open Eyes Filmfest* wird vom soziokulturellen Zentrum *Café Trauma* veranstaltet. Es präsentiert im Kino und Open Air alle Facetten des Kurzfilmspektrums, darunter auch Amateurfilme. Das dritte Festival *International Ethnographic Film Festival One with a movie camera* (Dokumentarisch – Ethnografisch – Kulturwissenschaftlich) wird von Studierenden der *Philipps-Universität Marburg* ausgerichtet und fand 2015 zum vierten Mal statt. Zudem verleihen die Stadt Marburg und die *Philipps-Universität* seit dem Jahr 2001 jährlich den *Marburger Kamerapreis* für national und international herausragende

Bildgestaltung in Film und Fernsehen. Die Auszeichnung wird sowohl für den Bereich des Spielfilms als auch für Dokumentar- oder Experimentalfilme verliehen.

Die größte Herausforderung im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft sieht die Stadt Marburg folglich auch in der Erhaltung und Weiterentwicklung der Kino- und Filmlandschaft. Ein weiteres Stichwort, das immer stärker an Bedeutung gewonnen hat, ist die kulturelle Bildung.

Anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft sind in Marburg weniger stark ausgeprägt, nur wenige Gründer und Unternehmen sind hier ansässig. Einige kleinere Verlage im Bereich Kino und Film bzw. Kunst haben in Marburg ihren Sitz. Die Veranstaltung *Menschen Marken Morgen* ist eine von einer Marburger Designagentur im Jahr 2009 initiierte und jährlich stattfindende Dialogplattform für Unternehmer. Der *Design-Stammtisch Marburg* bietet Kreativschaffenden, von Designern bis zu Künstlern, Fotografen, Filmemachern und weiteren Freiberuflern, eine Plattform für den Austausch rund um branchenrelevante Themen. Die Universität bietet Studiengänge wie *Neuere Deutsche Literatur*, *Medienwissenschaft*, *Germanistische Sprachwissenschaft*, *Musikwissenschaft*, *Kunstgeschichte* oder *Bildende Kunst* an.

www.marburg.de
www.kreativwirtschaft-hessen.de/marburg

Wir danken unserem Interviewpartner
 Dr. Richard Laufner, Kulturamt Marburg.

Hessen ist kulturell und wirtschaftlich gesehen ein sehr interessantes Bundesland. Hessisch muss man mögen. Die wirtschaftliche Strahlkraft der Metropolregion macht es branchenabhängig möglich, sich auch außerhalb des Ballungsraums kostengünstig anzusiedeln bzw. anderweitig daran zu partizipieren.

Leander Rubrecht | VISUELLE PROJEKTE, Wiesbaden

OFFENBACH AM MAIN



Stadt der Gründer und Kulturen und
Hotspot der elektronischen Musik

FACTS AND FIGURES

120.988 Einwohner⁶⁵

Offenbach am Main hat einen starken und wissensintensiven Dienstleistungssektor und Schwerpunkte im Einzelhandel, im Verarbeitenden und Produzierenden Gewerbe, in der Chemie, dem Fahrzeug- und Karosseriebau sowie im Maschinenbau.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Werbung, Design, Software/Games

In Offenbach sind viele kreative Unternehmen im Umfeld der Hochschule für Gestaltung (HfG), in Gewerbeparks und alten Fabrikgebäuden ansässig. Das *Klingspor-Museum* und das *Deutsche Ledermuseum* sind wichtige öffentliche Kulturinstitutionen im Bereich auch von zeitgenössischer Kunst und aktuellem Design. Zudem gibt es in Offenbach am Main zahlreiche Kunst- bzw. Kulturvereine, Galerien und kreative Zentren. Seit 2007 unterstützt und fördert die Stadt Offenbach verstärkt die Kultur- und Kreativwirtschaft, wobei der Fokus auf der *Kreativwirtschaft* liegt. Zentrale Bausteine wurden dabei aus den Handlungsempfehlungen im Gutachten über die *Kreativwirtschaft in Offenbach*⁶⁶ abgeleitet.

65: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

66: Universität Trier, Prof. Sailer 2007.

Die Oberziele bei der Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Offenbach sind:

- die Sichtbarmachung der Branche,
- die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft untereinander,
- die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit der übrigen Wirtschaft und
- die Förderung innovativer Existenzgründungen.

Offenbach am Main profitiert bei der Weiterentwicklung und Unterstützung der Branche Kultur- und Kreativwirtschaft von der Überschaubarkeit der Stadt mit kurzen Wegen und der hohen Vernetzung der Akteure untereinander.

Die interkommunale Zusammenarbeit in Sachen Kultur- und Kreativwirtschaft in Offenbach bezieht sich im Wesentlichen auf gemeinsame Projekte mit der Nachbarstadt Frankfurt. Auch zu den Kommunen im Landkreis Offenbach und zu Hanau gibt es Kontakte. Der Blick der Kultur- und Kreativwirtschaft über den Tellerrand wird grundsätzlich als wichtig erachtet, zumal die potenziellen Auftraggeber nicht nur in Offenbach oder Frankfurt angesiedelt sind. Überregionale und internationale Kontakte pflegen vor allem die *Hochschule für Gestaltung*, die *Industrie- und Handelskammer Offenbach am Main (IHK)* und die *Stadt Offenbach* über ihre Städtepartnerschaften z. B. nach Yangzhou in China.

AKTEURE IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die Federführung der städtischen Aktivitäten liegt bei der *Wirtschaftsförderung*. Sie kooperiert dabei eng mit dem *Amt für Kultur- und Sportmanagement* und der *Gemeinnützigen Baugesellschaft Offenbach mbH (GBO)*, mit letzterer insbesondere in Raumfragen.

Mit der *Industrie- und Handelskammer* besteht eine enge Zusammenarbeit im Hinblick auf die Kultur- und Kreativwirtschaft und die Stadtentwicklung. Bei der *IHK* ist das Thema sowohl im Bereich Standortpolitik als auch im Bereich Innovation angebunden. So spielt die Kultur- und Kreativwirtschaft bei dem von der *IHK* initiierten und gemeinsam von Stadt und Wirtschaft vorangetriebenen Masterplanprozess eine wichtige Rolle bei der Weiterentwicklung des Standortes. Der Masterplan wird vom *Büro Albert Speer & Partner* erarbeitet und soll dazu beitragen, die Potenziale der Stadt in den Bereichen Wohnen und Wirtschaft noch besser zu nutzen. Die *IHK* trägt

darüber hinaus mit ihrer neuen Design-Strategie, die im Geschäftsbereich Innovation angesiedelt ist, dazu bei, die Schnittstelle zwischen der Kultur- und Kreativwirtschaft und der übrigen Wirtschaft mit Beratungen, Angeboten und Veranstaltungen zu beleben, um für die Bedeutung von Kreativleistung und Design im globalen Wettbewerb zu sensibilisieren und aktiv Partnerschaften zwischen Wirtschaft, Kreativwirtschaft und Wissenschaft anzubahnen. Zur Sichtbarmachung von Design als Innovationsfaktor stiftet die *IHK* seit 2014 einen Förderpreis für Studierende der *Hochschule für Gestaltung*, die im Fachbereich Produktgestaltung Designprojekte mit hohem unternehmerischem Bezug erarbeitet haben.

Weitere Partner sind die *HfG*, das *Gründerzentrum ostpol*⁸ im Mathildenviertel und die *planstation*, eine Informations- und Beratungsstelle aus der Kreativwirtschaft für die Kreativwirtschaft.

Die *HfG* stellt einen Nukleus und Multiplikator der Kultur- und Kreativwirtschaft in Offenbach dar, aus dem heraus sich viele selbstständige Unternehmer bzw. Existenzgründer entwickeln. Das Tätigkeitsprofil der Hochschule umfasst die künstlerische und wissenschaftliche Lehre und Forschung auf den vielfältigen Gebieten der Visuellen Kommunikation und der Produktgestaltung unter besonderer Berücksichtigung der elektronischen Medien und neuester Technologien. Zudem wurde an der *HfG* durch die Stadt, die *Marschner-Stiftung* und weitere Akteure eine Stiftungsprofessur zum Thema „Kreativität im urbanen Kontext“ ins Leben gerufen, die auch von der *IHK* mit unterstützt wurde. Die Hochschule ist insofern an zahlreichen Projekten in der Stadt aktiv beteiligt. Die Stadt wiederum unterstützt studentische Initiativen wie den *Web-Montag* und den *after-school-club*, aber auch Einzelprojekte und Diplomanden vor allem bei Raumfragen, oder sie fungiert als Türöffner.

Darüber hinaus existiert seit 2009 als beratendes Gremium des Oberbürgermeisters ein Beirat der Kreativwirtschaft, der drei bis vier Mal im Jahr zum Austausch über aktuelle Themen der Kreativwirtschaft zusammenkommt. Ihm gehören verschiedene städtische Ämter, der *Bund Offenbacher Künstler*, die *HfG*, die *IHK*, Unternehmer und Künstler u. a. an. In Offenbach am Main haben sich zahlreiche informelle Netzwerke der Kultur- und Kreativwirtschaft gebildet.

BERATUNG UND PROJEKTE

Bereits in den Jahren 2003 bis 2006 wurde das EU-Projekt Gründerstadt Offenbach im Rahmen des EU-geförderten Projektes *City of Entrepreneurs* durchgeführt. Ziel war es, die Aktivitäten der Offenbacher Gründungsförderer zu bündeln und Existenzgründungen zu fördern.

Ein wichtiger Baustein für die jungen Unternehmen und Gründer der Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Service der *Wirtschaftsförderung*, vor allem die Hilfe bei Standort- und Raumfragen und ein Behördenmanagement – eine Art Lotsenfunktion durch Behörden und Institutionen – sowie Koordination und Vermittlung insbesondere von Kontakten zu allen relevanten Ansprechpartnern und bei Bedarf die Betreuung nach der Gründungsphase.

Das Gründerzentrum *ostpol*[®] im Mathildenviertel mit dem Coworking Space *Die Etage* ist ein zentrales Projekt. *ostpol*[®] bietet ein umfassendes Netzwerk für junge Kreative und Selbstständige in Offenbach. Von der Ausbildung bis zum Berufseinstieg findet im *ostpol*[®] ein interdisziplinärer Austausch vor Ort statt, der die Weichen für Innovation, für selbstinitiierte und gestalterische Schaffensprozesse stellt. Der *Gründercampus* dient als Startpunkt für die Nachwuchskünstler der *Designstadt Offenbach* und als belebender Anziehungspunkt der östlichen Innenstadt, der integrative Strukturen hervorbringen und einen in die Zukunft gerichteten Wandlungsprozess einleiten soll.

Ein Projekt, das explizit auf die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit der übrigen Wirtschaft zielt, ist das Netzwerk *Design to Business*, das von der *IHK Offenbach am Main* initiiert wurde. Partner sind die *Wirtschaftsförderung der Stadt Offenbach*, die *Hochschule für Gestaltung Offenbach*, der *Rat für Formgebung* und der *Verband Deutscher Industriedesigner*.

Auch das Projekt *Lokale Ökonomie* (2007–2015) wandte sich in ausgewählten Stadtteilen der Kreativwirtschaft zu. Die Betreuung der Antragsteller übernahm eine Kooperation von Kultur-, Wirtschafts- und Arbeitsförderung der Stadt Offenbach. Unter der Geschäftsführung des Amtes für Kultur- und Sportmanagement und unter Beauftragung der *planstation* (siehe Kasten) als *front office* konnten hier über 150 Unternehmen aus EU-Mitteln beraten und gefördert werden. Die *Wirtschaftsförderung* stellte die Internetplattform

StartOF für die Kreativen bereit, auf der rund 300 Unternehmen aktiv sind und die über Leistungen der Offenbacher Kreativwirtschaft informiert. Gezielte lokale Veranstaltungen, die häufig in Kooperation mit weiteren Partnern stattfinden, dienen der Vernetzung sowohl der Kreativen untereinander als auch mit der Gesamtwirtschaft. Dazu zählen der *Künstlermarkt* auf dem *Wilhelmsplatz*, der *Frühjahresempfang* und das *Sommerfest der Kreativwirtschaft* oder Branchenveranstaltungen wie die *Webinale*.

Regionale Events wie die *Luminale* dienen vor allem dazu, Offenbach und die Offenbacher Kreativwirtschaft in den Blickpunkt der Region zu rücken. Offenbach ist der zweitgrößte *Luminale*-Standort in der Region Rhein-Main und erfreut sich stetig steigender Besucherzahlen. Regionale Aufmerksamkeit genießen auch die Veranstaltungen des *Lichter Filmfests* oder des *Architektursommers RheinMain* in Offenbach. Die Preisverleihung des Wettbewerbs des *Deutschen Designer Clubs (DDC)*, *Gute Gestaltung*, und des *Art Directors Club Awards* haben bereits mehrfach in Offenbach stattgefunden. Als Branchentreffen der IT-, Marketing- und Designwirtschaft stellte das Symposium *Webinale Visions* ein überregionales Format dar.

SCHWERPUNKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN OFFENBACH

Charakteristisch für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Offenbach sind erwerbswirtschaftlich orientierte innovative Freiberufler und kleine Unternehmen bzw. Start-ups aus den Bereichen Kommunikations-, Interface- und Produktdesign, Werbung, Marketing und Unternehmensberatung, IT-Wirtschaft sowie Design und Mode.

Als eigenständige Fachmesse für Lederwaren, Reiseartikel, Taschenmode und Accessoires hat die *I.L.M. Offenbach (Internationale Lederwaren Messe)* internationales Renommee und ist eine der bedeutenden Branchenmessen ihrer Art.

Ein weiterer Schwerpunkt, der sich seit einigen Jahren entwickelt, sind elektronische Musik und HipHop. Mehrere Studios und Clubs sind hier aktiv. Video- und Musikproduktionen aus Offenbach sind derzeit sehr erfolgreich.

Neu gegründet wurde 2013 das *Institut für Klangforschung (IfK)*, das experimentelle und elektronische künstlerische Audio-Produktionen und -Produzenten fördert und mit seinen Angeboten die Lehre der *HfG*, der *Hochschule für Musik und*

darstellende Kunst Frankfurt am Main (HfMDK), der Städelschule in Frankfurt und des Instituts für Angewandte Theaterwissenschaften in Gießen ergänzt.

Ebenfalls in Offenbach angesiedelt ist die private Akademie für interdisziplinäre Prozesse (afip), die sich in einer ehemaligen Schlecker-Filiale am Goetheplatz befindet. Hier entstehen theoretische und praxisorientierte wissenschaftliche Forschungsprojekte „zur Formung und Förderung existenzieller Strömungen des 21. Jahrhunderts“ in Form von Ausstellungen, Konzerten, Debattierduellen, Happenings, Guerilla-Aktionen etc. Viele Veranstaltungen beschäftigen sich mit aktuellen politischen und soziokulturellen Fragen. Zu den Förderern gehören neben zahlreichen Privatpersonen und Unternehmen u. a. die Städelschule Frankfurt, die Goethe-Universität Frankfurt, die Justus-Liebig-Universität Gießen, die Stadt Offenbach, die Stadt Frankfurt und die Stiftungen der Städtischen Sparkasse Offenbach und der Nassauischen Sparkasse.

STANDORTE UND HOTSPOTS IN OFFENBACH

Viele kreative Unternehmen sind in alten Fabrikgebäuden wie der Hassia-Fabrik, der Heyne-Fabrik oder der Mylflam-Fabrik ansässig. Sie profitieren von der günstigen Lage Offenbachs innerhalb des Ballungsraums Rhein-Main. Weitere Viertel, in denen die Kultur- und Kreativwirtschaft stark vertreten ist, sind das Mathildenviertel sowie das Nord- und Westend. Hier leben und arbeiten Designer, Architekten und Fotografen, Werbeagenturen und IT-Firmen, Filmemacher und Musiker.

Ein Hotspot der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die Zollamt Studios in der Stadtmitte, die 2014 hinzugekommen sind. Dabei handelt es sich um eine temporäre Nutzungsmöglichkeit in einem ehemaligen Bürogebäude der Zollverwaltung, das mit mehr als 50 Büros günstigen Raum für viele Kreative und Künstler bietet. Das Angebot trägt der steigenden Nachfrage nach Flächen für Kreativschaffende, insbesondere einem Atelierhaus, Rechnung. GBO und Wirtschaftsförderung ermöglichen diese Zwischennutzung.

Auf dem ehemaligen Industriegelände des Hafens Offenbach entsteht ein inspirierendes Stadtviertel für Menschen, die kreativ und zukunftsorientiert leben möchten. Mit einem der ambitioniertesten städtebaulichen Vorhaben in der Rhein-Main-Region schafft die OPG Offenbacher Projektentwicklungsgesellschaft mbH Raum für Wohnen, Arbeiten, Freizeit sowie für Kunst und Kultur. Insbesondere das dort ansässige Kulturzentrum und Café Hafen 2 ist ein Raum für Kreativität und

Experiment, ein Platz für Begegnung und Kommunikation und eine Bühne mit ambitioniertem Programm.

Das LOGIC-Haus in der Strahlenbergerstraße gilt als eine Perle der Musikszene in Offenbach und ist u. a. Sitz erfolgreicher Musik- und Filmproduzenten. Bereits in den 90er Jahren wurde hier der Gruppe Snap eine perfekte Umgebung für die Produktion ihrer Welthits geboten.

ZUKÜNFTIGE PROJEKTE UND AUFGABEN

Wichtige Zukunftsthemen in der und für die Kultur- und Kreativwirtschaft Offenbach sind:

- die weitere Vernetzung der Branche mit der übrigen Wirtschaft und Industrie,
- die weiterhin gezielte Verknüpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem Thema Existenzgründung / Start-ups,
- die kontinuierliche Unterstützung bei der Suche oder der Bereitstellung von preisgünstigen Wohn- und Arbeitsräumen in Offenbach, aber auch in Zusammenarbeit mit angrenzenden Städten.

Darüber hinaus möchte die Stadt den eigenen Anspruch weiter forcieren, eine Stadt der kurzen Wege zu sein und ihr Image durch Sichtbarmachen der Potenziale, die in Kultur- und Kreativwirtschaft schlummern, positiv zu beeinflussen. In den nächsten Jahren könnte das Angebot auch Themen wie Arbeitskräfte und Jobs bzw. die Vermittlung von Diensten und Serviceangeboten (z. B. „Fotograf für einige Tage gesucht“ o. ä.) betreffen, aber auch die Unterstützung des kleinen Musikclusters steht auf der Agenda.

www.offenbach.de
www.offenbach.de/wirtschaft/kreativwirtschaft
www.kreativwirtschaft-hessen.de/offenbach
www.start-of.de
www.oflovesu.com
www.facebook.com/likeOffenbach
www.design-to-business.de
www.heinerblum.de/arbeiten/situative-projekte

danken unseren Interviewpartnern Ria Baumann, Wirtschaftsförderung Offenbach, Dr. Ralph Philipp Ziegler, Kulturamt Offenbach, Loimi Brautmann, Urban Media Project, Mirjam Schwan, IHK Offenbach/Design to Business.

PLANSTATION UND OFLOVESU

Die Planstation ist seit 2009 eine Informationsdrehscheibe und Anlaufstelle für Kultur- und Kreativschaffende in Offenbach. Sie hat den Auftrag, Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu beraten und ihnen den Weg durch den Dschungel des Verwaltungsapparates zu erleichtern, aber auch bei der Beantragung von Fördermitteln zu helfen. Neben der Betreuung im Rahmen des Förderprogramms Lokale Ökonomie hat die Planstation auch eigene Projekte ins Leben gerufen, deren Zielgruppe die Kultur- und Kreativwirtschaft ist.

So ist OFlovesU eine Plattform für Kreative bzw. ein Internetführer zum Leben in der Stadt Offenbach. Hier erfahren Kreative mehr über Räume, Menschen und vieles mehr. Dazu gehören der Raumfinder, der Little Globe Einkaufsführer und die OFlovesU-Touren durch Offenbach. Ergänzt wird sie durch den erfolgreichen Facebook-Auftritt LikeOffenbach.

Der Raumfinder wurde vom Urban Media Project in Kooperation mit der HfG und der SOH Stadtwerke Offenbach Holding initiiert. Hier werden mit Hilfe eines Internetauftritts Räumlichkeiten zum Wohnen und Arbeiten vermittelt. Es hat sich gezeigt, dass auch in Offenbach die Zahl der preisgünstigen Räumlichkeiten abnimmt und dass die Mieten bei gleichbleibend hoher Nachfrage nach günstigen Wohn- und Arbeitsräumen steigen.

Unter dem Namen Little Globe firmieren rund zwei Dutzend internationale Läden in Offenbach, die Offenheit, viel Buntes und vor allem Leckereien und Dienstleistungen aus über 150 Nationen anbieten.

Die OFlovesU-Touren finden unter dem Motto „Entdecke die Stadt. Neu“ in Kooperation mit dem Amt für Öffentlichkeitsarbeit statt. Es sind besondere Stadtführungen, die das internationale und kreative Leben in Offenbach zum Thema haben. Das Projekt *Eine Stadt zeigt sich*. *Offen* ist eine Maßnahme in Kooperation mit dem Amt für Kulturmanagement im Rahmen des Förderprogramms WIR – *Wegweisende Integrationsansätze Realisieren* des Landes Hessen.

Planstation und OFlovesU
Urban Media Project
Frankfurter Straße 91
63067 Offenbach
Telefon: +49 (0)69 / 37303846
E-Mail: info@urbanmediaproject.de
www.urbanmediaproject.de
www.oflovesu.com



**Heimat, Herz und Hub. Schönheit der Natur,
Rurales. Mitten in der Republik, Urbanes. Frankfurt
ist das Herz. Hessen bildet Schnittstellen für Menschen,
Güter, Daten via Autobahn, Flughäfen und Glasfaser.
Hessische Hiddenchampions all over. Friedberger
Stahlbau für Jeff Koons, Offenbacher Ventile zu Luft,
Wasser und Straße, IT und Telekom aus dem Darm-
städter Start Up Universum, Farben und Lacke aus Ober-
Ramstadt, Mode aus Groß-Umstadt!**

Stefan Weil | Atelier Markgraph, Frankfurt am Main

IHK-NETZWERK DESIGN TO BUSINESS

Koordiniert durch die IHK Offenbach am Main unter dem Dach der IHK-Innovationsberatung Hessen ermöglicht das Netzwerk Design to Business kleinen und mittelständischen Unternehmen aus Hessen eine neutrale und kostenfreie Erstberatung zu ihrem Vorhaben. Im nächsten Schritt bietet Design to Business den Kontakt zu Kreativpartnern, die für eine erfolgreiche Umsetzung die richtigen Kompetenzen und Erfahrungen mitbringen. Dafür arbeiten exzellente Produktdesigner, Marken- und Digital-Agenturen, Fotografen und Filmemacher zusammen.

Mittelständische Unternehmen aller Branchen profitieren zudem von einem praxisnahen, persönlichen Austausch von Unternehmer zu Unternehmer. Netzwerk-Events wie Workshops und Inhouse-Veranstaltungen bieten regelmäßig die Möglichkeiten für einen interdisziplinären Wissenstransfer – auch über die Grenzen des Alltagsgeschäfts hinaus. Schirmherr ist der hessische Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir.

IHK-Netzwerk Design to Business
Industrie- und Handelskammer Offenbach am Main
Frankfurter Str. 90
63067 Offenbach am Main
Telefon: +49 (0)69 / 8207251
E-Mail: schwan@offenbach.ihk.de
www.design-to-business.de



INSTITUT FÜR KLANGFORSCHUNG (IFK)

Das im 1. Stock des Atelierhauses Zollamt Studios in der Frankfurter Straße angesiedelte Institut für Klangforschung (IfK) ist neben dem renommierten Club Robert Johnson ein weiterer wichtiger Standort der Szene. Das 2013 gegründete Institut bietet interessierten Studierenden sowie Produzenten Workshops zu diversen Themen rund um Sound. Seit dem Einzug in die Zollamt Studios im Jahr 2014 haben 23 Musiker und Produzenten die Möglichkeit, vor Ort ihre Projekte in einem professionellen Umfeld zu entwickeln. Acht Gemeinschaftsstudios sowie ein komplett ausgestattetes Mastering-Studio zum Abrunden der Produktionen stehen zur Verfügung. Für junge Musikproduzenten stellt die Suche nach geeigneten Räumen eine große Herausforderung dar. Im Institut für Klangforschung haben sie die Möglichkeit, voneinander zu lernen, was dem typischen Einzelgängertum entgegenwirkt. Nicht zuletzt ist das IfK ein Ort der Existenzgründung – mit dem Ziel, die Musiker zu professionalisieren, so dass sie von ihren Projekten leben können (Text: Eugen El).

Institut für Klangforschung (IFK)
Zollamt Studios
Frankfurter Str. 91
63067 Offenbach am Main
E-Mail: blum@institutfuerklangforschung.de
www.institutfuerklangforschung.de

Frankfurt ist ein stetig wachsender und wichtiger Standort der Kreativkultur in Hessen. Durch die mehr als 20-jährige Mitarbeit meines Unternehmens an Projekten in Kunst, Kultur und Werbung kann ich nur bestätigen, dass sich hier ein stetig wachsendes Feld gebildet hat. Und speziell auch im immer mehr „Zusammenwachsen“ von Frankfurt und Offenbach sehe ich großes Potential, hier wächst zusammen, was zusammen gehört!

Axel „Der Schulz“ Eisenbeis | schulz security concepts, Offenbach am Main

RÜSSELSHEIM AM MAIN



Rüsselsheim – Design meets Automotive

FACTS AND FIGURES

61.967 Einwohner⁶⁷

Neben großen Weltmarken der Automobilindustrie haben zahlreiche Unternehmen aus Zukunftsbranchen wie Logistik, IT, Telekommunikation oder Energie-/Umwelttechnologien ihren Sitz in Rüsselsheim am Main.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Software/Games, Werbung, Design

Die Kreativwirtschaft in Rüsselsheim am Main weist einen starken Bezug zu den Themenfeldern Automotive, Logistik, IT und Digitalisierung auf. Mehr als 20 Unternehmen entwickeln in Rüsselsheim beispielsweise Instrumente zur Optimierung von Projektentwicklungen und Produktionsprozessen in der Automotive-Branche und im Rahmen des Themas Industrie 4.0. Kommunale Ansprechpartner sind der städtische Eigenbetrieb Kultur123, das Büro der Kultursteuerung und die Wirtschaftsförderung im Rathaus. Ein privates Kreativnetzwerk ist beispielsweise der Kunstverein Rüsselsheim, in dem zahlreiche professionelle Künstler zusammengeschlossen sind. Die Bündelung von Ressourcen zur Herbeiführung von Synergieeffekten ist ein wichtiges Element der täglichen Arbeit. Durch die zunehmende Zusammenarbeit zwischen Künstlerinnen und Künstlern wird es möglich sein, Kundenwünsche in Zukunft zielsicherer identifizieren zu können. Die hiesigen Akteure sind in unterschiedlichsten Bereichen aktiv und stehen in reger Kommunikation untereinander.

67: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

IT-, Automobil- und Digitalwirtschaft bilden Schwerpunkte der örtlichen Unternehmensstruktur. Wichtige Unternehmen sind neben der Adam Opel AG die zahlreichen Automotive-Zulieferer am Standort mit dem Schwerpunkt Design sowie die Unternehmen der Branche Digitale Technologien, genauer aus den Bereichen Computer Aided Engineering, Produkt- und Softwareentwicklung, Fahrzeugdesign und IT-Consulting. Räumlich sind viele Teilmärkte im näheren Umkreis des Opel-Areals angesiedelt. Auch der Rüsselsheimer Standort der Hochschule Rhein-Main befindet sich in dieser Umgebung. Die räumlichen Begebenheiten in Rüsselsheim am Main schaffen ein kreatives und gegenstandsnahe Umfeld für kreatives Arbeiten. Ingenieur- und Designbüros finden sich vor allem im näheren Umfeld der Adam Opel AG.

Ein Beispiel für die effektive Einbindung kreativer Leistungen ist die Adam Opel AG selbst. So befasst sich das Unternehmen mit der Visualisierung von Produktionsprozessen. Mit Methoden der Gamification wird die Zusammenführung von Autoteilen dargestellt. Produktionsabläufe lassen sich durchspielen und auf Umsetzbarkeit testen.

Für den Standort Rüsselsheim am Main liegen große Chancen in der Zukunft der Mobilität. Zudem sind Industrie- und Versorgungsprozesse weitere wichtige Gebiete der Weiterentwicklung. Rüsselsheim ist als Mittelstadt mit den Teilfunktionen eines Mittelzentrums besonders daran gelegen, die Vernetzung der kreativwirtschaftlichen Akteure mit der Automotive-Branche voranzutreiben.

www.ruesselsheim.de/kultursteuerung.html
www.kreativwirtschaft-hessen.de/ruesselsheim

Wir danken unserem Interviewpartner Christian Reiling,
 Kulturmanager der Stadt Rüsselsheim am Main.

Wichtig für Kultur- und Kreativschaffende ist aus meiner Sicht immer ein Raum für Entwicklung. Gute Dinge brauchen die Möglichkeit zu wachsen. Genau das bietet der Standort Hessen.

Katja Glöckler | PageYou, Hanau

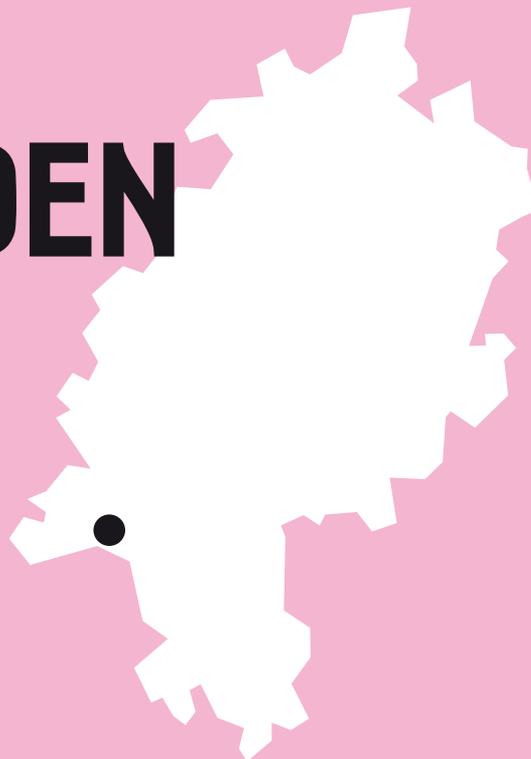
WORKSHOP ILLUSTRATIO

Ein spannendes Projekt aus der Kunstszene ist der Workshop illust_ratio, zu dem Nachwuchsillustratoren aus ganz Deutschland im Zwei-Jahres-Rhythmus nach Rüsselsheim eingeladen werden. Die Teilnehmer setzen sich vor Ort mit Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Stadt kreativ auseinander. Kooperationspartner waren im Jahr 2015 die Universität der Künste Berlin, die Kunsthochschule Münster und die Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig. Gefördert wird die Veranstaltung durch den städtischen Eigenbetrieb Kultur123 Stadt Rüsselsheim.

Workshop „illust_ratio“
 Kultur123 Stadt Rüsselsheim
 Am Treff 1
 65428 Rüsselsheim am Main
 Telefon: +49 (0)6142 / 832630
 E-Mail: kultur123@kultur123ruesselsheim.de
www.goo.gl/33Roc2



WIESBADEN



Eine Stadt zwischen Tradition und Innovation

FACTS AND FIGURES

275.116 Einwohner⁶⁸

Wiesbaden zeichnet sich durch einen Branchenmix aus verarbeitender Industrie, High-Tech-Unternehmen und IT-Betrieben sowie einer Vielzahl von Dienstleistungsunternehmen aus.

SCHWERPUNKTE

Kultur- und Kreativwirtschaft

Design, Werbung, Film, Literatur, Presse, Musik

Wiesbaden ist ein Standort im Rhein-Main-Gebiet, an dem sich Unternehmen und Agenturen aus dem Medien- und Designbereich konzentrieren.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft steht seit 2007 im Fokus der Landeshauptstadt, wobei vor allem der Bereich Medien und Design nach dem Prinzip: „die Stärken stärken“ besondere Aufmerksamkeit der Stadt und der IHK erfährt. Die Stadt und die Region sind reich an potenziellen Auftraggebern der Branche. Große Unternehmen aus der Versicherungsbranche, dem Verlags- und dem produzierenden Gewerbe haben hier ihren Sitz.

Der Bereich Medien und Design ist eng verknüpft mit der Hochschule RheinMain in Wiesbaden. Auch die Hochschule Fresenius wird demnächst mit Studienangeboten in Design, Wirtschaft und Medien in Wiesbaden auf dem Areal des Alten Gerichts in der Moritzstraße vertreten sein. Darüber hinaus bildet das Institut für Marketing und Kommunikation (imk)

68: 2014, Zahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes.

Marketing-, Medien- und Kommunikationsfachleute aus. Zahlreiche Agenturen wurden von Absolventen direkt nach dem Hochschulabschluss oder aber als Rückkehrer gegründet und bieten Arbeitsplätze für die Absolventen der Wiesbadener Hochschulen.

Im Filmbereich existiert ein Zusammenschluss von Akteuren aus Filmkultur und Filmwirtschaft, u. a. aus dem Bereich Postproduktion. Filmstadt Wiesbaden richtet Branchentreffen und Veranstaltungen aus. Zwei renommierte Filmfestivals mit Filmkunst aus Osteuropa und Independent Filmen, *goEast* und *exground*, finden in Wiesbaden statt. Institutionen der Filmwirtschaft wie die *Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung*, die *Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO)* und die *Freiwillige Selbstkontrolle (FSK)* sowie die *Deutsche Film- und Medienbewertung (FBW)* haben ihren Sitz in Wiesbaden. Die Stadt war und ist darüber hinaus häufig Drehort für Filmproduktionen.

Ein weiterer thematischer Schwerpunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Wiesbaden ist die Literatur bzw. der Buch- und Pressemarkt mit einigen Fachverlagen, dem *Literaturhaus Villa Clementine* und Veranstaltungen wie den *Literaturtagen*. Verlage, Buch Einzelhandel und Kulturanbieter arbeiten hier eng zusammen.

Im Bereich Musikwirtschaft sind vor allem Veranstaltungen wie das *Rheingau-Musik-Festival* mit seinen Konzerten, Musik-Events im Kulturzentrum *Schlachthof* sowie das Internationale Jazzfestival *Just music* zu nennen.

Die freie Theaterszene weist in Wiesbaden sieben kleine Theater mit eigenen Spielstätten sowie zahlreiche freie Gruppen auf. Die Bildende Kunst ist kein Schwerpunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Wiesbaden, dennoch ist zu erwähnen, dass hier Anfang der 1960er Jahre die Bewegung *Fluxus* entstand. Außerdem hat sich das *Museum Wiesbaden* in den letzten Jahren zum international anerkannten Haus mit hochrangigem Profil entwickelt. Dafür wurde es von der Sektion des internationalen Kunstkritikerverbandes (AICA) als *Museum des Jahres 2007* ausgezeichnet. Der *Landesverband der Galerien in Hessen und Rheinland-Pfalz* hat seinen Sitz in Wiesbaden und ist Träger der Aktion *Kunst privat!*, bei der seit 2005 Unternehmen und Institutionen ihre privaten Kunstsammlungen der Öffentlichkeit präsentieren.

Charakteristisch für Wiesbaden ist, dass Hochkultur wie auch freie Kulturszene und Kleinkunst ihren Platz in der Stadt haben und sich ergänzen. Die Landeshauptstadt blickt auf eine lange und reiche Tradition in Kunst und Kultur zurück. Schon 1894 wurde das Neue Königliche Hoftheater, das heutige *Hessische Staatstheater*, eröffnet und richtete bereits damals die heute noch existierenden *Internationalen Maifestspiele* aus. Auch das *Museum Wiesbaden* mit einer der größten Sammlungen von Werken des Malers Alexej von Jawlensky entstand in dieser Zeit.

AKTEURE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die Unterstützung der Kreativbranche ist federführend bei der Wirtschaftsförderung der Stadt angesiedelt. Auf deren Initiative hin wurde 2007 der *Arbeitskreis Kommunikationsdesign* ins Leben gerufen. Seit 2006 gibt es bereits die *see-Conference*, eine der größten Designkonferenzen in Deutschland, die aktuelle Trends der Visualisierung von Information präsentiert und auch Einblicke in Architektur, Film, Kunst, Philosophie, Wissenschaft und Technik gewährt. Von großer Bedeutung ist auch die Veranstaltungsreihe *Access All Areas*.

Das Wiesbadener Netzwerk im Bereich Kommunikationsdesign ist sehr stark ausgeprägt. Einer der wichtigen regionalen Berührungspunkte ist das *Medienkompetenznetz Rhein-Main*, mit dessen Aufbau bereits 2001 auf Beschluss der Regionalkonferenz Rhein-Main begonnen wurde und in das die Landeshauptstadt eingebunden ist. Mit dem Kompetenznetz wurde eine Mediendatenbank für die Medienwirtschaft im Rhein-Main-Gebiet geschaffen, die zur stärkeren Vermarktung der Medienbranche auf nationaler und internationaler Ebene und zur Schärfung des Profils der Region beitragen soll.

Auch die übrigen Veranstaltungen und Projekte der Wirtschaftsförderung der Stadt sind für die Kreativwirtschaft offen, z. B. die Vorträge, Workshops und Wirtschaftsdialoge, zu denen sich regelmäßig auch Vertreter der großen Unternehmen einfinden.

Der Kulturwirtschaft kommt auch im Hinblick auf den Kulturtourismus im Wettbewerb der touristischen Angebote eine immer größere Bedeutung zu. Aus diesem Grunde hat die *IHK Wiesbaden* ebenfalls im Juni 2014 den *Ausschuss Kulturwirtschaft* ins Leben gerufen. Der Ausschuss setzt sich vor allem für eine optimale Vernetzung kultureller Institutionen mit Schnittstellen aus der Tourismuswirtschaft ein

sowie für eine Verbesserung der Transparenz der Kulturangebote nach innen und außen.

Beteiligte und Projekte aus Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft wie Film, Darstellende und Bildende Kunst oder Musik werden federführend vom Kulturdezernat betreut. Wenn gewinnorientierte Bestrebungen bzw. Existenzgründungen im Vordergrund stehen, ist die Wirtschaftsförderung zusätzlicher Ansprechpartner. Die Existenzgründungsförderung stellt einen weiteren Schwerpunkt der Wirtschaftsförderung der Stadt dar, bei dem man die Kultur- und Kreativwirtschaft als Ganzes beständig im Blick hat. Darüber hinaus existiert in Wiesbaden das Netzwerk Wissenschaft, an dem die Stadt, die IHK und die Hochschulen beteiligt sind, sowie kleinere, thematisch enger begrenzte informelle Netzwerke, deren Akteure sich aus dem gemeinsamen Studium heraus zusammen gefunden haben.

STANDORTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Dass Wiesbaden eine verhältnismäßig große Kultur- und Kreativwirtschaft besitzt, sieht man der Stadt nicht an, zumal sich große Teile der Ausbildungseinrichtungen außerhalb der Innenstadt befinden. Zwar gibt es hier einige *hidden champions*, die Wiesbadens Potenzial für die Kultur- und Kreativwirtschaft erkannt haben. Innovative Milieus, einschlägige Quartiere und Orte sind jedoch nicht so deutlich ausgeprägt wie in anderen Städten. Hervorzuheben sind der Standort Alte Kliniken/ Schulberg an der Platter Straße als Standort der Design- und Werbewirtschaft, der Medienpark Unter den Eichen und der 2012 gegründete Coworking Space und Hotspot *heimathafen* in der Innenstadt.

In Gründung befinden sich derzeit außerhalb der Innenstadt in Biebrich ein weiterer Coworking Space namens *StartWerk-A*, sowie der sogenannte *Makerspace* als Raum für experimentelles handwerkliches Arbeiten von Fräsen bis hin zu 3D-Druck in Wiesbaden-Kohlheck.

Wiesbaden verfügt über einige anspruchsvolle Galerien sowie über zahlreiche Atelierstandorte. Die Atelierhäuser stehen in der Regel freien Künstlern offen. Zu nennen sind u. a. die *Walkmühle*, das *Haus am Schulberg*, das *Buchhaus im Westend*, der Standort *Frauenmuseum* in der *Wörthstraße*. Deren Sichtbarmachung erfolgt im Rahmen von Veranstaltungen wie *Offene Ateliers*.

DESIGNTAGE WIESBADEN – ACCESS ALL AREAS

Wichtigstes Projekt neben der *see-Conference* ist die Veranstaltungsreihe *Access All Areas – Design in Wiesbaden*. Die Landeshauptstadt Wiesbaden, die IHK Wiesbaden, die Hochschule RheinMain und Wiesbadener Unternehmen richten die Reihe seit 2007 mit verschiedenen thematischen Veranstaltungen aus. Ziel von *Access All Areas* ist es, das vorhandene Angebot an Kreativagenturen und deren Leistungen in der Stadt, insbesondere bei potenziellen Auftraggebern, bekannter zu machen. Zum anderen soll die Identifikation der Kreativen mit ihrem Umfeld und ihre Kommunikation untereinander gefördert werden. Ein wichtiges Anliegen ist es auch, junge begabte Absolventen am Standort Wiesbaden zu halten, um dem Mangel an Fachkräften vorzubeugen. 2015 fanden die Veranstaltungen erstmals ganzjährig statt.

Arbeitskreis Kommunikationsdesign
Birgit Knetsch
Landeshauptstadt Wiesbaden
Dezernat für Wirtschaft
Rathaus/Schloßplatz 6
65183 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 31-5015
E-Mail: Dezernat.III@wiesbaden.de
www.wiesbaden.de



ACCESS
ALL
AREAS

DESIGN IN WIESBADEN

AUSSCHUSS KREATIVWIRTSCHAFT DER IHK WIESBADEN

Im Juni 2014 wurde der Kreativwirtschaftsausschuss der IHK Wiesbaden gegründet. Die 25 Mitglieder sind Repräsentanten aller Teilmärkte der Kreativwirtschaft mit Ausnahme der Bereiche Kunstmarkt, Architektur und Darstellende Künste. Vorsitzender des Ausschusses ist Stephan Fink, Vorstandsvorsitzender der 1988 von ihm mitgegründeten Fink & Fuchs PR AG in Wiesbaden. Fachlicher Leiter des Ausschusses ist Gordon Bonnet, der als Geschäftsführer bei der IHK Wiesbaden für Standort und Kommunikation verantwortlich ist.

Der Ausschuss will die Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft erhöhen und die Akteure der Kreativwirtschaft untereinander sowie mit anderen Netzwerken vernetzen. Darüber hinaus werden urheberrechtliche Fragen behandelt.

Der Arbeitskreis Kreativwirtschaft der IHK arbeitet derzeit an einer Landezone im Web unter dem Namen www.wi-kreativ.de. Hier sollen grundlegende sowie aktuelle Informationen für Kreative und kreative Hotspots gebündelt und attraktiv dargestellt werden – auch damit die Identifikation der Kreativen mit ihrer Stadt steigt.

Industrie- und Handelskammer Wiesbaden
Ausschuss Kreativwirtschaft
Wilhelmstr. 24-26
65183 Wiesbaden
www.wi-kreativ.de



DER HEIMATHAFEN

Der heimathafen Wiesbaden ist ein Coworking Space und Café in Wiesbaden Mitte. Er vermietet Arbeitsplätze und Büroräume an Gründer und Kreative, Konferenz- und Meetingräume an Firmen und Coaches – und verkauft Kaffee und Kuchen an jedermann. Die Betreiber des heimathafens verstehen sich dabei nicht nur als Vermieter oder Gastronomen, sondern vor allem als Kuratoren des Netzwerks, das in und um den heimathafen herum entsteht. Bei über 85 Veranstaltungen im Jahr ermöglicht der heimathafen Vernetzung, Wissensaustausch, Inspiration und Innovation. Start-ups treffen auf DAX-Konzerne, Freelancer auf Agenturen, junge Gründer auf erfahrene Mentoren. Neben Business- und Net(t)working-Events wie Donnerstak, Gründerfrühstück und Start-up Slam gibt es regelmäßig kulturelle Perlen wie Konzerte und Lesungen. Nicht nur eigene Veranstaltungen, auch zahlreiche Meetups und Stammtische im heimathafen zeugen von der pulsierenden Community.

heimathafen Wiesbaden
Karlstraße 22
65185 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 94580390
E-Mail: ahoi@heimathafen-wiesbaden.de
www.heimathafen-wiesbaden.de



ZUKÜNFTIGE PROJEKTE UND AUFGABEN

Trotz der vielseitigen Aktivitäten und Initiativen für die Branche kann die Vernetzung der einzelnen Teilbranchen untereinander und mit Institutionen der Stadt sowie mit der übrigen Wirtschaft weiter intensiviert werden.

Kerne oder Hotspots, um die herum sich entsprechende Milieus der Kultur- und Kreativwirtschaft bilden können, sind noch nicht ausreichend vorhanden. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund des hohen Mietpreisniveaus im Wiesbadener Immobilienmarkt von Bedeutung. Zurzeit bestehen Überlegungen, Räume leer stehender Immobilien im Besitz von Stadt oder Land für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nutzbar zu machen.

Angedacht ist von Seiten des IHK Ausschusses Kreativwirtschaft zudem eine Großveranstaltung im Kollektiv der Kreativwirtschaft in Wiesbaden mit zugkräftigen Speakern. Angestoßen wurde in Wiesbaden auch die Erstellung eines Kulturentwicklungsplans, der im Zusammenhang mit dem Integrierten Stadtentwicklungsprojekt (WISEK) zu betrachten ist.

goo.gl/viFC1v
www.wiesbaden.de/wirtschaft
www.kreativwirtschaft-hessen.de/wiesbaden
www.aaa-wiesbaden.de
www.startwerk-a.de
www.wi-kreativ.de
www.heimathafen-wiesbaden.de

Wir danken unseren Interviewpartnern
 Birgit Knetsch, Dezernat für Wirtschaft Wiesbaden,
 Ingrid Roberts, Kulturamt Wiesbaden,
 Stephan Fink, Ausschuss Kreativwirtschaft der IHK Wiesbaden,
 Dominik Hofmann, heimathafen Wiesbaden.

STARTWERK-A

Aktuell entsteht in Wiesbaden ein neuer Hotspot für die Wiesbadener Kreativwirtschaft: ein charmanter Altbau in Biebrich, der bisher als Verwaltungsgebäude genutzt wurde, wandelt sich zum Gründerzentrum StartWerk-A. Ab Frühjahr 2016 steht das Gebäude Gründern und Start-ups offen. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Angeboten für die Kreativwirtschaft.

Um Wiesbaden als starken Kreativstandort weiter zu stützen, wird das StartWerk-A zielgerichtet Veranstaltungen für Kreative bieten. Ziel ist es, unter dem Dach des StartWerk-A im wahrsten Sinn des Wortes Raum für Kreative zu schaffen: Büroflächen mit modernster Ausstattung im Flair des alten Backsteingebäudes, impulsgebende Events und wertvolle Kontakte dank regelmäßiger Networking-Veranstaltungen.

StartWerk-A
 StartWerk GmbH
 Schönbergstr. 3
 65199 Wiesbaden
 Telefon: +49 (0)611 / 88026677
 E-Mail: buero@startwerk-a.de
www.startwerk-a.de



A black and white close-up portrait of a man with a beard and closed eyes. The word "BOING!" is overlaid in large, bold, white capital letters across the center of his face. The man has short, dark hair and is wearing a patterned sweater over a light-colored t-shirt. The background is a plain, light color.

BOING!

3.3

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT: BUND UND EU

3.3.1

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT AUF BUNDESEBENE

Um die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu steigern und die Erwerbchancen innovativer kleiner Kulturbetriebe sowie freischaffender Künstlerinnen und Künstler zu verbessern, hat die Bundesregierung im Jahr 2007 die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft ins Leben gerufen. Koordiniert wird die Initiative vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM).

Ordnungspolitischer Ansatz der Initiative ist die politische Begleitung und Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenständigen, aufstrebenden Wirtschaftszweig mit auf Erwerb abzielenden privatwirtschaftlichen Unternehmen. Obwohl diesem Bereich bereits heute eine große volkswirtschaftliche Bedeutung beizumessen ist, verfügt er über weitere hohe Wachstums- und Beschäftigungspotenziale. Die im Rahmen der Initiative eingesetzten Maßnahmen zielen daher darauf ab, diese zu erschließen und die Wettbewerbsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter zu stärken.

Mit der Initiative sollen die häufig klein- und mittelständischen Unternehmen in die Lage versetzt werden, sich eigenständig und nachhaltig im Wettbewerb zu behaupten. Darüber hinaus soll das hohe Innovationspotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft noch sichtbarer und Kooperationen zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Wirtschaftsbranchen gefördert werden. Die Unterstützung und Begleitung der 11 Teilmärkte zielt vor allem auf eine effektivere Vernetzung, die Verbesserung der förderpolitischen Rahmenbedingungen und einen optimierten Zugang zu Daten und Informationen.

Das zentrale Thema der Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Innovationstransfer. Die Kultur- und Kreativwirtschaft erbringt nicht nur selbst besondere Innovationsleistungen, sondern leistet durch ihre vielseitigen Kooperationsbeziehungen und kreativen Vorleistungen für Kunden auch einen erheblichen indirekten Beitrag zu Wissenstransfer, Wachstum und Beschäftigung anderer Branchen und damit zu deren Innovationsfähigkeit. Mit Kooperations- und Netzwerkveranstaltungen wirbt die Initiative daher gerade im klassischen Mittelstand dafür, sich für Kooperationen mit der Kreativwirtschaft zu öffnen, um so das eigene Innovationspotenzial zu steigern.

Weitere Ziele der Initiative sind:

- die Bedeutung der Branche für die deutsche Wirtschaft stärker in die Öffentlichkeit zu tragen, insbesondere das große Innovationspotenzial der Branche sichtbar zu machen,
- die Erschließung positiver Zukunftsperspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft durch Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit,
- der Branche wirtschafts- und beschäftigungspolitisch die gleiche Anerkennung zu verschaffen, wie sie den etablierten Wirtschaftsbranchen zuteilwird.

Die Initiative steht ferner in engem Austausch mit den Verbänden, fördert einzelne Projekte und Kongresse und setzt sich in laufenden Gesetzgebungsverfahren für die Belange der Branche ein. Der jährlich erscheinende Monitoring-Bericht zur Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Wettbewerb Kultur- und Kreativpiloten Deutschland, mit dem besonders kreative und innovative Geschäftsideen ausgezeichnet werden, sind weitere Maßnahmen, mit denen die Initiative der Branche Gewicht und Gesicht gibt.

Im Koalitionsvertrag 2013 wurde vereinbart, die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter zu fördern und weiterzuentwickeln. Die Unterstützung soll im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft fortgesetzt und intensiviert werden.

Mit dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft hat die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft auf Bundesebene eine eigene zentrale Plattform für die Leitthemen der Initiative etabliert. Das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes trägt zur Umsetzung der Ziele der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung bei.

Es besteht auch in den kommenden Jahren weiter Handlungsbedarf zur Förderung der Branche durch den Bund. Gerade die Sichtbarmachung und Etablierung der Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenständige Wirtschaftsbranche sowie die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit klassischen Wirtschaftsbranchen bedarf weiterer Anstrengungen. Das Kompetenzzentrum wird ab 2016 neu ausgerichtet. Die Neuausrichtung erfolgt vor dem Hintergrund, dass mittlerweile viele Länder und Kommunen eigene Strukturen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft geschaffen haben. Dies zeigt, dass das Ziel der Aktivierung der regionalen Wirtschaftspolitik für die Belange der Kultur- und Kreativwirtschaft, – auch maßgeblich beeinflusst durch die Arbeit des Kompetenzzentrums und die Impulsfunktion des Bundes – zunehmend besser erreicht wird.

Die Pläne für die Neuausrichtung des Kompetenzzentrums ab 2016 sehen eine Verstärkung der Impulsfunktion des Bundes vor. Das Kompetenzzentrum soll weiterhin eine zentrale Anlaufstelle für die Leitthemen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft bilden und neben zahlreichen bundesweiten Veranstaltungen künftig einen stärkeren Fokus auf Forschungs-/Analysetätigkeiten setzen.

Im Mittelpunkt der Arbeit steht dabei die Förderung von Kooperationen zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Branchen, das Werben für das Innovationspotential der Kreativwirtschaft sowie das Angebot von Vernetzungsplattformen.

Das Kompetenzzentrum wird weiter Ansprechpartner für die Länder und Regionen sein. Auch im Transfer der im Kompetenzzentrum des Bundes vorhandenen Strukturen und gewonnenen Expertisen in mögliche landesspezifische Angebote liegt künftig ein Schwerpunkt der Aufgaben des Kompetenzzentrums.

Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

Seit 2010 werden jährlich in dem bundesweiten Wettbewerb 32 Kultur- und Kreativpiloten Deutschland Menschen gesucht, die mit einer besonderen kreativen oder kulturellen Idee unternehmerisch tätig werden möchten. Ziel des Wettbewerbs ist es, kreative Ideen in Geschäftsideen zu überführen.

www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
www.kultur-kreativpiloten.de
www.initiative-musik.de
www.foerderdatenbank.de
www.kompetenzzentrum.u-institut.de



3.3.2

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT AUF EU-EBENE

Die Kreativwirtschaft in der Europäischen Union⁶⁹ generierte laut einer Studie⁷⁰ im Jahr 2012 535,9 Mrd. Euro und beschäftigte über sieben Mio. Menschen. Die Bedeutung der Kreativwirtschaft ist sehr unterschiedlich: so macht sie in Österreich 10,4% der Wirtschaftsleistung aus, während es in der EU im Durchschnitt 5 % sind.

Drei Generaldirektionen arbeiten auf EU-Ebene zusammen, um die aktuellen und zukünftigen Leistungen besser zu koordinieren und die derzeit noch existierenden Barrieren abzubauen, was angesichts des Querschnittscharakters von Kultur- und Kreativwirtschaft von maßgeblicher Bedeutung ist.

Die Generaldirektion Bildung und Kultur wirbt insbesondere für kulturelle Vielfalt und interkulturellen Dialog, Kultur als Katalysator für Kreativität und europäische Kultur als lebendigen Teil auswärtiger Beziehungen. Sie ist zu einem Teil auch für *Creative Europe* verantwortlich, das das Teilprogramm KULTUR zur Unterstützung von Künstlern, Schauspielern und Musikern beinhaltet. Die Generaldirektion Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und KMU richtet sich an die Kultur- und Kreativwirtschaft im Sinne von Industrie und Unternehmern. Die Generaldirektion für Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien (CONNECT) ist verantwortlich für den audiovisuellen Sektor, die Strategie für einen digitalen Binnenmarkt und managt einen Teil des *Filmförderprogramms MEDIA (Creative Europe)*.

Im Europäischen Parlament wurde im Dezember 2014 eine fraktionsübergreifende Arbeitsgruppe für Kultur- und Kreativwirtschaft geschaffen. Der Europäische Rat nahm im Mai 2015 die *Schlussfolgerungen des Rates zu kulturellen und kreativen Crossover-Effekten zur Förderung von Innovation, wirtschaftlicher Nachhaltigkeit und sozialer Inklusion* an. Der

Rat für Wettbewerbsfähigkeit rief im Juni zu Maßnahmen auf, die der Kultur- und Kreativwirtschaft helfen. Eine Reihe von Maßnahmen wurden durch die Kommission und ihre Generaldirektionen eingesetzt, zum Beispiel:

- die Mitteilung *Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU* unterstützen im Jahr 2012,
- das Programm *Creative Europe*,
- die Bürgerschaftsfazilität für die Kreativwirtschaft und einiges mehr.

Die Generaldirektion Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und KMU förderte die *European Creative Industries Alliance (ECIA)* und deren *Policy Learning Platform*: Die ECIA lieferte ihre abschließenden Empfehlungen im November 2014.

Das Pilotprojekt *Worth* für KMU der Generaldirektion Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und KMU verbindet Unternehmen aus den Bereichen Design und Produktion in der Mode- und Lifestyle-Branche, um ihre Designkapazitäten zu erhöhen sowie neue Produkte und Dienstleistungen durch Zusammenarbeit zu kreieren (www.worth-project.eu).

69: Europäische Kommission, Generaldirektion Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und KMU (GROWTH), Abteilung „Tourismus, aufstrebende und kreative Wirtschaftszweige“ (Ansprechpartnerin: Agnieszka Wojdyr) und Creative Europe Desk KULTUR (Projektleiterin Sabine Bornemann).

70: Ernst & Young: Wachstum schaffen. Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU, 2014.

Unter *Horizont 2020* gibt es eine Reihe von Programmaufrufen für die Kreativwirtschaft, besonders im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT). Einige Beispiele möglicher weiterer Aktionen schließen ein:

- Hervorhebung des Bedarfs an vergleichbaren Statistiken und Daten, auch um den Einfluss der Kreativwirtschaft auf den allgemeinen Innovationsprozess zu dokumentieren.
- Auf dem Gebiet des Zugangs zu Finanzierung spricht die Bürgerschaftsfazilität einige Probleme an im Zusammenhang damit, wie kreative Firmen Darlehen erhalten; sie schließt auch einen Aufbau von Kapazitäten für Finanzinstitutionen mit ein.
- Die Kapitalmarktunion zielt auf eine leichtere Zirkulation von Kapital in der EU, und eine der Prioritäten ist die Verbesserung des Venture-Capital-Ökosystems.
- Weitere Ermutigung der EU-Regionen und der Mitgliedstaaten, von den Struktur- und Investitionsfonds der EU Gebrauch zu machen, um ihre Kreativwirtschaft in koordinierter Weise zu entwickeln.
- Außerdem sollten mehr kohärente und koordinierte Ansätze für eine bessere Nutzung existierender EU-Instrumente gefördert werden, einschließlich *Horizont 2020*, *COSME*, *Creative Europe*, *ESIF* usw., um die Kreativwirtschaft zu unterstützen.
- Um die Erstellung qualitativ-hochwertiger Inhalte anzuregen, müssen kreative Bemühungen geschützt und die angemessene Bezahlung von Urhebern sichergestellt werden.
- Es muss noch mehr getan werden, um europäischen Firmen bei der Internationalisierung und Erschließung neuer Märkte zu helfen. Untersucht werden sollte, wie einige vorhandene Lösungen noch besser für die Kultur- und Kreativwirtschaft eingesetzt werden können, z. B. das Enterprise Europe Network, die Missions for growth, IPR Helpdesks in Drittländern usw.

Der Aktionsplan für *designerorientierte Innovation* zielt darauf ab, die Aufnahme von Design in die Innovationspolitiken zu beschleunigen und die Kapazitäten und Kompetenzen zu schaffen, die nötig sind, um diese Politiken umzusetzen. Er fördert das bessere Verständnis der Auswirkung von Design auf Innovation und auf den Gebrauch von designerorientierter Innovation in der Industrie, um Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und Neuerungen im öffentlichen Sektor anzustoßen. Eine *Design for Europe*-Plattform wurde eingerichtet, um Bildung, Vernetzung und politische Entscheidungen zu unterstützen.

Im Rahmen von *Horizont 2020* werden Maßnahmen umgesetzt, die darauf abzielen, die Aufnahme von Forschungsergebnissen aus dem Bereich IKT und neue Technologien umzusetzen und die Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft durch eine Vielzahl an *Horizont-2020*-Instrumenten zu unterstützen (*Access to finance*, *SME instrument* usw.).

Die Kultur- und Kreativwirtschaft sollte zukünftig mehr zusammenarbeiten, um die Interessen der Kultur- und Kreativwirtschaft als Ganzes zu stärken. Dies würde es erleichtern, kohärente Strategien und Lösungen zu entwickeln für effektive politische Entscheidungen auf allen Regierungsebenen. Es würde auch dazu beitragen, das Bewusstsein für den Wert der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie deren Beitrag zu Wachstum und Innovation zu erhöhen.

www.creative-europe-desk.de
www.horizont2020.de
europa.eu/pol/cult/index_de.htm
designforeurope.eu
www.een-hessen.de
www.eciaplatform.eu



KREATIVES EUROPA (2014–2020)

Die Kernaufgabe der Kontaktstelle ist es, zu europäischen Fördermöglichkeiten für Kulturprojekte zu beraten und zu informieren. In erster Linie berät sie zum jeweils aktuellen Kulturförderprogramm der EU, derzeit KREATIVES EUROPA (Laufzeit 2014–2020, Budget 1,46 Mrd. Euro), dem EU-Programm zur Unterstützung der europäischen Kultur- und Kreativbranche. KREATIVES EUROPA ist das gemeinsame Dach verschiedener Teilprogramme, die – zuvor unabhängig – nun darin zusammengefasst sind.

- Das Teilprogramm KULTUR fördert spartenspezifische oder spartenübergreifende, grenzüberschreitende Non-profit-Projekte, die in der Regel von internationalen Partnerkonsortien gemeinsam konzipiert und umgesetzt werden. Rein audiovisuelle Projekte sind hier nicht förderfähig. Für das Teilprogramm KULTUR ist für die siebenjährige Programmlaufzeit ein Budgetanteil von 455 Mio. Euro (ca. 31 % des Gesamtbudgets von KREATIVES EUROPA) veranschlagt.
- Das Teilprogramm MEDIA fördert die europäische Filmbranche sowie die europäische Games-Industrie. MEDIA ist kein Medienprogramm, fördert also nicht im weitesten Sinne Medien, sondern steht als Akronym für „Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle“. Auf MEDIA sollen während der Förderperiode 2014–2020 56 % des gesamten Budgets entfallen.
- Der sektorübergreifende Bereich (cross-sectoral strand) umfasst 13 % des Budgets von KREATIVES EUROPA: Der grenzübergreifende Bereich soll ab 2016 einen Garantiefonds beinhalten, der vom EIF verwaltet wird. Der Garantiefonds soll Mikrounternehmen sowie KMU der Kultur- und Kreativbranche den Zugang zu Krediten erleichtern. Genauere Details zur Ausgestaltung dieses Fonds sind derzeit noch nicht bekannt. Zusätzlich werden aus dem sektorübergreifenden Bereich Sonderausschreibungen gefördert.

In und um Frankfurt gibt es eine lebendige Kunst- und Kulturszene mit sehr vielen mutigen, optimistischen und kreativen Menschen, die in dieser Stadt etwas bewegen wollen.

Stella Friedrichs | Gründerin Stilblüten Festival für Mode und Design, Frankfurt am Main

71: CCP Deutschland: www.goo.gl/3YJcxn

72: CCP Deutschland: www.goo.gl/S8SrwB

73: CCP Deutschland: www.goo.gl/IIEuVs

74: CCP Deutschland: www.goo.gl/f2WEyq

75: CCP Deutschland: www.goo.gl/vCrCtm

Der Creative Europe Desk KULTUR (www.creative-europe-desk.de) berät innerhalb von KREATIVES EUROPA ausschließlich zum Teilprogramm KULTUR. Für das Teilprogramm MEDIA gibt es innerhalb Deutschlands vier gesonderte Beratungsstellen, die regional zu diesem Teilprogramm beraten.

Wer ist im Teilprogramm KULTUR teilnahmeberechtigt?

Das Teilprogramm KULTUR richtet sich an juristische Personen (öffentlich oder privatrechtlich, natürliche Personen sind nicht antragsberechtigt), die ihren Sitz in einem der am Programm teilnehmenden Länder haben. Die Einrichtungen müssen nachweisen, dass sie einen kulturellen Zweck verfolgen und im Kulturbereich aktiv sind. Das Teilprogramm KULTUR richtet sich u. a. auch an Einrichtungen der Kultur- und Kreativwirtschaft, allerdings sind hier Kultureinrichtungen im weiteren Sinne angesprochen, also auch nicht profitorientierte Kultureinrichtungen.

Was wird gefördert?

Das Teilprogramm KULTUR umfasst insgesamt vier Förderbereiche:

- Europäische Kooperationsprojekte^{71,72}
- Europäische Netzwerke⁷³
- Europäische Plattformen⁷⁴
- Literarische Übersetzungen⁷⁵

Das Teilprogramm MEDIA umfasst:

- Kompetenzaufbau und berufliche Schulung für audiovisuelle Fachkräfte,
- Entwicklung von Spielfilmen, Animationen, kreativen Dokumentarfilmen und Videospielen für das europäische Kino, Fernsehmärkte und andere Plattformen,
- Verbreitung und Verkauf audiovisueller Arbeiten innerhalb und außerhalb Europas,
- Filmfestivals, die europäische Filme zeigen,
- Fonds für die internationale Koproduktion von Filmen sowie

- Publikumsentwicklung, um Filmkompetenz zu fördern und das Interesse an europäischen Filmen durch vielfältige Events zu stärken.
- Für Rückfragen zu MEDIA ist das Team in Hamburg, Düsseldorf, Potsdam oder München zuständig.⁷⁶

Weitere möglicherweise interessante EU-Programme für die Kultur- und Kreativwirtschaft:

- COSME: EU-Förderprogramm zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU.^{77,78}
- HORIZONT 2020 ist das Rahmenprogramm der Europäischen Union für Forschung und Innovation. Ziel ist es u. a., Forschung und Gesellschaft anzunähern. Insbesondere in der 6. Gesellschaftlichen Herausforderung wird es über die gesamte Förderperiode spezifische Ausschreibungen zu Kulturthemen geben.⁷⁹
- HORIZONT 2020 enthält u. a. auch ein KMU-Instrument.⁸⁰
- ESF: Der Europäische Sozialfonds soll Beschäftigung in Europa fördern. Zum Teil gibt es hier über das Bundes- oder das Länderprogramm des ESF ebenfalls Möglichkeiten für die Kultur- und Kreativwirtschaft.⁸¹

76: CCP Deutschland: www.goo.gl/z80oAo

77: BMWi: www.goo.gl/YOqbO1

78: Hier ist das Enterprise Europe Network beratend tätig: www.een-deutschland.de.

79: www.nks-swg.de.

80: Ansprechpartner für diesen Teil des Programms ist die NKS KMU: www.nks-kmu.de.

81: ESF: www.goo.gl/oUGnKl

ANHANG

STATISTISCHE GRUNDLAGE

Söndermann, Michael: Kurzanleitung zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft.

Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland: www.goo.gl/SDMm3S

Die Wirtschaftsministerkonferenz hatte im Dezember 2009 erstmals eine Empfehlung zur Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft ihrer Teilmärkte verabschiedet und empfiehlt, die im Dezember 2011 an die Wirtschaftszweig-systematik 2008 (WZ 2008) angepasste Systematisierung und Klassifizierung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu verwenden.

METHODISCHE ANMERKUNGEN

Die statistischen Daten über Umsatz und Beschäftigung der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft sind nach der von der Wirtschaftsministerkonferenz im Jahr 2011 vorgeschlagenen Definition und Teilmarktgliederung abgegrenzt.

Selbstständige bzw. Freiberufler sind teilweise als „Unternehmen“ in der Umsatzsteuerstatistik erfasst, wenn sie einen Jahresumsatz haben, der über 17.500 Euro liegt. Dort nicht enthalten sind Selbstständige bzw. Freiberufler mit einem geringeren Jahresumsatz. Auch Mit-Unternehmensinhaber (bei mehreren gleichberechtigten Inhabern) sowie mithelfende Familienangehörige werden nicht erfasst. In der Kultur- und Kreativwirtschaft freiberuflich Tätige und selbstständige Künstler sind teilweise bei der Künstlersozialkasse Oldenburg in den vier Versicherungskategorien Wort, Bildende Kunst, Musik und Darstellende Kunst erfasst. Dabei handelt es sich überwiegend um freiberuflich Tätige mit einem Jahresumsatz unter 17.500 Euro. Letztendlich kann also die Größe der Gruppe der Selbstständigen und Freiberufler in der Kultur- und Kreativwirtschaft nur annäherungsweise bestimmt werden.

INTERVIEWPARTNER

DARMSTADT

Michael Kolmer

Wissenschaftsstadt Darmstadt, Amt für
Wirtschaft und Stadtentwicklung

Luisenplatz 5 A | 64283 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 / 133780
E-Mail: michael.kolmer@darmstadt.de
[www.darmstadt.de/standort/wirtschaft/
kultur-kreativwirtschaft](http://www.darmstadt.de/standort/wirtschaft/kultur-kreativwirtschaft)

Prof. Ludger Hünnekens

Kulturreferent und Erster Betriebsleiter
des Eigenbetriebs Kulturinstitute,
Wissenschaftsstadt Darmstadt

Luisenplatz 5 A | 64283 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 / 133922
E-Mail: kulturamt@darmstadt.de
www.darmstadt.de/darmstadt-erleben/kultur

Peter P. Schmidt

KREATIVE DARMSTADT e.V.

KREATIVE DARMSTADT e.V.
Alicenstr. 26a | 64293 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 / 1011010
mail@kreative-darmstadt.de
www.kreative-darmstadt.de

FRANKFURT AM MAIN

Manuela Schiffner

Wirtschaftsförderung Frankfurt

Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft
Hanauer Landstr. 128 | 60314 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 21236213
manuela.schiffner@frankfurt-business.net
www.frankfurt-business.net/kreativwirtschaft

Antje Runge

Kulturamt Frankfurt am Main
Stadt Frankfurt am Main – Der Magistrat

Kulturamt Frankfurt am Main
Brückenstr. 3-7 | 60594 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 21240023
E-mail: antje.runge@stadt-frankfurt.de
www.kultur-frankfurt.de

Jakob Sturm

basis e.V.

basis e.V.
Produktions- und Ausstellungsplattform
Gutleutstr. 8-12 | 60329 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 40037617
E-Mail: jakob@basis-frankfurt.de
www.basis-frankfurt.de

Wolfgang Weyand

CluK e.V.

Cluster der Kreativwirtschaft in
Hessen (CluK) c/o [MAINRAUM]
Gründerhaus Kreativwirtschaft
Ostbahnhofstr. 15 | 60314 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 590452
E-Mail: info@cluk.de
www.cluk.de

GIESSEN**Petra Stuhlmann**

Wirtschaftsförderung Gießen

Universitätsstadt Gießen
Wirtschaftsförderung
Berliner Platz 1 | 35390 Gießen
Telefon: +49 (0)641 / 3061060
E-Mail: petra.stuhlmann@giessen.de
www.giessen.de/Wirtschaft_in_Gießen/
Kulturwirtschaft

Simone Maiwald

Kulturamt Gießen

Universitätsstadt Gießen
Kulturamt
Berliner Platz 1 | 35390 Gießen
Telefon: +49 (0)641 / 3062021
E-Mail: simone.maiwald@giessen.de
www.giessen.de/Kultur_Freizeit_Sport
www.goo.gl/HMFBxJ

Manuela Weichenrieder u. Jörg Wagner

Kümmerei Gießen

Moltkestr. 11 | 35390 Gießen
Telefon: +49 (0)171 / 8190246
Telefon: +49 (0)163 / 4769674
E-Mail: kultur@kuemmerei.org
www.kuemmerei.org

HANAU**Erika Schulte**

Geschäftsführerin Wirtschaftsförderung Hanau

Hanau Wirtschaftsförderung GmbH
Hessen-Homburg-Platz 7 | 63452 Hanau
Telefon: +49 (0)6181 / 2958092
E-Mail: erika.schulte@hanau.de
www.hanau.de/wirtschaft/foerderung

Martin HoppeFachbereich Kultur, Stadtidentität und
Internationale Beziehungen

Am Markt 14–18 | 63450 Hanau
Telefon: +49 (0)6181 / 2951723
E-Mail: Martin.Hoppe@hanau.de
www.hanau.de/kultur
www.hanau-neu-erleben.de

Mike Raven

Barbizz e.V.

Barbizz e.V. – Verein zur Förderung
der Stadtkulturentwicklung
Hafenstraße 2 | 63450 Hanau
Telefon: +49 (0)171 / 3642101
E-Mail: backoffice@barbizz.de
www.barbizz.de

KASSEL**Dorothee Rhiemeier u. Tobias Hartung**

Kulturamt Kassel

Stadt Kassel, Kulturamt
Obere Königsstr. 8 | 34117 Kassel
Telefon: +49 (0)561 / 7871252
Telefon: +49 (0)561 / 7874001
E-Mail: dorothee.rhiemeier@kassel.de
E-Mail: tobias.hartung@kassel.de
www.kassel.de/kultur
www.goo.gl/gmYtB8

MARBURG**Dr. Richard Laufner**

Magistrat der Universitätsstadt Marburg

Fachdienst 41 – Kultur
Markt 7 | 35037 Marburg
Telefon: +49 (0)6421 / 2011467
E-Mail: richard.laufner@marburg-stadt.de
www.marburg.de/detail/11669

OFFENBACH AM MAIN**Ria Baumann**

Kreativwirtschaft Stadt Offenbach am Main

Herrnstr. 61 | 63065 Offenbach
Telefon: +49 (0)69 / 80652392
E-Mail: ria.baumann@offenbach.de
www.offenbach.de/wirtschaft
www.goo.gl/p4i1NB

Dr. Ralph Philipp Ziegler

Kulturamt, Stadt Offenbach am Main

Amt für Kulturmanagement
Herrnstr. 61 | 63065 Offenbach
Telefon: +49 (0)69 / 80652360
E-Mail: kultur@offenbach.de
www.offenbach.de/kulturbuero
www.goo.gl/T7QFh6

Loimi Brautmann

Urban Media Project

Frankfurter Str. 91 | 63067 Offenbach
Telefon: +49 (0)69 / 37303846
E-Mail: info@urbanmediaproject.de
www.urbanmediaproject.de
www.oflovesu.com

Mirjam Schwan

IHK Offenbach/Design to Business

Industrie- und Handelskammer
Offenbach am Main
Frankfurter Str. 90 | 63067 Offenbach
Telefon: +49 (0)69 / 8207251
E-Mail: schwan@offenbach.ihk.de
www.design-to-business.de

RÜSSELSHEIM AM MAIN**Christian Reiling**

Kulturmanager der Stadt Rüsselsheim am Main

Magistrat Rüsselsheim am Main
Marktplatz 4 | 65428 Rüsselsheim am Main
Telefon: +49 (0)6142 / 832027
E-Mail: kultursteuerung@ruesselsheim.de
www.goo.gl/ke1HDC

WIESBADEN**Birgit Knetsch**

Wirtschaftsförderung Wiesbaden

Landeshauptstadt Wiesbaden
Dezernat für Wirtschaft und Personal
Rathaus, Schloßplatz 6 | 65183 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 315015
E-Mail: Dezernat.III@wiesbaden.de
www.wiesbaden.de
www.goo.gl/P9pck

Ingrid Roberts

Kulturamt Wiesbaden

Landeshauptstadt Wiesbaden, Kulturamt
Schillerplatz 1–2 | 65185 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 313640
E-Mail: kultur@wiesbaden.de
www.wiesbaden.de/kultur
www.goo.gl/xsUI2y

Gordon Bonnet

Ausschuss Kreativwirtschaft der IHK Wiesbaden

Industrie- und Handelskammer Wiesbaden
Ausschuss Kreativwirtschaft
Wilhelmstr. 24–26 | 65183 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 1500-147
E-Mail: g.bonnet@wiesbaden.ihk.de
www.wi-kreativ.de

Dominik Hofmann

heimathafen Wiesbaden

Karlstraße 22 | 65185 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 94580390
E-Mail: ahol@heimathafen-wiesbaden.de
www.heimathafen-wiesbaden.de

ADRESSLISTE KULTURWIRTSCHAFT

WERBEMARKT

Art Directors Club für Deutschland (ADC) e.V.
Sektion Frankfurt
Franklinstraße 15 | 10587 Berlin
Telefon: +49 (0)30 / 59003100
E-Mail: sektion.frankfurt@adc.de

Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.
Neue Mainzer Str. 22 | 60311 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 2560080
E-Mail: info@gwa.de

GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V.
Wöhlerstr. 3–5 | 60323 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 710423260
E-Mail: info@gpra.de

Marketing Club Frankfurt e.V.
c/o Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstr. 251 | 60326 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 90737971
E-Mail: mcf@marketingclub-frankfurt.de

SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE

gamearea-FRM e.V.
c/o Deck13 Interactive GmbH
Gutleutstr. 82 | 60329 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 71671660
E-Mail: sarah@gamearea-frm.de

Initiative GAMEplaces
Hanauer Landstr. 126–128 | 60314 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 21236214
E-Mail: games@frankfurt-business.net

International Game Developer Association (IGDA) Chapter Frankfurt
www.igda.org

INM-Institut für Neue Medien e.V.
Schmickstr. 18 | 60314 Frankfurt
Tel.: +49 (0)69 / 25754000
E-Mail: office@inm.de

PRESSEMARKT

Christliche Medienakademie in Wetzlar
Steinbühlstr. 3 | 35578 Wetzlar
Telefon: +49 (0)6441 / 915166
E-Mail: info@christliche-medienakademie.de

Deutscher Journalisten-Verband (DJV) Landesverband Hessen e.V.
Rheinbahnstr. 3 | 65185 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 3419124
E-Mail: info@djhessen.de

Frankfurter PresseClub
Ulmenstr. 20 | 60325 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 288800
E-Mail: info@frankfurterpresseclub.de

Verband Druck und Medien Hessen e.V. (VDMH)
Hanauer Landstr. 114–116 | 60314 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 9596780
E-Mail: info@vdmh.de

Verband Hessischer Zeitungsverleger e.V.
FFH-Platz 1 | 61116 Bad Vilbel
Telefon: +49 (0)6101 / 98890
E-Mail: vhzv@ffh.de

Wiesbadener Presseclub
Wilhelmstr. 19 | 65183 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 374070
E-Mail: pcwiesbaden@t-online.de

DESIGNWIRTSCHAFT

AGD Frankfurt/Main
Herbert Popp, Regionalsprecher Frankfurt
Tiroler Straße 72 | 60596 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 / 97086690
E-Mail: frankfurt@agd.de

Angewandte Kunst Hessen e.V.
Bierstadter Str. 45 | 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 1360
E-Mail: info@angewandte-kunst-hessen.de

Bundesverband Kunsthandwerk e.V.
Windmühlstr. 3 | 60329 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 740231
E-Mail: info@bundesverband-kunsthandwerk.de

designerinnen forum e.V.
Regionalgruppe Hessen
Dipl. Des. Cornelia Dollacker
Am Wiesengrund 4 | 63075 Offenbach
Telefon: +49 (0)69 / 825720
E-Mail: info@hessen.df-regionalgruppe.de

Deutscher Designer Club e.V. (DDC)
Große Fischerstr. 7 | 60311 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 71915480
E-Mail: office@ddc.de

DWB Hessen e.V.
Inheidener Str. 2 | 60385 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 285580
E-Mail: hessen@deutscher-werkbund.de

Gesellschaft für Goldschmiedekunst e.V.
Altstädter Markt 6 | 63450 Hanau
Telefon: +49 (0)6181 / 256556
E-Mail: gfg-hanau@t-online.de

Hessen Design e.V.
Eugen-Bracht-Weg 6 | 64287 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 / 1591911
E-Mail: info@hessendesign.de

Institut für Neue Technische Form e.V. (INTEF)
Friedensplatz 10 | 64283 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 / 48008
E-Mail: info@intef.de

Netzwerk Deutscher Mode- und Textildesigner e.V. (VMDM)
Semmelstr. 42 | 97070 Würzburg
Telefon: +49 (0)931 / 4654290
E-Mail: vmdm@fashiondesign.de

Rat für Formgebung
Friedrich-Ebert-Anlage 49 | 60327 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 7474860
E-Mail: info@german-design-council.de

Verband Deutscher Industrie Designer (VDID) Region Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
Markgrafenstr. 15 | 10969 Berlin
Telefon: +49 (0)30 / 74078556
E-Mail: mail@vdid.de

ARCHITEKTURMARKT

Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen
Bierstadter Str. 2 | 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 17380
E-Mail: info@akh.de

Bund Deutscher Architekten BDA im Lande Hessen e.V.
Landessekretariat
Braubachstr. 10/12 | 60311 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 283156
E-Mail: kontakt@bda-hessen.de

Kasseler Architekturzentrum im Kasseler Kulturbahnhof (KAZ im KUBA)
Hessenallee 2 | 34130 Kassel
Telefon: +49 (0)561 / 707755
E-Mail: kaz@kazimkuba.de

Wiesbadener Architekturzentrum (WAZ)
Nettelbeckstr. 13 | 65195 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 / 5040480
E-Mail: info@waz-wiesbaden.de

SRL – Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V. / Regionalgruppe Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
Yorckstraße 82 | 10965 Berlin
Telefon: +49 (0)30 / 27874680
E-Mail: info@srl.de

FILMWIRTSCHAFT

Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm e.V. / AG DOK
Schweizer Str. 6 | 60594 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 / 623700
E-Mail: agdok@agdok.de

Deutsches Filminstitut e.V.

Schaumainkai 41 | 60596 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 961220220
 E-Mail: info@deutsches-filminstitut.de

Filmbüro Hessen

Ostbahnhofstr. 15 | 60314 Frankfurt
 Tel: +49 (0)69 / 13379618
 E-Mail: info@film-hessen.de

Filmhaus Frankfurt

Ostbahnhofstr. 15 | 60314 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 13379994
 E-Mail: info@filmhaus-frankfurt.de

Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung

Murnaustr. 6 | 65189 Wiesbaden
 Telefon: +49 (0)611 / 9770821
 E-Mail: vorstand@murnau-stiftung.de

Kuratorium junger deutscher Film

Rheingaustr. 140 | 65203 Wiesbaden
 Telefon: +49 (0)611 / 602312
 E-Mail: info@kjdf.org

Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO)

Murnaustr. 6 | 65189 Wiesbaden
 Telefon: +49 (0)611 / 778910
 E-Mail: spio@spio-fsk.de

Vereinigung der Hessischen Filmwirtschaft

Hanauer Landstr. 52 | 60314 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 430894122
 E-Mail: info@vhfw.de

BUCHMARKT**Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.**

Braubachstr. 16 | 60311 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 13060
 E-Mail: info@boev.de

Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung

Alexandraweg 23 | 64287 Darmstadt
 Telefon: +49 (0)6151 / 40920
 E-Mail: sekretariat@deutscheakademie.de

Deutsches Polen-Institut

Residenzschloss | 64283 Darmstadt
 Telefon: +49 (0)6151 / 42020
 E-Mail: kaluza@dpi-da.de

Frankfurter Goethe-Haus

Freies Deutsches Hochstift
 Großer Hirschgraben 23–25 | 60311 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 138800
 E-Mail: info@goethehaus-frankfurt.de

Gesellschaft für Deutsche Sprache in Wiesbaden

Spiegelgasse 7 | 65183 Wiesbaden
 Telefon: +49 (0)611 / 999550
 E-Mail: sekr@gfds.de

Hessisches Literaturforum im Mousonturm e.V.

Waldschmidtstr. 4 | 60316 Frankfurt
 Tel: +49 (0)69 24449941
 E-Mail: info@hlfm.de

PEN-ZENTRUM DEUTSCHLAND e.V.

Kasinostr. 3 | 64293 Darmstadt
 Telefon: +49 (0)6151 / 23120
 E-Mail: info@pen-deutschland.de

Literaturfonds Darmstadt e.V.

Alexandraweg 23 | 64287 Darmstadt
 Telefon: +49 (0)6151 / 40930
 E-Mail: info@deutscher-literaturfonds.de

Literarisches Zentrum Gießen e.V.

Südanlage 3a | 35390 Gießen
 Telefon: +49 (0)641 / 97282517
 E-Mail: info@lz-giessen.de

Romanfabrik e.V.

Hanauer Landstr. 186 | 60314 Frankfurt
 Tel: +49 (0)69 / 4940902
 E-Mail: m.hohmann@romanfabrik.de

Stiftung Buchkunst im Haus des Buches

Braubachstr. 16 | 60311 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 1306840
 E-Mail: info@stiftung-buchkunst.de

MUSIKWIRTSCHAFT**Archiv Frau und Musik**

Heinrich-Hoffmann-Str. 3 | 60528 Frankfurt
 Tel: +49 (0)69 95928685
 Email: info@archiv-frau-musik.de

Museum für moderne elektronische Musik

Friedberger Anlage 8 | 60314 Frankfurt
 E-Mail: contact@momem.org

Frankfurter Musikinitiative VirusMusik

Germaniastr 89 | 60389 Frankfurt
 Tel: +49 (0)69 94590017
 E-Mail: radio@virusmusik.de

Hessisches Musikarchiv der Philipps-Universität Marburg

Biegenstr. 11 | 35037 Marburg
 Telefon: +49 (0)6421 / 2822269
 E-Mail: hma@staff.uni-marburg.de

Jazz e.V.

Marienstr. 52 | 63069 Offenbach
 Telefon: +49 (0)69 / 839334
 E-Mail: webmaster@jazz-ev-of.de

Jazzinstitut Darmstadt

Bessunger Str. 88d | 64285 Darmstadt
 Telefon: +49 (0)6151 / 963700
 E-Mail: jazz@jazzinstitut.de

Landesmusikrat Hessen e.V.

Schloss Hallenburg
 Gräfin-Anna-Str. 4 | 36110 Schlitz
 Telefon: +49 (0)6642 / 911319
 E-Mail: info@landesmusikrat-hessen.de

Verband unabhängiger Musikunternehmen

Fidicinstr. 3 | 10965 Berlin
 Telefon: +49 (0)30 / 53065856
 E-Mail: info@vut.de

Waggong e.V.

Germaniastr. 89 | 60389 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 466202
 E-Mail: info@waggong.de

MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNST**Frankfurt LAB**

Schmidtstr. 12 | 60326 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 73941693
 E-Mail: info@frankfurt-lab.de

Tanzlabor 21/Tanzbasis

Waldschmidtstr. 4 | 60316 Frankfurt
 Telefon: +49 (0)69 / 40589564
 E-Mail: kontakt@tanzlabor21.de

RUNDFUNKWIRTSCHAFT**Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen)**

Wilhelmshöher Allee 262 | 34131 Kassel
 Telefon: +49 (0)561 / 935860
 E-Mail: lpr@lpr-hessen.de

KUNSTMARKT**Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler Landesverband Hessen**

c/o Christiane von Götz
 Riedeselstr. 15 | 64283 Darmstadt
 Telefon: +49 (0)6151 / 9181516
 E-Mail: info@bbk-hessen.de

Landesverband der Galeristen in Hessen und Rheinland-Pfalz e.V.

1. Vorsitzende: Christine Rother
 Taunusstr. 52 | 65183 Wiesbaden
 E-Mail: rother@rother-Winter.de
 Telefon: +49 (0)611 / 379967
 Mobil: +49 (0)179 / 6675836

QUELLEN UND LITERATUR

Arndt, Dr. Olaf u. a. (2012): Kreativ-Report NRW, Düsseldorf, Bundesagentur für Arbeit (2013): Der Arbeitsmarkt für Akademikerinnen und Akademiker in Deutschland – Ingenieurwissenschaften, Nürnberg.

Bundesarchitektenkammer (2014), Analyse der Bürostruktur, Umsätze und Erträge der selbstständig tätigen Mitglieder der Architektenkammern, Berlin.

Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 2012/13.

Ernst & Young (2014): Wachstum schaffen. Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU.

Florida, Richard (2002): The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life, New York.

Florida, Richard (2015): One Reason It's So Hard to Become a Creative Superstar City': www.goo.gl/cvEEoj

Frankfurter Rundschau vom 4. März 2010.

Gemeinnützige Kulturfonds Frankfurt RheinMain GmbH (2015): Kulturfonds Frankfurt RheinMain, Bad Homburg.

Lange, Bastian u. a. (2013): Akustisches Kapital, Wertschöpfung in der Musikwirtschaft, Bielefeld.

Landry, Charles (2000): The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators, London.

lpr-forum-medienzukunft (2015): Weitergeleitet ins Netz, Journalismus im Transformationsprozess, 12. März, Frankfurt. Ausführungen von Joachim Becker, Direktor des Landespresserats (LPR) Hessen.

Schulze, Rainer: Letzte Auflage des Phono-Pop – Noch ein Freiluftfestival weniger, FAZ, 15.07.2015

Söndermann, Michael: Beitrag „Kulturwirtschaft“ in Kulturpolitische Mitteilungen Nr. 116, 1/2007

Stahl, Susanne (2015) Handgefertigt!, Manufakturen in Frankfurt und Umgebung, Frankfurt.

Studio UC Klaus Overmeyer (Berlin) im Auftrag von Kulturamt und Stadtplanungsamt (2010): Kulturwirtschaft Kassel.

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013, Bericht im Rahmen des Projekts „Stand und Perspektiven der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft 2013–2015“

Statistische Grafiken: Berechnungen der Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit

WirtschaftsWoche online: „Das Comeback des Plattenspielers: www.goo.gl/LmrjF8

Ausführliche Linklisten zu den Institutionen, Veranstaltungen, Wettbewerben und Auszeichnungen finden Sie unter: www.kreativwirtschaft-hessen.de/kreativbranche/branche

BILDQUELLEN

Titelbild Getty Images

Portraits OPAK Werbeagentur, Frankfurt am Main

IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Susanne Stöck

Geschäftsstelle Kultur- und

Kreativwirtschaft bei der

HA Hessen Agentur GmbH

susanne.stoeck@hessen-agentur.de

Telefon +49 (0)611 / 950178329

ICH SUCHE NICHT, ICH FINDE (Pablo Picasso)

EIN WEITERS HERZ, EIN OFFENER GEIST

UND DER WUNSCH, VERGNÜGT DIE ZUKUNFT ZU GESTALTEN,

das sind gute Voraussetzungen für Kreativität und Innovationen. **Doch nicht nur.**

So wie ein guter Gärtner für das Gedeihen seiner Pflanzen mit Liebe ein optimales Umfeld schafft, so hat die Politik eine Chance, das Gedeihen der Kreativität zu unterstützen, indem sie ein inspirierendes Umfeld für den beruflichen, privaten und öffentlichen Bereich mitgestaltet. Denn Innovationen entstehen leider nur selten durch Subventionen. Die wirklich überraschenden Innovationen entstehen hauptsächlich **durch die Begeisterung von Menschen**, die unermüdlich nach Lösungen suchen.

Für alle Kreativen sind die größten Herausforderungen jedoch heutzutage die bestehenden Vorschriften und Gesetze sowie die verwaltenden Behörden. Eine kreative Leistung impliziert oft ein **Überschreiten von Grenzen**, Grenzen, die in ganz anderen Zusammenhängen gezogen wurden und jetzt die Kreativität erschweren, sogar oft unmöglich machen.

Aber Not macht schließlich erfinderisch: Es gibt in unserer Heimat – in Hessen – unzählige Beispiele, wie Innovationen erfolgreich realisiert und damit eine wirtschaftliche Grundlage für unsere Kultur und unseren Sozialstaat geschaffen wurden.

Lassen Sie uns in diesem Sinne gemeinsam und mit Humor die Zukunft gestalten.

Stephan Koziol

Stephan Koziol ist Geschäftsführer
der Koziol »ideas for friends GmbH in
Erbach im Odenwald.

**GESCHÄFTSSTELLE KULTUR-
UND KREATIVWIRTSCHAFT HESSEN
HA HESSEN AGENTUR GMBH**

Konradinallee 9
65189 Wiesbaden
www.hessen-agentur.de

**HESSISCHES MINISTERIUM
FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE, VERKEHR
UND LANDESENTWICKLUNG**

Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
www.wirtschaft.hessen.de

