



Ergebnisse des IQ - Projekts

“Existenzgründung von Personen mit Migrationshintergrund in der Kultur- und Kreativwirtschaft“

1. Einleitung und Fragestellung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein aufstrebender Wirtschaftsbereich. 13% der jährlichen Gründungen in Deutschland sind der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen (KfW-Bankengruppe 2011: 1). In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind mit 723.000 Personen fast so viele Menschen beschäftigt wie in der Automobilindustrie (781.000 abhängig Beschäftigte). Besonders auffällig ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist hohe Selbständigen-Quote. Sie liegt bei 25% (BMWT 2012: 4,7).

Über den Anteil von Personen mit Migrationshintergrund als Gründer in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist wenig bekannt. Qualitative Studien, wie jene von Katja Adelhof, die gezielt Kreative mit ausländischen Wurzeln zum Gegenstand haben, legen nahe, dass hier ein besonderes Potenzial vorhanden sein könnte. So „... besitzen Migranten in Deutschland meines Erachtens einen enormen Marktvorteil durch ihren doppelten kulturellen Hintergrund“, argumentiert die Berliner Wissenschaftlerin. Wenn es ihnen gelinge, die deutsche Kultur und ihre Ursprungskultur strategisch in ihren Arbeitsweisen, Vermarktungsstrategien und Produkten einzusetzen, können sie die Erfahrungen gewinnbringend nutzen (Adelhof 2010: 6f). Folgend dieser These der kulturellen Diversität, die zu neuen Potenzialen führt, müsste der Anteil der kreativen Gründer/innen durchaus hoch sein. Dies gilt umso mehr, als generell bei Unternehmensgründungen inzwischen Personen mit Migrationshintergrund eine wichtige Rolle spielen.

Quantitative Belege dafür gibt es allerdings kaum. So wird die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zwar durch Monitoring-Berichte regelmäßig dokumentiert. Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung, legte im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie jährlich ein Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft vor. Die Berichte basieren auf der Umsatzsteuerstatistik sowie auf der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit. Die Angaben zu den Erwerbstätigen beruhen auf einer Kombination der Umsatz- und Beschäftigungsstatistik. Die Daten zur Bruttowertschöpfung werden auf Basis der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ermittelt (vgl. BMWT 2012: 3). Die Monitoring-Berichte enthalten allerdings keine Angaben zum Beitrag von Migrant/innen zu diesem Wirtschaftsbereich.

Neben diesen seit 2010 erscheinenden Monitoring-Berichten liegt eine Studie der KfW-Bankengruppe aus dem Jahr 2011 zu „Gründungen in der Kreativwirtschaft“ vor. Die Daten basieren auf dem Konzept des KfW-Gründungsmonitors mit seiner jährlichen Querschnitterhebung von 50.000 Personen unter denen durchschnittlich rund 1.500 Gründungspersonen identifiziert werden (KfW-Bankengruppe 2011: 13). Der KfW-Bericht zu Gründungen in der Kreativwirtschaft enthält auch eine Aussage zu Gründungen von Personen mit Migrationshintergrund in diesem Wirtschaftsbereich. Danach „entfallen 13% der Kreativgründungen auf Menschen mit nicht-deutschen Wurzeln, wohingegen der Anteil in anderen Wirtschaftsbereichen bei 17% liegt

(KfW-Bankengruppe 2011: 17). Damit wären Personen mit Migrationshintergrund im Bereich der KuK-Gründungen unterrepräsentiert.

Versucht man nun eine Antwort auf die Frage nach der Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund am Gründungsgeschehen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Forschung zur „ethnischen Ökonomie“ zu finden, wird man ebenfalls nicht weiter fündig. Die aktuellste umfassende Studie kommt von Evers & Jung (2012) und basiert auf Daten des Jahres 2009. Danach hatten zu diesem Zeitpunkt 30% aller Existenzgründer/innen keine deutsche Staatsbürgerschaft. Die Studie gibt Auskünfte über die Vielfalt des deutschen Gründungsgeschehens, über Gründungshemmnisse, über Wege in die Gründung und über die Branchenverteilung. So gebe es eine Zunahme von Gründungen durch Migrant/innen im Dienstleistungsbereich, während die klassischen „Migrantenbranchen“ Handel und Gastronomie langsam an Bedeutung verlieren (Evers & Jung 2012: 4). Da der „Dienstleistungsbereich“ aber nicht weiter differenziert ist, können keine weiteren Rückschlüsse auf die Kultur- und Kreativwirtschaft im Besonderen gezogen werden.

Ebenfalls aus dem Jahr 2012 stammt eine Studie des Instituts für Mittelstandsforschung zu Hemmnissen und Problemen bei Gründungen durch Migranten (Kay & Schneck 2012). Hierin wird deutlich, dass sich die Herkunftsländer der Gründer/innen verändert haben. Seit dem EU-Beitritt der osteuropäischen Staaten weisen Zuwanderer aus diesen Ländern die höchste Gründungsquote auf. Migrant/innen haben außerdem häufiger Finanzierungsprobleme bei ihren Vorhaben. Die Studie lässt aber keine weiteren Schlüsse auf die Beteiligung von Migrant/innen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu.

Interessante Anhaltspunkte liefert eine Studie des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge. Danach gehört fast ein Viertel der befragten Selbständigen dem Wirtschaftszweig „Kunst, Unterhaltung und Erholung“ an (Bundesamt für Migration und Flüchtlinge 2012: 5). Hier könnte es Überschneidungen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft geben. Allerdings handelt es sich dabei nur um eine sehr kleine Gruppe der Personen mit Migrationshintergrund. Befragt wurden ausschließlich jene Ausländer/innen, die zum Zwecke der Unternehmensgründung nach Deutschland gekommen sind und einen Aufenthaltstitel nach § 21 Aufenthaltsgesetz haben.

Weiterhin liegt eine detailliertere Auswertung des KfW-Gründungsmonitors aus dem Jahr 2012 zur Frage der Teilhabe von Migrant/innen am allgemeinen Gründungsgeschehen vor (vgl. KfW-Bankengruppe 2012 / Presseerklärung: 1). Danach hatte im Jahr 2011 fast ein Viertel aller Gründer und Gründerinnen einen Migrationshintergrund. Die Studie kommt außerdem zu der Aussage, dass sich die Gründungsvorhaben von Migrant/innen und Deutschen nur geringfügig unterscheiden. Migrant/innen gründen häufiger im Team und stellen häufiger bereits zu Beginn der Selbständigkeit Mitarbeiter/innen ein. „Gründer mit Migrationshintergrund bieten am häufigsten mit ihrem Unternehmen persönliche Dienstleistungen (35%; z.B. Friseure, Kosmetiksalons, Fotografen oder DJs) an (ebenfalls Spitzenposition bei den deutschen Start ups: 30%)“ (KfW-Bankengruppe 2012 / Presseerklärung: 1). Die Auswertung gibt außerdem Auskunft über die

Herkunft der migrantischen Gründer/innen und den Zugang zu finanziellen Mitteln zur Gründung. Aus den Daten lassen sich aber keine Rückschlüsse für die Beteiligung von Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ziehen.

Auch die neueste Veröffentlichung von Udo Brixy, Rolf Sternberg und Arne Vorderwülbecke, die im Rahmen des „Global Entrepreneurship Monitor“ 2012 entstanden ist, beschäftigt sich mit dem aktuellsten Trend der Gründungen von Migrant/innen (vgl. IAB-Kurzbericht 25/2013). Danach zeigen die neuen Zahlen, dass Migrant/innen im Allgemeinen nicht mehr häufiger als Einheimische ihr eigenes Unternehmen gründen. Diese Aussage gilt nur noch für Zuwanderer aus den westlichen und nördlichen Anrainerstaaten Deutschlands. „Zudem gründen Zuwanderer häufiger aus mangelnder Perspektive, da es für sie vergleichsweise schwieriger ist, einen Job zu finden“ (IAB-Kurzbericht 25/2013: 1). Rückschlüsse auf das Gründungsverhalten in der Kultur- und Kreativwirtschaft können auch anhand dieser Datenlage leider nicht gezogen werden.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die KfW-Studie aus dem Jahr 2011 den einzigen quantitativen Anhaltspunkt für die Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund am Gründungsgeschehen in der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt. Nach den Ergebnissen dieser Auswertung ist von einer Unterrepräsentanz auszugehen.

Wir werden im Folgenden nun versuchen, diese These durch eigene Datenauswertungen zu erhärten bzw. ggf. zu widerlegen. Dazu werden zunächst die Rahmenbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland dargestellt. Daran anschließend werden die Angebote der allgemeinen und spezifischen Existenzgründungsberatung (Schwerpunkt Bremen) vorgestellt. Es folgen dann Auswertungen eigener bzw. zur Verfügung gestellter Datenquellen. Schließlich werden diese quantitativen Daten durch Experteninterview und qualitative Interviews mit Gründern mit Migrationshintergrund in der Kultur- und Kreativwirtschaft ergänzt. Zum Schluss werden Thesen zum Gründungsverhalten von Migrant/innen in diesem Wirtschaftsbereich entwickelt.

2. Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Inzwischen gibt es eine Reihe von wissenschaftlichen Arbeiten zu den unterschiedlichsten Aspekten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Für die ökonomischen Analysen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft war dabei die einheitliche Definition dieses Wirtschaftsbereichs von entscheidender Bedeutung. Demnach kann nach Auffassung der Wirtschaftsministerkonferenz die Kultur- und Kreativwirtschaft wie folgt beschrieben werden: „Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen“ (BMWT 2012: 8). Zur

Kultur- und Kreativwirtschaft werden folglich nur marktwirtschaftliche Unternehmen gezählt. Nicht berücksichtigt werden Unternehmen oder Einrichtungen, die von der öffentlichen Hand finanziert werden.

2.1. Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Prägend für die Erfassung der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft ist zudem die Branchenorientierung (siehe Abbildung 1). Dieser Zugang unterscheidet sich damit vom angloamerikanischen Ansatz, der – wie etwa der bekannte Wissenschaftler Richard Florida - nach den kreativ Tätigen fragt und damit Berufsgruppen wie Ärzte, Ingenieure, etc. einschließt.

Abbildung 1: Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Teilmarkt	Beispiele für den Teilmarkt	Erwerbstätige	Umsatz (in Mio. Euro)	Unternehmen
1. Musikwirtschaft	Selbständige Musiker, Tonstudios, Musikverlage, Einzelhandel Instrumente, etc.	46.606	6.931	13.858
2. Buchmarkt	Schriftsteller, Übersetzer, Verlage, Einzelhandel Bücher, etc.	79.290	14.148	16.942
3. Kunstmarkt	Bildende Künstler, Einzelhandel Kunstgegenstände / Antiquitäten, Museumsshops, etc.	18.958	2.468	13.208
4. Filmmarkt	Bühnen-, Film-, TV-Künstler, Kinos, Filmproduktion, Filmverleih, etc.	60.348	9.334	18.043
5. Rundfunkwirtschaft	Journalisten, Hörfunk- und Fernsehveranstalter, etc.	40.433	7.341	18.186
6. Markt für darstellende Künste	Bühnen-, Film-, TV-Künstler, Artisten, Ensembles, Varietés, Konzertveranstalter, Tanzschulen	35.438	3.938	16.448
7. Designwirtschaft	Industrie-, Produkt-, Modedesign, Graphik- und Kommunikationsdesign, Innenarchitektur, etc.	132.829	18.767	54.401
8. Architekturmarkt	Hochbau, Landschaftsgestaltung, Restauratoren	108.151	9.092	41.018
9. Pressemarkt	Journalisten, Pressefotografen, Nachrichtenbüros, Verlage, Einzelhandel Zeitschriften	160.035	31.315	32.974
10. Werbemarkt	Werbeagenturen, Vermarktung Werbezeiten und -flächen	140.665	24.855	33.158
11. Software- und Gamesindustrie	Computerspiele, Webportale, Internetpräsentationen, etc.	299.933	30.124	32.048
12. Sonstige	Bibliotheken, Zoos, Dolmetscher, Fotolabors, Fantasieschmuck, etc.	15.579	1.718	7.915

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012, S. 18ff.

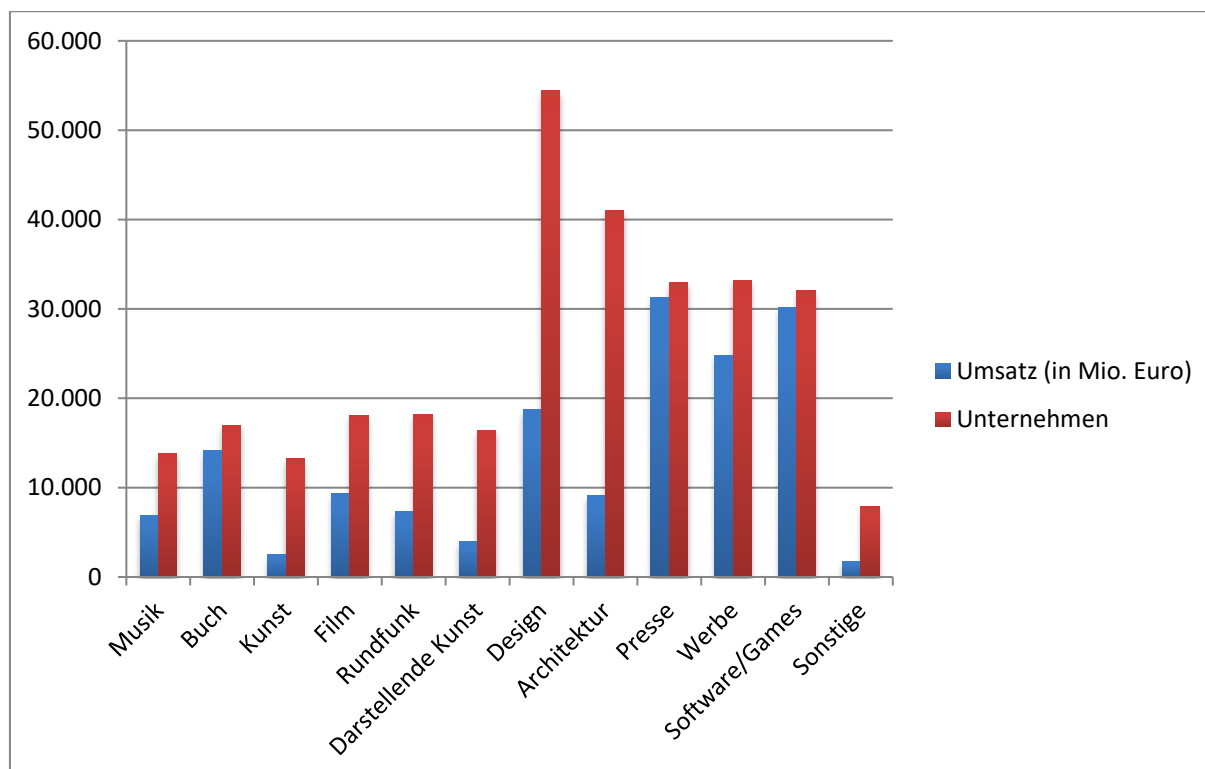
2.2. Ökonomische Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Struktur der Kreativwirtschaft wird auch deutlich, wenn man das Verhältnis von Unternehmen zu Gesamtumsatz betrachtet. So gibt es in der Kultur- und Kreativwirtschaft 247.000 Unternehmen, was einem Anteil von 7,6% an allen Unternehmen entspricht. Diese Unternehmen erwirtschaften einen Umsatz in Höhe von 143 Milliarden, was einem Anteil von 2,5% am Gesamtumsatz entspricht. Allerdings liegt die Kreativwirtschaft in der Bruttowertschöpfung vor der chemischen Industrie und vor der Energieversorgung, aber hinter dem Maschinenbau und der Automobilindustrie (BMWT 2014: 5).

Sehr unterschiedlich stellt sich auch die ökonomische Struktur der elf Teilmärkte dar. Wie die Abbildung 2 zeigt, ist erstens der Umsatz in den verschiedenen Teilbereichen unterschiedlich hoch. Umsatzstark sind der Pressemarkt, der Werbemarkt sowie Software und Games. Das Schlusslicht hinsichtlich der Umsatzstärke bilden der Kunst- und der Musikmarkt.

Auffällig ist zweitens, dass die Umsatzentwicklung und die Anzahl der Unternehmen in einzelnen Teilbereichen sehr stark voneinander abweichen. Ins Auge fallen hier besonders der Design- und der Architekturmarkt. Hier existieren sehr viele Unternehmen, die aber insgesamt nur wenig Umsatz erzielen.

Abbildung 2: Umsatz und Anzahl der Unternehmen nach Teilmärkten in der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012, S. 18ff.

Auch wenn sich die Teilmärkte stark unterscheiden, so wird in der Abbildung 2 deutlich, dass sich die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt durch eine besondere Unternehmensstruktur auszeichnet. Sie wird von Kleinstunternehmen dominiert.

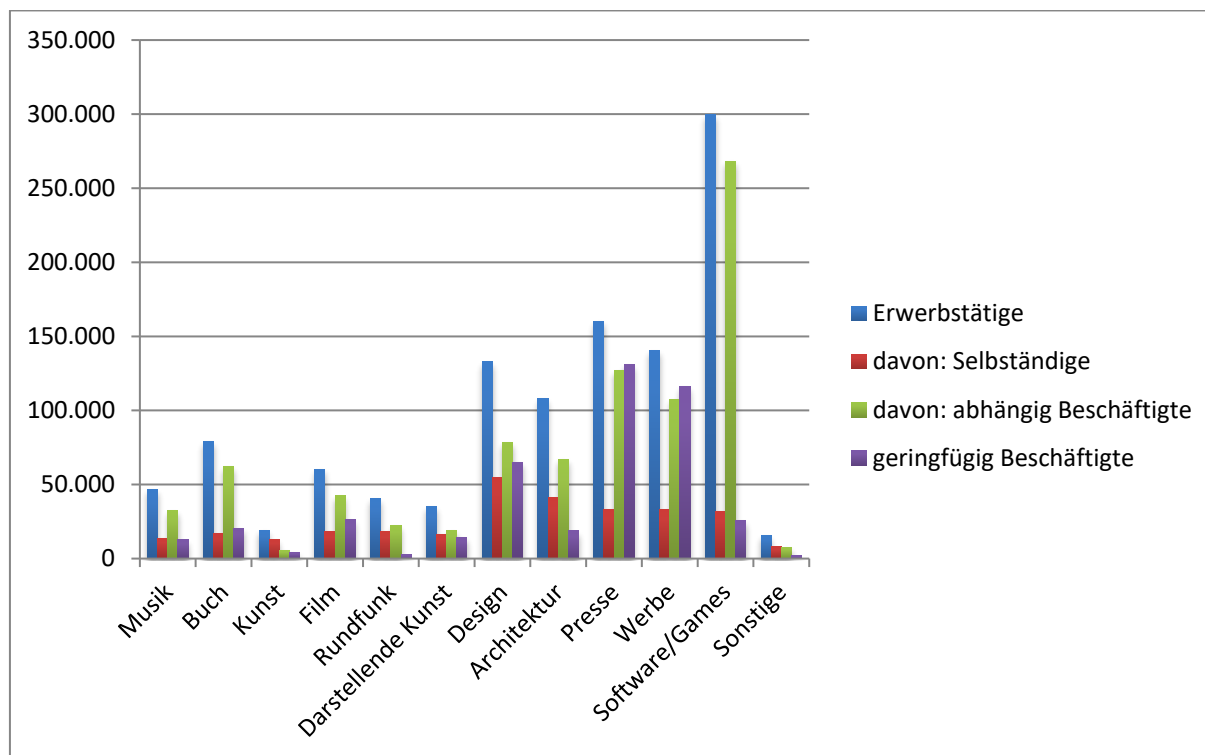
2.3. Arbeitsmarkt Kultur- und Kreativwirtschaft

Insgesamt sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft 1,63 Mio. Menschen erwerbstätig. Das sind genauso viele Erwerbstätige wie im Maschinenbau, aber deutlich mehr als in der Automobilindustrie, in der Finanzdienstleistungsbranche oder in der chemischen Industrie. Besonders ist aber die Struktur der Erwerbstätigen: Über 37% sind geringfügig Erwerbstätige. Das gestaltet sich in anderen Branchen deutlich anders.

Aber auch, wenn man die Struktur der Erwerbstätigen ohne die geringfügig Beschäftigten betrachtet, lassen sich Besonderheiten feststellen. Von ca. 1 Million Erwerbstätigen sind 772.000 abhängig beschäftigt. Das entspricht einer Quote von ca. 74% abhängiger Beschäftigung bzw. einer Selbständigenquote von 26%.

Wie die Abbildung 3 zeigt, unterscheiden sich aber auch wiederum die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft hinsichtlich der Anzahl der Erwerbstätigen sowie der Struktur der Erwerbstätigen.

Abbildung 3: Erwerbstätige, davon: abhängig Beschäftigte sowie zusätzlich geringfügig Beschäftigte nach Teilmärkten in der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012, S. 18ff.

Im Teilmarkt Software/Games beispielsweise liegt die Selbständigenquote bei 11% und damit im Durchschnitt der deutschen Gesamtwirtschaft. Ganz anders sieht das Verhältnis dagegen im Kunstmarkt aus. Die Selbständigenquote liegt hier bei 70%. Nur 30% der Erwerbstätigen im Kunstmarkt sind abhängig Beschäftigte.

2.4. Wer ist der kreative Gründer?

Aus dieser spezifischen Struktur ergibt sich auch, dass Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft – im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen – natürlich eine besondere Rolle spielen. Nach einem Forschungsbericht der KfW-Bankengruppe lässt sich dieser Trend an den Gründungszahlen ablesen. Während „nur“ 7% aller umsatzsteuerpflichtigen Bestandsunternehmen im Jahr 2008 der Kreativwirtschaft zuzuordnen waren, fanden in diesem Zeitraum 13% aller Gründungen in der Kreativwirtschaft statt (KfW-Bankengruppe 2011: 4).

Folglich ist auch die Selbständigenquote im Bereich der Kreativwirtschaft sehr hoch. Sie liegt – wie bereits beschrieben - bei ca. 26% und umfasst damit ca. 247.000 Personen (ca. eine Million Erwerbstätige gesamt /

ohne geringfügig Beschäftigte). Im Vergleich dazu liegt die allgemeine Selbständigenquote in Deutschland bei 11%.

Kreative Gründer/innen sind – so eine Studie der KfW – außerdem jünger und besser ausgebildet, als jene, die sich in anderen Wirtschaftsbereichen selbständig machen. Wer in der Kreativwirtschaft gründet, ist im Durchschnitt 35 Jahre alt. Der allgemeine Altersdurchschnitt von Gründer/innen liegt dagegen bei 39 Jahren. 37% der Personen haben mindestens einen Fachhochschulabschluss. In den übrigen Wirtschaftsbereichen gilt das nur für 24% der Gründer/innen. Unternehmensübernahmen spielen dagegen in der Kultur- und Kreativwirtschaft keine Rolle. In 81% der Fälle handelt es sich um Neugründungen (sonst 71%). 47% der Kreativgründer/innen sind den Freien Berufen zuzuordnen und besonders häufig wird in größeren Städten gegründet.

Ein weiterer auffälliger Unterschied ist, dass Gründer/innen in der Kultur- und Kreativwirtschaft besonders häufig das persönliche Umfeld, das Internet und Informationen aus der Presse nutzen. Institutionelle Beratungsangebote werden seltener in Anspruch genommen (KfW-Bankengruppe 2011).

2.5. Gründungen von Migrant/innen in der Kultur- und Kreativwirtschaft? Die große Unbekannte!

Was bedeutet das nun für die Frage, ob Personen mit Migrationshintergrund adäquat in der Kultur- und Kreativwirtschaft vertreten sind?

Diese Frage stand im Zentrum unserer Recherche, und sie lässt sich mit wissenschaftlichen Nachweisen nur schwer beantworten. Wir haben lediglich eine wissenschaftliche Quelle gefunden, die auf diese Frage Bezug genommen hat. In der schon zitierten KfW-Studie aus dem Jahr 2011 findet sich auch ein Hinweis über die Beteiligung von Migrant/innen am Gründungsgeschehen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das Ergebnis ist, dass Migrant/innen in diesem Bereich als Gründer/innen unterrepräsentiert sind. So hatten in den Jahren von 2007 bis 2010 nur 13% der Gründer/innen einen Migrationshintergrund, während der Anteil der Gründer/innen mit nicht-deutschen Wurzeln in anderen Wirtschaftsbereichen in diesem Zeitraum bei 17% lag. Als zentrale Ursache für die Unterrepräsentanz von Migrant/innen wird in dieser Studie die Sprachkompetenz genannt.

Das Ergebnis, dass Personen mit Migrationshintergrund unter den Gründer/innen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht adäquat vertreten sind, wurde auch von den zahlreichen Akteuren und Experten geteilt, mit denen wir gesprochen haben. Auch Cluster mappings der verschiedenen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen haben gezeigt, dass Migrant/innen eher unterrepräsentiert sind.

3. Initiativen und Beratungsstrukturen zur Förderung von Existenzgründungen

3.1. Existenzgründungen in Bremen

In Bremen kommen auf je 10.000 Einwohner 83 Gründungen. Bremen liegt damit bundesweit an vierter Stelle (hinter Berlin mit 126 Gründungen, Hamburg mit 104 Gründungen und Hessen mit 91 Gründungen je 10.000 Einwohner). In Bremen werden jedes Jahr ca. 3.500 Unternehmen neu gegründet. Gleichzeitig gibt es pro Jahr ca. 3.400 Marktaustritte.

In Bremen besteht ein dichtes Netz an Beratungs- und Förderangeboten für Existenzgründungen. Im Zentrum steht das Gründungsnetzwerk BremerExistenzGründungsInitiative B.E.G.IN. mit der Gründungsleitstelle bei der RKW Bremen GmbH. Über das generelle Beratungsangebot hinaus wird besonderes Augenmerk auf die Förderung von Frauen, auf die Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit und auf migrantische Unternehmensgründungen gelegt.

Im B.E.G.IN.-Netzwerk sind 16 Partner vertreten, die ein teilweise sehr spezifisches Beratungs- und Qualifizierungsprofil aufweisen. Die Gründungsleitstelle übt eine Koordinierungs- und Lotsenfunktion aus und ist die erste Anlaufstelle. Beratung, Qualifizierung, Marketing und Netzwerkkoordination sind die wesentlichen Aufgabenbereiche der Leitstelle. Jährlich werden ca. 2.300 Existenzgründungs- und Existenzfestigungsberatungen durchgeführt. Zudem werden Workshops und Seminare für mehrere Teilnehmer/innen durchgeführt.

Aus den Beratungen sind im Jahr 2012 und 2013 je ca. 900 Gründungen entstanden. Ein Viertel der Gründer und Gründerinnen hatte dabei einen Migrationshintergrund.

Zusätzlich wurde in Bremen im Jahr 2008 die Gründungsfabrik ins Leben gerufen. Damit gibt es ein neues Beratungstool, mit dem besonders Arbeitslose, Personen mit Migrationshintergrund und Frauen erreicht werden sollen.

Die Gründungsförderung umfasst neben der Beratung auch eine Reihe von monetären Unterstützungsinstrumenten, die über die Bremer Aufbaubank angeboten werden. Vermittelt wird außerdem in das KfW-Gründungscoaching Deutschland der KfW-Mittelstandbank. Die B.E.G.IN-Gründungsleitstelle nimmt als Regionalpartner der KfW für Bremen Aufträge an, ermittelt den Coaching-Bedarf und hilft bei der Auswahl der Berater/innen über eine sog. Beraterbörse (vgl für das gesamte Kapitel: Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen 2013).

3.2. Beratungsangebote zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen

In Bremen gibt es seit 2005 die Ideenlotsen, die von der Wirtschaftsförderung Bremen gefördert werden. Die Ideenlotsen sind das zentrale Beratungsprojekt des u-instituts für unternehmerisches Denken und Handeln – Institut an der Hochschule Bremen. Die Ideenlotsen verstehen sich als Ansprechpartner für Kultur- und Kreativschaffende, die überlegen, von ihrem kulturellen bzw. kreativen Engagement zu leben und ein Unternehmen gründen zu wollen. Die Ideenlotsen haben den Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ins Leben gerufen. Außerdem bieten die Ideenlotsen über den Wettbewerb „Ideenlotsen – business as unusual“ eine langfristige, intensive individuelle Beratung sowie Unterstützung durch Teambildung der ausgewählten Teilnehmer.

Darüber hinaus gibt es in Bremen den „Klub Dialog“ als kreatives Clusternetzwerk. Monatlich finden an unterschiedlichsten Orten Treffen und Veranstaltungen statt, auf denen sich junge Existenzgründer/innen mit ihrer Idee präsentieren können.

Drittens werden im Rahmen der Ausschreibung „Sonderprojekte Kreativ“ Existenzgründungen durch die Wirtschaftsförderung Bremen unterstützt. Durch die Jury, die die Projekte auswählt und die innovativen Unternehmensgründungen ist inzwischen auch hier ein wertvolles Netzwerk entstanden.

Die spezifischen Beratungsangebote in Bremen waren beispielgebend für die bundesweite Beratungsstruktur. So wurde im Jahr 2009 im Rahmen der „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung“ das „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ geschaffen. Seitdem bietet das „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ in Regionalbüros bundesweit Sprechstage und Orientierungsberatungen, um die Erwerbchancen der Akteure zu verbessern. Insgesamt existieren acht regionale Ansprechpartner, die bundesweit an mehr als 80 Standorten Sprechstage abhalten.

Zudem haben viele Länder eigene Beratungsangebote eingerichtet. Dazu gehört beispielsweise die Hamburger Kreativ Gesellschaft, das Kreativzentrum Saar oder creativ.nrw. Die Schwerpunkte liegen dabei entweder bei der individuellen Beratung oder bei der Clusterbildung.

4. Auswertung der Datensätze des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum

Zur weiteren Bearbeitung der Frage nach der Gründungsbeteiligung von Migrant/innen in der Kultur- und Kreativwirtschaft haben wir als Annäherung die Beratungsdaten des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ ausgewertet. Das „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ wird vom RKW Kompetenzzentrum im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie durchgeführt. Dem IQ-Teilprojekt „Existenzgründung von Personen mit Migrationshintergrund in

der Kultur- und Kreativwirtschaft“ wurden folgende Rohdaten der Orientierungsberatungen zur Auswertung zur Verfügung gestellt:

- Geschlecht
- Postleitzahl
- Teilmarkt
- Migrationshintergrund (nicht nach Herkunftsland oder genauem Status)
- Altersgruppe
- Schulabschluss

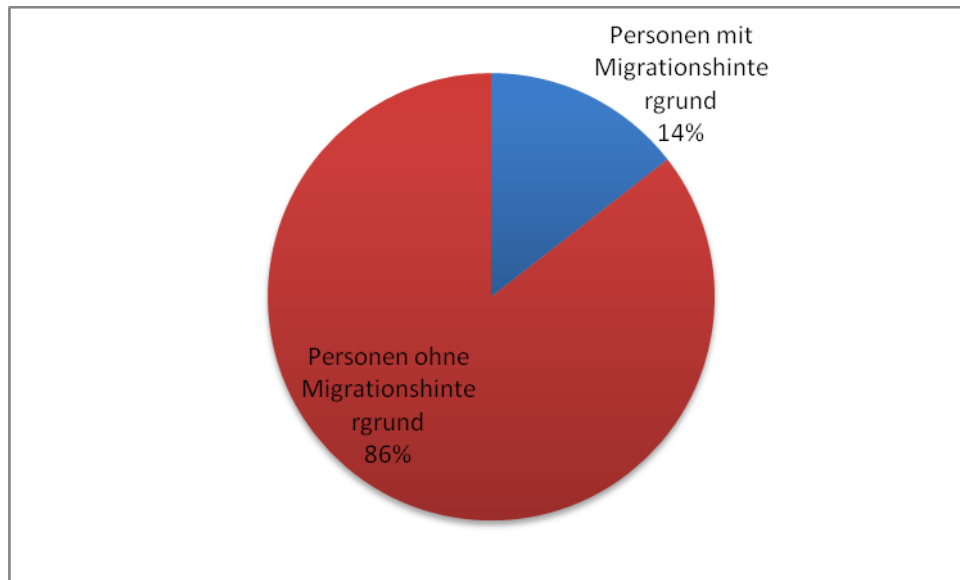
Die Rohdaten enthalten keinen Personenbezug. Es sind keine Rückschlüsse auf einzelne Vorhaben oder einzelne Personen möglich. Alle nun folgenden Auswertungen und Darstellungen basieren auf diesen Beratungsdaten, die vom „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“, dem RKW Kompetenzzentrum zur Verfügung gestellt wurden.

Beraten wurden im Rahmen des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ zum einen Gründer/innen, zum anderen aber auch bereits Selbständige, die in den Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig sind.

4.1. Personen mit Migrationshintergrund in den Orientierungsberatungen

Insgesamt haben in der bisherigen Projektlaufzeit des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ 7.757 Personen an Orientierungsberatungen teilgenommen. Davon gaben 1.021 Personen an, einen Migrationshintergrund zu haben. 703 Personen haben keine Angaben zur Herkunft gemacht. Für alle weiteren Berechnungen wurden die 703 Personen ohne Angabe zur Herkunft herausgerechnet. Die bereinigte Grundgesamtheit umfasst somit 7.054 Personen.

Von diesen 7.054 Personen haben 6.746 Personen deutsche und 1.021 Personen ausländische Wurzeln. Damit entspricht der Anteil der bundesweit beratenen Personen mit Migrationshintergrund im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ 14,5%.

Abbildung 4: Anteil von Personen mit Migrationshintergrund an den Orientierungsberatungen

Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Darstellung und Auswertung.

Wie ist ein Beratungsanteil von 14,5% von Personen mit Migrationshintergrund nun einzuschätzen? Laut eines Artikels in „Die Zeit“ vom 13. September 2010 hatten im ersten Halbjahr 2010 – so der Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertags – 18% aller Gründungsinteressierten, die sich von der IHK beraten ließen, einen Migrationshintergrund. Nach einer Sonderauswertung des KfW-Gründungsmonitors 2012 (Daten von 2011) haben inzwischen 22% aller Gründer/innen ausländische Wurzeln. Die Dynamik bei den Gründern mit Migrationshintergrund wird dabei insbesondere von Nicht-EU-Ausländern ausgelöst (KfW Pressemitteilung vom 4.7.2012). Zu einem noch höheren Beitrag am Gründungsgeschehen in Deutschland kommen Evers und Jung (2011) in ihrer für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie erstellten Studie „Unternehmensgründungen von Migrantinnen und Migranten“ (Bezugszahlen von 2009). Sie sprechen davon, dass inzwischen jeder dritte Gewerbebetrieb von einem Menschen ohne deutsche Staatsbürgerschaft angemeldet wird. Dabei ist außerdem zu erwähnen, dass sich seit 2005 die Vorbereitungszeit für Gründung von Migrant/innen verlängert habe. Beratungsangebote werden dabei von Migrant/innen in ähnlichem Ausmaß wie von Deutschen genutzt. Die Nutzung von Beratungsangeboten korreliert eher mit dem Bildungsniveau als mit der Herkunft. Tendenziell nutzen Migrant/innen aber eher individuelle Beratungs- und weniger Gruppenangebote für die Vorbereitung von Existenzgründungen.

Berücksichtigt man nun, dass im Rahmen des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nicht nur Gründer/innen, sondern auch (oder vor allem) bereits Selbständige beraten werden, so müssen auch diese Daten zur Rate gezogen werden. Die Selbständigenquote (Anteil der Selbständigen an den Erwerbstätigen) lag 2011 in Deutschland bei 11%. Betrachtet man nur die Gruppe der Personen mit

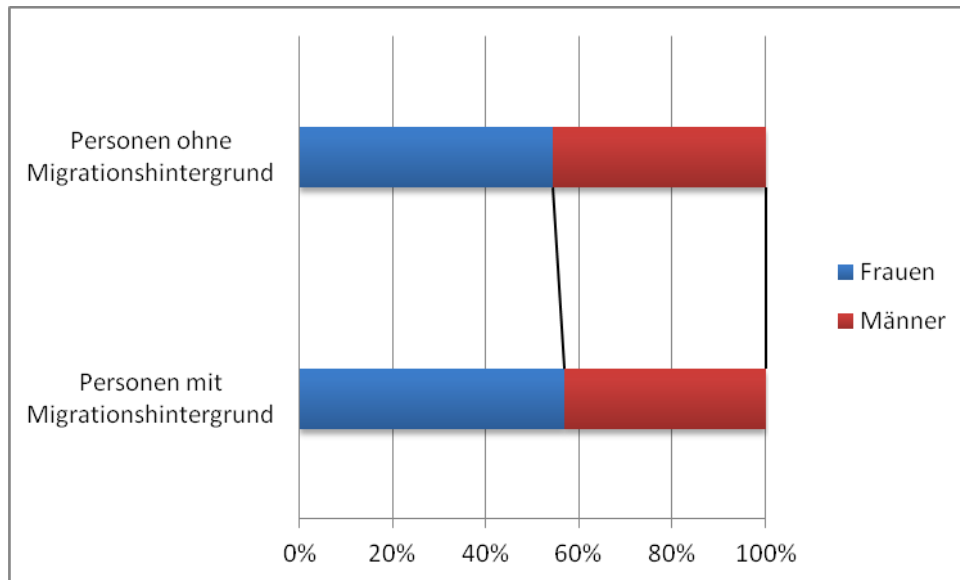
Migrationshintergrund, so liegt in dieser Gruppe die Selbständigenquote bei 10,29%. Von den zu diesem Zeitpunkt 4.405.000 Selbständigen in Deutschland hatte 726.000 einen Migrationshintergrund. Damit beträgt der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund an allen Selbständigen 16,5% (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2013).¹

Vor dem Hintergrund dieser Zahlen muss ein Beratungsanteil von 14,5% im Rahmen des Angebots des Kompetenzzentrums der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes als leicht unterdurchschnittlich eingeschätzt werden. Daraus könnte der Schluss gezogen werden, dass Personen mit Migrationshintergrund im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft unterrepräsentiert sind. Diese These wird durch eine Studie der KfW zu „Gründungen in der Kreativwirtschaft“ unterstützt. Das Ergebnis dieser auf Zahlen von 2010 beruhenden Studie war, dass 13% aller Gründer/innen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Migrationshintergrund aufweisen. Damit ist wiederum der Beratungsanteil von 14,5 % als leicht überdurchschnittlich zu bewerten.

4.2. Geschlechterverhältnis

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass der beratene Frauenanteil mit mehr als 50% sehr hoch ist. Feststellen lässt sich weiterhin, dass der Frauenanteil der beratenen Personen mit Migrationshintergrund mit 57% sogar um 3% höher ist als der Frauenanteil unter den Personen ohne Migrationshintergrund (54%).

Diese Zahl ist insofern erstaunlich, als der Frauenanteil bei Gründungen von Personen mit Migrationshintergrund bei ca. 34% liegt. Bei Gründungen von Deutschen liegt er bei ca. 41% (Daten vom KfW-Gründungsmonitor 2010). Unterdurchschnittlich ist der Frauenanteil außerdem bei Gründungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie die zitierte KfW-Studie (Bezugsdaten 2010) ergeben hat. Er liegt bei lediglich 36%. Dieser niedrige Frauenanteil wird bei der Betrachtung des gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft allerdings durch den hohen Anteil von männlichen Gründern im Bereich der Software- und Games-Industrie ausgelöst. Da Beratungen in diesem Bereich nicht so stark vertreten sind, könnte dieser Effekt bei den Beratungszahlen wegfallen und so den relativ hohen Frauenanteil erklären.

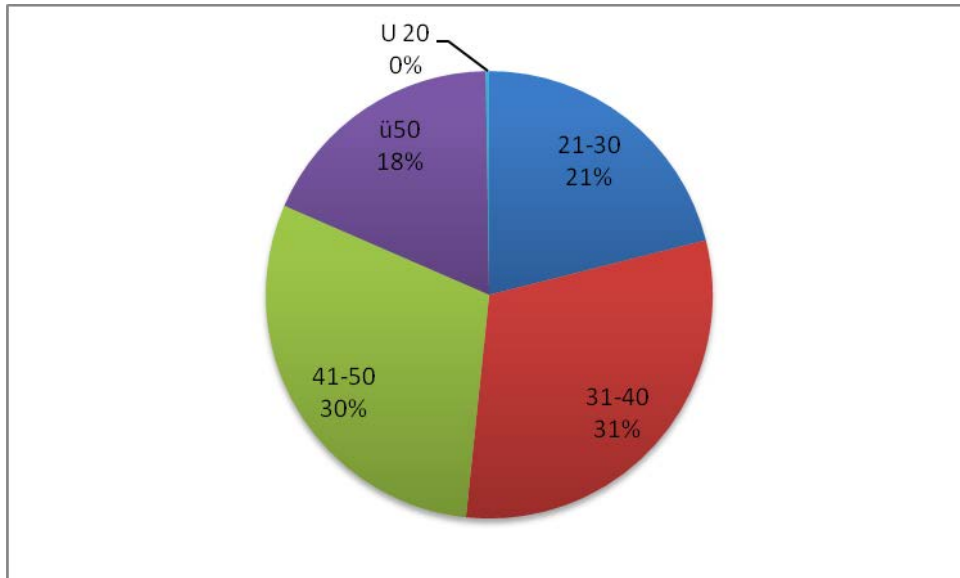
Abbildung 5: Frauenanteil in den Orientierungsberatungen

Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Darstellung und Auswertung.

Zudem könnte eine Erklärung sein, dass Frauen Beratungsangebote häufiger in Anspruch nehmen als Männer und deshalb bei den Daten des Kompetenzzentrums der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes überrepräsentiert sind.

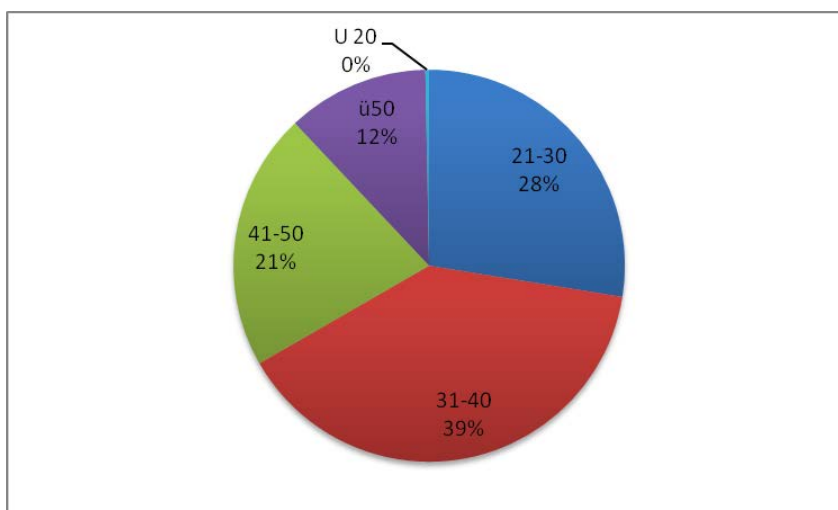
4.3. Altersstruktur

Die Altersverteilung von Personen ohne Migrationshintergrund verdeutlicht, dass die Mehrheit der beratenen Personen mit 61% der Altersgruppe 31 bis 50 Jahre zuzuordnen ist. Während Beratungen in der Altersgruppe unter 20 Jahren kaum eine Rolle spielen, sind die Altersgruppen 21-30 Jahre mit 21 % und die Altersgruppe über 50 Jahre mit 18% noch relativ häufig vertreten.

Abbildung 6: Altersverteilung beratene Personen ohne Migrationshintergrund

Quelle: Daten des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Darstellung und Auswertung

Eine Auswertung der Altersverteilung von Personen mit Migrationshintergrund zeigt, dass die Altersgruppe der 21- bis 40- jährigen Personen mit 68% eine deutliche Mehrheit bildet. Auch in dieser Gruppe hat die Beratung von Personen unter 20 Jahren keine Bedeutung. Die Altersgruppe von 41-50 Jahren ist mit 21% die drittgrößte Altersgruppe der Beratenden, gefolgt von Personen über 50 Jahren mit 12%.

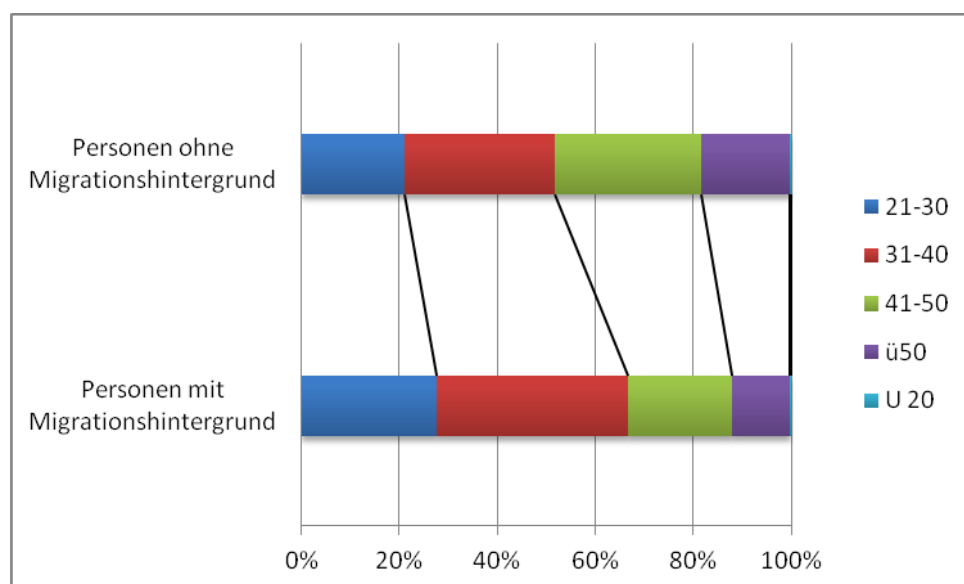
Abbildung 7: Altersverteilung beratener Personen mit Migrationshintergrund

Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Bei einem Vergleich lässt sich feststellen, dass in beiden Gruppen die Beratung von jungen Menschen unter 20 Jahren keine Bedeutung hat. Allerdings verdeutlichen die folgenden Ergebnisse, dass Personen mit Migrationshintergrund, welche die Orientierungsberatung der regionalen Ansprechpartner des Kompetenzzentrums der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes nutzen, durchschnittlich jünger waren als Personen ohne Migrationshintergrund.

Während bei den Beratern mit Migrationshintergrund die Altersgruppe der 21- bis 40-jährigen Personen die Mehrheit bildet, ist dies bei Personen ohne Migrationshintergrund die Altersgruppe der 31- bis 50-jährigen. Bei Personen ohne Migrationshintergrund in der Altersgruppe über 50 Jahren ist der Anteil um 6% höher als bei Personen mit Migrationshintergrund.

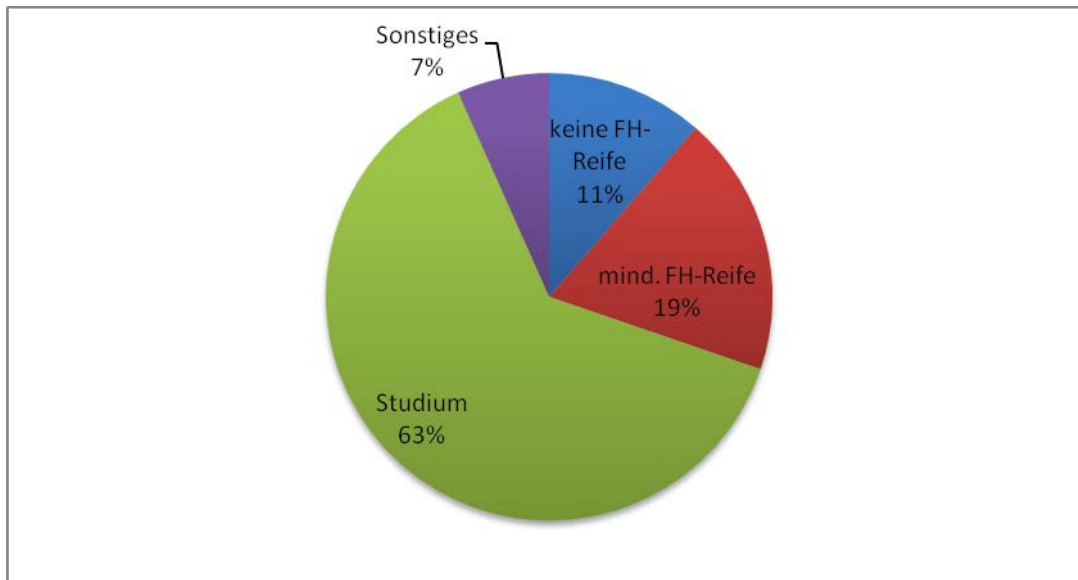
Abbildung 8: Vergleich Altersverteilung beratener Personen nach Migrationshintergrund



Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

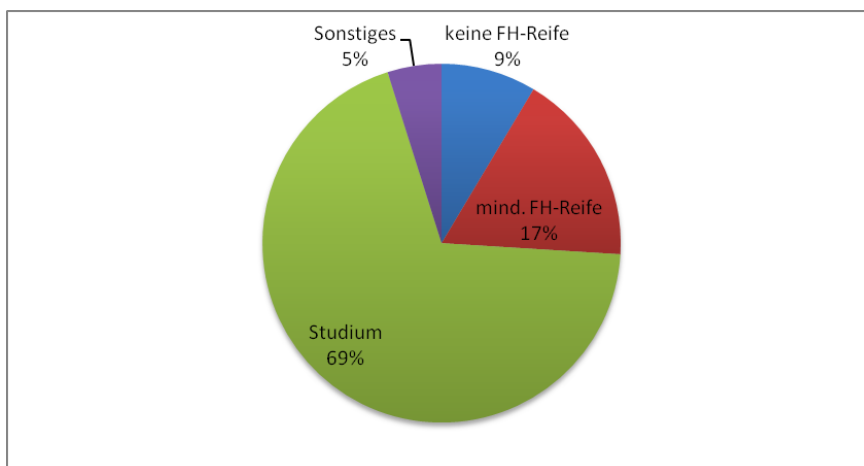
4.4. Bildungsstand

Eine Gesamtbetrachtung der Bildungsabschlüsse verdeutlicht, dass 7% der beratenen Personen im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ angaben, dass sie über einen sonstigen Abschluss verfügen. 11% gaben an, dass sie weder über Fachhochschulreife noch allgemeine Hochschulreife verfügen. 19% der beratenen Personen haben Fachhochschulreife oder allgemeine Hochschulreife als höchsten Bildungsabschluss angegeben, während mit 63% die meisten Personen über einen akademischen Bildungsabschluss verfügen, wobei hier die Abschlüsse Bachelor, Master, Diplom und Magister zusammengefasst wurden.

Abbildung 9: Bildungsstand der beratenen Personen

Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

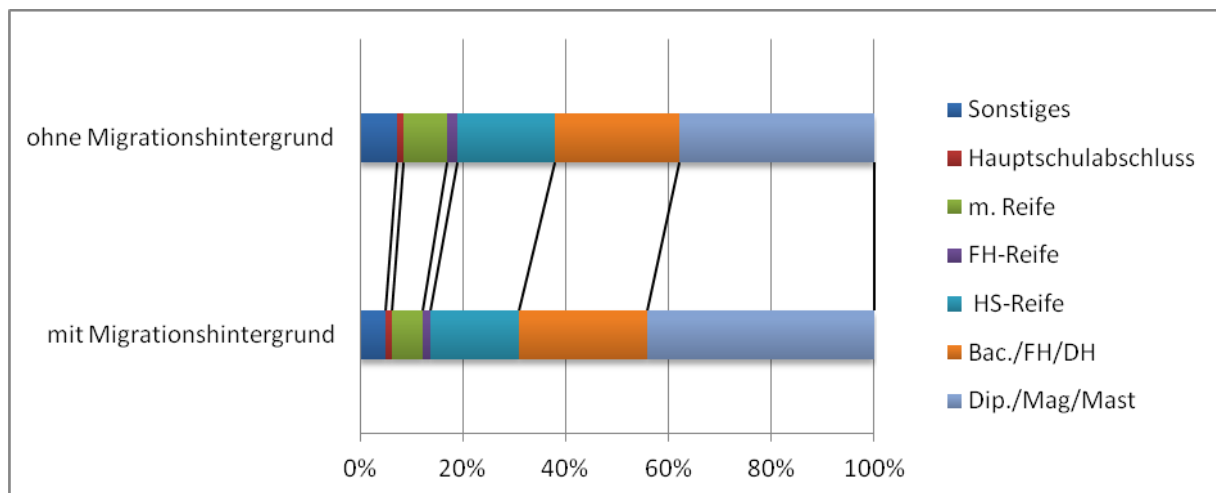
Eine Auswertung der Bildungsabschlüsse unter den beratenen Personen mit Migrationshintergrund im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ verdeutlicht, dass nur 9 % als höchsten Bildungsabschluss einen Hauptschulabschluss oder die mittlere Reife angaben. 17% der Personen mit Migrationshintergrund verfügen über eine Fachhochschulreife oder allgemeine Hochschulreife und 69% der Personen mit Migrationshintergrund gaben als höchsten Bildungsabschluss Bachelor, Master, Diplom oder Magister an.

Abbildung 10: Bildungsstand der beratenen Personen mit Migrationshintergrund

Quelle: Daten des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Ein differenzierter Vergleich der Bildungsabschlüsse nach dem Merkmal Migrationshintergrund bestätigt, dass Personen mit Migrationshintergrund, die sich im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ beraten lassen, über einen höheren Bildungsabschluss als Personen ohne Migrationshintergrund verfügen. Am deutlichsten ist der Unterschied bei den höchsten Abschlüssen (Diplom, Magister oder Master) ausgeprägt. Während 44% der Personen mit Migrationshintergrund einen dieser Abschlüsse als höchsten Abschluss angaben, beträgt dieser Wert bei Personen ohne Migrationshintergrund 38%. Bei den restlichen Angaben sind die Unterschiede mit 1% bis 2% zwar gering, aber dennoch vorhanden. Lediglich bei dem Bildungsabschluss „mittlere Reife“ haben Personen ohne Migrationshintergrund mit 9% einen um 3% höheren Anteil als Personen ohne Migrationshintergrund. Bei dem Bildungsabschluss allgemeine Hochschulreife beträgt dieser Unterschied 2% zugunsten von Personen ohne Migrationshintergrund.

Abbildung 11: Bildungsstand der Beratenen nach Migrationshintergrund



Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

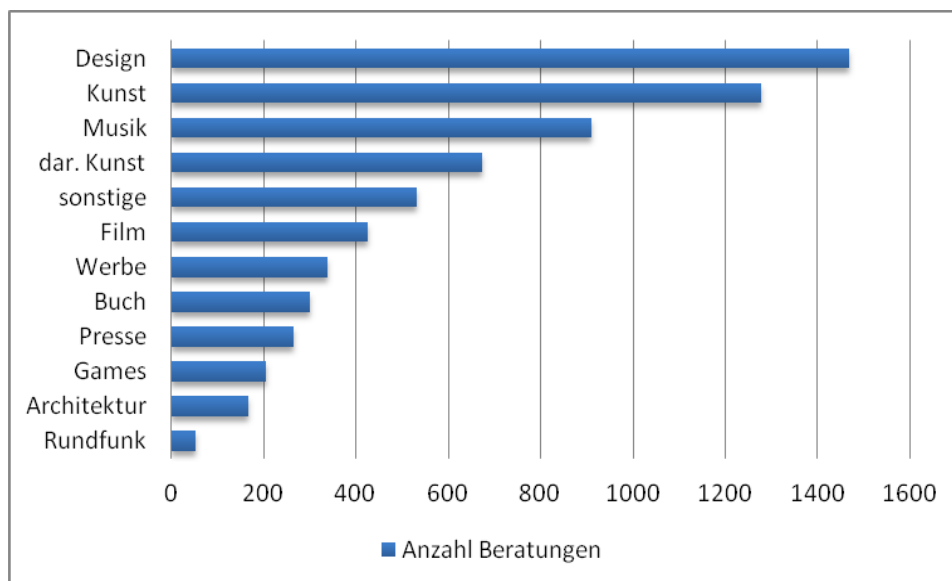
Dieses Ergebnis ist insofern interessant als im Allgemeinen Gründer/innen mit Migrationshintergrund hinsichtlich der formalen Qualifikation zwar „aufholen“, aber formal noch immer noch schlechter qualifiziert sind als die deutschen Gründer/innen. Zu diesem Ergebnis kommen Evers und Jung in der bereits zitierten Studie. Fraglich ist allerdings, ob die hier erzielten Ergebnisse überhaupt repräsentativ sind. So kommt die KfW-Studie zu Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu dem Ergebnis, dass der Bildungsgrad in diesem Wirtschaftsbereich mit einem Anteil von 37% von Personen, die mindestens einen Fachhochschulabschluss haben, überdurchschnittlich hoch ist. Nach den Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ hätten allerdings 63 bzw. 69% aller Beratenen mindestens einen

Fachhochschulabschluss, was sehr hoch erscheint. Dies könnte u.a. auf den in diesem Bereich hohen Anteil von „keinen Angaben“ zurückzuführen sein (knapp 40%).

4.4. Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Bei Betrachtung der Gesamtberatungen des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nach Teilmärkten lässt sich feststellen, dass die Beratungsgespräche am häufigsten in den Teilmärkten Designwirtschaft, Kunstmarkt, Musikwirtschaft und dem Markt für darstellende Künste stattfanden. Der geringste Anteil der Orientierungsberatungen liegt in den Teilmärkten Rundfunkwirtschaft und Architekturmarkt.

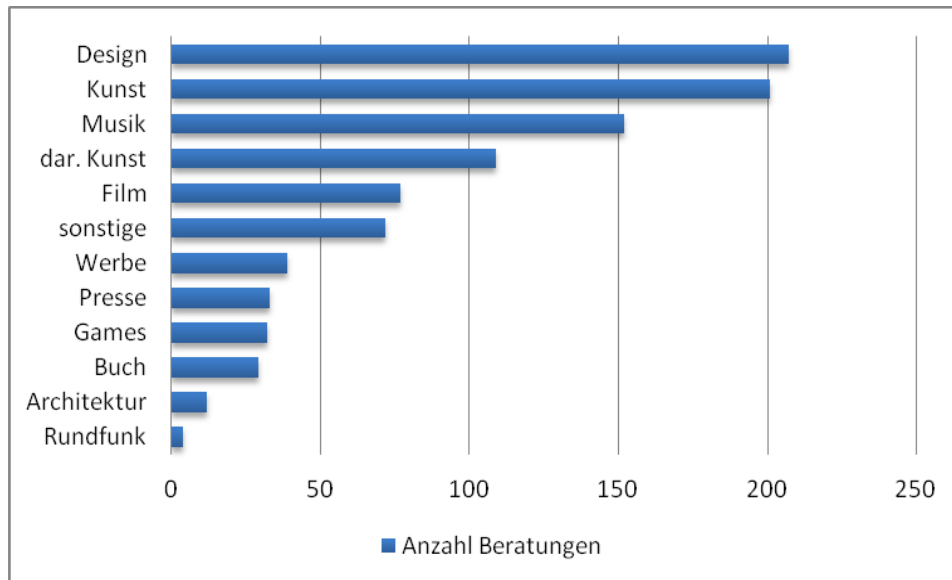
Abbildung 12: Gesamtberatungen im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nach Teilmärkten



Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Eine Betrachtung der Orientierungsberatungen des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ von Personen mit Migrationshintergrund nach Teilmärkten verdeutlicht, dass hier die meisten Beratungen in der Designwirtschaft, dem Kunstmarkt, der Musikwirtschaft und dem Markt für darstellende Künste stattfanden. Der geringste Anteil von Beratungen lag auch hier in der Rundfunkwirtschaft und dem Architekturmarkt.

Abbildung 14: Beratungen von Personen mit Migrationshintergrund im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nach Teilmärkten



Quelle: Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung.

Ein nach dem Merkmal Migrationshintergrund differenzierter prozentualer Vergleich der Teilmärkte verdeutlicht, dass hier teilweise unterschiedlich starke Ausprägungen vorhanden sind. Beispielsweise haben sich in den Teilmärkten Designwirtschaft, Werbemarkt, Buchmarkt, Pressemarkt, Architekturmarkt und Rundfunkwirtschaft relativ häufig Personen ohne Migrationshintergrund beraten lassen. Dagegen fragen in den Teilmärkten Kunstmarkt, Musikwirtschaft, darstellende Kunst und Filmwirtschaft Personen mit Migrationshintergrund Beratung häufiger nach.

Lediglich im Teilmarkt der Software- und Gamesindustrie sind keine Unterschiede hinsichtlich einer relativen Beratungsnachfrage festzustellen.

5. Auswertung der Befragung von Bremer Gründungs-Berater/innen

Existenzgründer/innen können im Land Bremen kostenlose und kostenpflichtige Gründungsberatung in Anspruch nehmen. Neben den institutionellen Beratungsangeboten können gründungsinteressierte Personen, die Angebote einer selbstständig tätigen Gründungsberater/-in nutzen. Diese unterscheiden sich in der Regel in der Intensität und der Begleitung der Existenzgründung. Selbstständig tätige Gründungsberater/-innen werden häufig für die Erstellung eines umfangreichen Businessplans mit Finanzierungsbedarf eingesetzt. In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind sie auch unterstützend und beratend in der Markterkundung und dem Markteintritt tätig.

Selbstständig tätige Gründungsberater/-innen verfügen oftmals über langjährige und weitreichende Beratungserfahrungen, die selten erfragt und ausgewertet werden. Um diesen Erfahrungs- und Kenntnisstand nutzen zu können, wurde ein Fragebogen konzipiert. Hierbei ist das Ziel quantitative Erkenntnisse über die Beratungsfälle und qualitative Erkenntnisse über die Beratungskompetenzen hinsichtlich der Merkmale Kultur- und Kreativwirtschaft sowie Personen mit Migrationshintergrund zu gewinnen.

Bei der Konzeption des Fragebogens standen folgende Fragestellungen im Vordergrund:

- Wie setzen sich die Beratungsfälle eines Gründungsberaters zusammen? Hierbei ist das Ziel Erkenntnisse über die prozentuale Verteilung von Beratungen differenziert nach Kultur- und Kreativwirtschaft und Personen mit Migrationshintergrund zu erlangen.
- Wie ist die Verteilung in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten strukturiert? Ziel ist es Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Personen mit und ohne Migrationshintergrund zu ermitteln.
- Setzen Berater spezifische Konzepte ein? Ziel ist es die Nutzung von Beratungskonzepten zu ermitteln.

Mittels Internetrecherche wurden für Bremen 86 Berater/innen ermittelt, wobei kein Anspruch auf Vollständigkeit besteht. Nach einer qualitativen Auswertung der Adressdaten sind 48 Berater/innen zwischen Juni und August 2013 telefonisch kontaktiert und über die Erhebung informiert worden. Der Fragebogen wurde dann per E-Mail zugeschickt. 15 Berater/innen haben den Fragebogen beantwortet. Das entspricht einem Rücklauf von 31,25%.

Die 15 Berater/innen, die den Fragebogen ausgefüllt haben, haben insgesamt 1.015 Gründungsberatungen durchgeführt.

Auswertung der Befragung von Beratungsstellen der Länder für Kultur- und Kreativwirtschaft

Inzwischen sind zusätzlich zum Beratungsangebot des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ in einigen Ländern spezifische Beratungs- oder Netzwerkstelle für die Kultur- und Kreativwirtschaft entstanden. Manche dieser Beratungsstellen werden durch die jeweilige Wirtschaftsförderung unterstützt, andere sind an Kunsthochschulen angedockt oder auf bestimmte Branchen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft spezialisiert. Auch das Aufgabenspektrum ist unterschiedlich und reicht von Vernetzung, Marketing bis hin zur Beratung. Im Rahmen der Befragung mittels Fragebogen in unserem Projekt haben wir uns an jene Angebote gewandt, die (auch) Beratung zur Gründung anbieten.

Folgende Fragestellungen standen dabei im Mittelpunkt des Interesses:

- Wie setzten sich die Beratungsfälle in den „Länderprojekten“ zusammen? Hierbei ist das Ziel Erkenntnisse über die prozentuale Verteilung von Beratungen hinsichtlich des Migrationsstatus zu erlangen.
- Wie ist die Verteilung in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten strukturiert? Ziel ist es Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Personen mit und ohne Migrationshintergrund zu ermitteln.
- Setzen Berater spezifische Konzepte ein? Ziel ist es die Nutzung von Beratungskonzepten zu ermitteln.

Auswertung der Befragungen und Vorgehensweise bei der folgenden Darstellung

Die nun folgende Darstellung der Auswertung stellt die Auswertung der Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ in den Mittelpunkt und ergänzt diese um die Ergebnisse der anderen beiden Auswertungen an den Stellen, wo ein Vergleich möglich ist. Die Ergebnisse werden außerdem mit aus der Literatur und Statistik bekannten Daten zu Gründungen und Selbständigkeit in Verbindung gebracht und diskutiert.

1.1 Personen mit Migrationshintergrund in den Orientierungsberatungen

Insgesamt haben in der bisherigen Projektlaufzeit des Kompetenzzentrums der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 7.757 Personen an Orientierungsberatungen teilgenommen. Davon gaben 1.021 Personen an, einen Migrationshintergrund zu haben. 703 Personen haben keine Angaben zur Herkunft gemacht. Für alle weiteren Berechnungen wurden die 703 Personen ohne Angabe zur Herkunft herausgerechnet. Die bereinigte Grundgesamtheit umfasst somit 7.054 Personen.

Von diesen 7.054 Personen haben 6.746 Personen deutsche und 1.021 Personen ausländische Wurzeln. Damit entspricht der Anteil der bundesweit beratenen Personen mit Migrationshintergrund im Kompetenzzentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 14,5%.

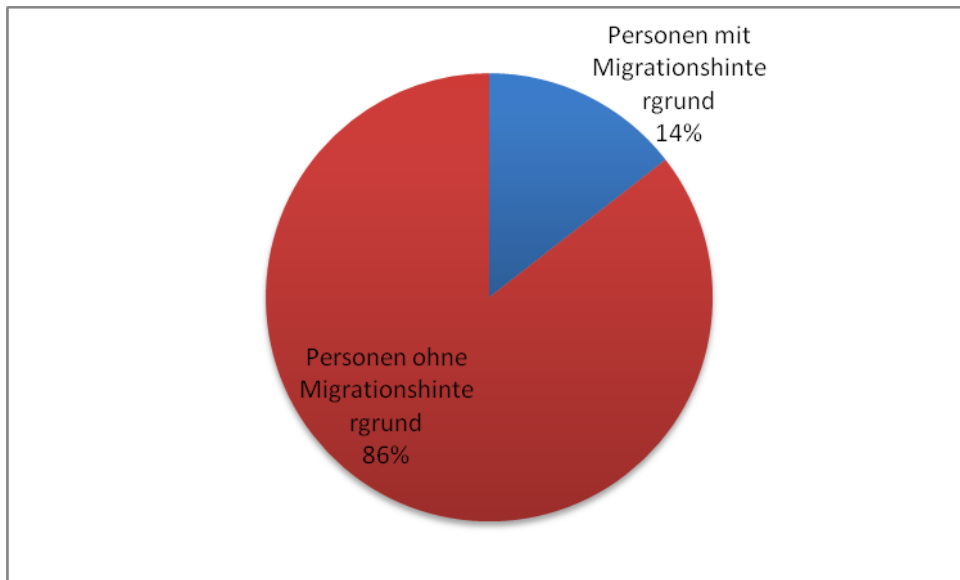


Abbildung 1: Anteil von Personen mit Migrationshintergrund an Orientierungsberatungen. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Darstellung und Auswertung.

Wie ist ein Beratungsanteil von 14,5% von Personen mit Migrationshintergrund nun einzuschätzen? Laut eines Artikels in „Die Zeit“ vom 13. September 2010 hatten im ersten Halbjahr 2010 – so der Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertags – 18% aller Gründungsinteressierten, die sich von der IHK beraten ließen, einen Migrationshintergrund. Nach einer Sonderauswertung des KfW-Gründungsmonitors 2012 (Daten von 2011) haben inzwischen 22% aller Gründer/innen ausländische Wurzeln. Die Dynamik bei den Gründern mit Migrationshintergrund wird dabei insbesondere von Nicht-EU-Ausländern ausgelöst.² Zu einem noch höheren Beitrag am Gründungsgeschehen in Deutschland kommen Evers und Jung (2011) in ihrer für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie erstellten Studie „Unternehmensgründungen von Migrantinnen und Migranten“ (Bezugszahlen von 2009). Sie sprechen davon, dass inzwischen jeder dritte Gewerbebetrieb von einem Menschen ohne deutsche Staatsbürgerschaft angemeldet wird. Dabei ist außerdem zu erwähnen, dass sich seit 2005 die Vorbereitungszeit für Gründung von Migrant/innen verlängert habe. Beratungsangebote werden dabei von Migrant/innen in ähnlichem Ausmaß wie von Deutschen genutzt. Die Nutzung von Beratungsangeboten korreliert eher mit dem Bildungsniveau als mit der Herkunft. Tendenziell nutzen Migrant/innen aber eher individuelle Beratungs- und weniger Gruppenangebote für die Vorbereitung von Existenzgründungen.

Berücksichtigt man nun, dass im Rahmen des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nicht nur Gründer/innen, sondern auch (oder vor allem) bereits Selbstständige beraten werden, so müssen auch diese Daten zur Rate gezogen werden. Die Selbständigenquote (Anteil der Selbstständigen an den Erwerbstätigen) lag 2011 in Deutschland bei 11%. Betrachtet man nur die Gruppe der Personen mit

² Vgl. KfW-Pressemitteilung: „KfW: Fast jeder vierte Gründer hat einen Migrationshintergrund“ vom 4.7.2012.

Migrationshintergrund, so liegt in dieser Gruppe die Selbständigenquote bei 10,29%. Von den zu diesem Zeitpunkt 4 405 000 Selbständigen in Deutschland hatte 726 000 einen Migrationshintergrund. Damit beträgt der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund an allen Selbständigen 16,5%.³

Vor dem Hintergrund dieser Zahlen muss ein Beratungsanteil von 14,5% im Rahmen des Angebots des Kompetenzzentrums der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes als leicht unterdurchschnittlich eingeschätzt werden. Daraus könnte der Schluss gezogen werden, dass Personen mit Migrationshintergrund im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft unterrepräsentiert sind. Diese These wird durch eine Studie der KfW zu „Gründungen in der Kreativwirtschaft“ unterstützt. Das Ergebnis dieser auf Zahlen von 2010 beruhenden Studie war, dass 13% aller Gründer/innen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Migrationshintergrund aufweisen.

Dieser Erkenntnis wird allerdings nicht durch die Ergebnisse der **Befragung von selbständigen Bremer Existenzgründungsberatern** gestützt. Dort lag der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund bei den Beratern im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft bei 34%.

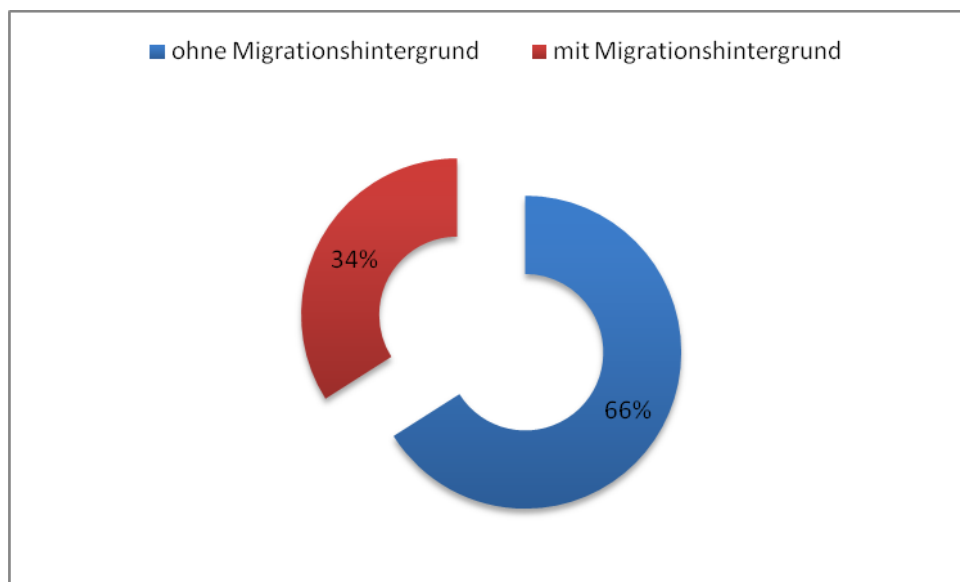


Abbildung 2: Anteil Personen mit Migrationshintergrund an KuK Beratungen / Befragung der Bremer Gründungs-Berater/innen

³ Quelle: Bevölkerung nach Migrationsstatus regional, Ergebnisse des Mikrozensus 2011, Statistische Ämter des Bundes und der Länder, März 2013

Dabei war kein Unterschied zwischen Beratungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft und den Beratungen zur Gründung in allen Wirtschaftsbereichen (gesamt) festzustellen. Auch hier betrug der Beratungsanteil von Personen mit Migrationshintergrund 34%. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass in Bremen der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund auch an den Selbständigen deutlich höher ist als im gesamten Bundesgebiet. Er beträgt knapp 24%. Auch ist die Selbständigenquote unter den Personen mit Migrationshintergrund mit 12,5% höher als die allgemeine Selbständigenquote mit 11,5%.⁴ Bremer Daten können also nur bedingt mit bundesweiten Daten verglichen werden. Zudem könnten die Freien Berater eine andere Zielgruppe ansprechen. Während die „Kerngruppe der Kreativen“ ggf. eher Beratungsangebote der Kreativwirtschaft aufsucht, könnten Gründer/innen, die sich von vornherein eher als Unternehmer verstehen, eher freie Berater zu gezielter Unterstützung wählen. Darüber hinaus stellen die institutionellen Beratungsangebote eher einen Einstieg und eine erste Orientierung dar, während die freien Berater im konkreten Gründungsprozess aktiv werden.

Die bisher ausgewerteten Daten der **Befragung der Länderinitiativen** zeigen einen Anteil von Personen mit Migrationshintergrund von knapp 29%. Dabei ist zu erkennen, dass Initiativen, die an Kunsthochschulen angedockt sind, einen überdurchschnittlichen Anteil von Beratenen mit Migrationshintergrund haben (40%). Ohne das Kunsthochschulprojekt liegt der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund bei 19%.

Zur weiteren Bewertung des Ergebnisses der Auswertung der vorliegenden Daten werden nun zusätzlich noch spezifische Landesdaten für Bremen für den Bereich der Gründungsberatung in der KuK analysiert (Projekt Ideenlotsten) und die jeweiligen Ergebnisse zueinander in Beziehung gesetzt.

2.1.0. Geschlechterverhältnis

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass der beratene Frauenanteil mit mehr als 50% sehr hoch ist. Feststellen lässt sich weiterhin, dass der Frauenanteil der beratenen Personen mit Migrationshintergrund mit 57% sogar um 3% höher ist als der Frauenanteil unter den Personen ohne Migrationshintergrund (54%).

⁴ Quelle: Bevölkerung nach Migrationsstatus regional, Ergebnisse des Mikrozensus 2011, Statistische Ämter des Bundes und der Länder, März 2013

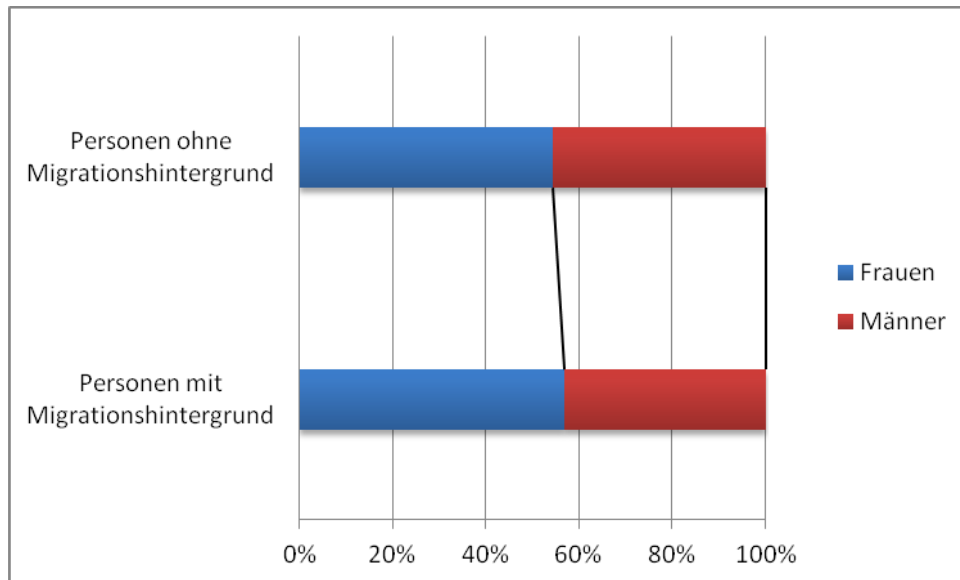


Abbildung 3: Frauenanteil in den Orientierungsberatungen, Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Darstellung und Auswertung.

Diese Zahl ist insofern erstaunlich, als der Frauenanteil bei Gründungen von Personen mit Migrationshintergrund bei ca. 34% liegt. Bei Gründungen von Deutschen liegt er bei ca. 41% (Daten vom KfW-Gründungsmonitor 2010). Unterdurchschnittlich ist der Frauenanteil außerdem bei Gründungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie die zitierte KfW-Studie (Bezugsdaten 2010) ergeben hat. Er liegt bei lediglich 36%. Dieser niedrige Frauenanteil wird bei der Betrachtung der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft allerdings durch den hohen Anteil von männlichen Gründern im Bereich der Software- und Games-Industrie ausgelöst. Da Beratungen in diesem Bereich nicht so stark vertreten sind, könnte dieser Effekt bei den Beratungszahlen wegfallen und so den relativ hohen Frauenanteil erklären.

Zudem könnte eine Erklärung sein, dass Frauen Beratungsangebote häufiger in Anspruch nehmen als Männer und deshalb bei den Daten des Kompetenzzentrums der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes überrepräsentiert sind.

2.1.1 Die Altersstruktur

Die Altersverteilung von Personen ohne Migrationshintergrund verdeutlicht, dass die Mehrheit der beratenen Personen mit 61% der Altersgruppe 31 bis 50 Jahre zuzuordnen ist. Während Beratungen in der Altersgruppe unter 20 Jahren kaum eine Rolle spielen, sind die Altersgruppen 21-30 Jahre mit 21 % und die Altersgruppe über 50 Jahre mit 18% noch relativ häufig vertreten.

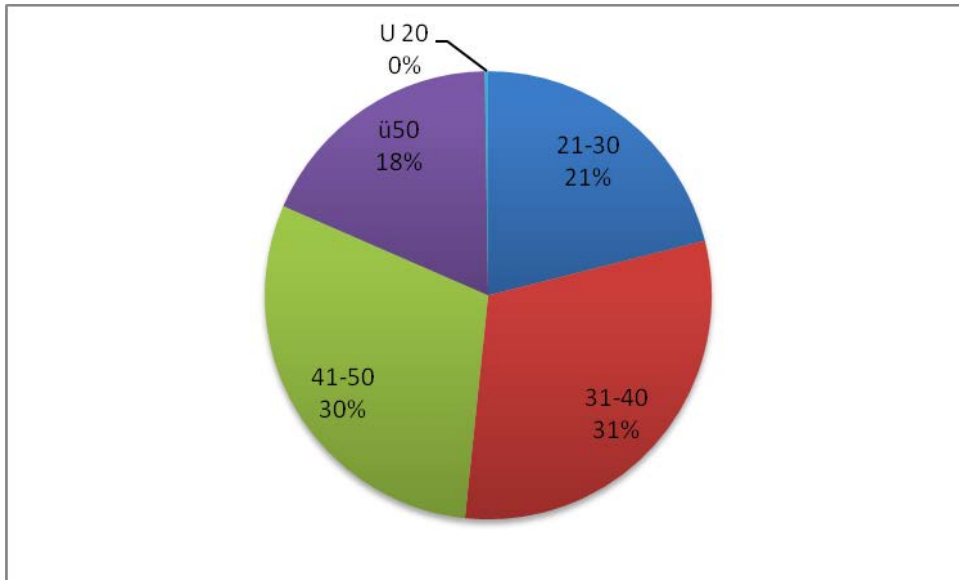


Abbildung 4: Altersverteilung beratene Personen ohne Migrationshintergrund. Datenquelle „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RWK Kompetenzzentrum. Eigene Darstellung und Auswertung

Eine Auswertung der Altersverteilung von Personen mit Migrationshintergrund zeigt, dass die Altersgruppe der 21- bis 40- jährigen Personen mit 68% eine deutliche Mehrheit bildet. Auch in dieser Gruppe hat die Beratung von Personen unter 20 Jahren keine Bedeutung. Die Altersgruppe von 41-50 Jahren ist mit 21% die drittgrößte Altersgruppe der Beratenen, gefolgt von Personen über 50 Jahren mit 12%.

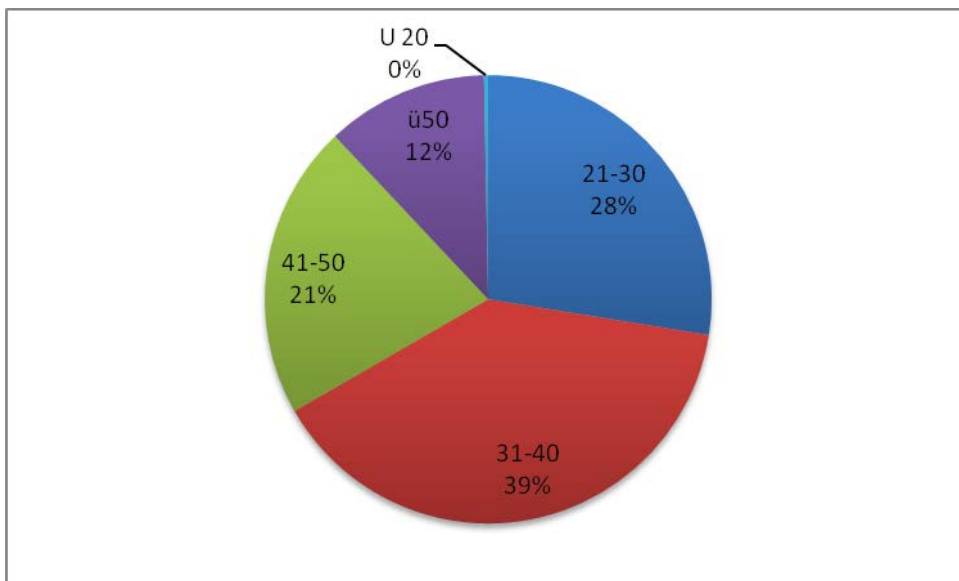


Abbildung 5: Altersverteilung beratener Personen mit Migrationshintergrund. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RWK Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Bei einem Vergleich lässt sich feststellen, dass in beiden Gruppen die Beratung von jungen Menschen unter 20 Jahren keine Bedeutung hat. Allerdings verdeutlichen die folgenden Ergebnisse, dass Personen mit Migrationshintergrund, welche die Orientierungsberatung der regionalen Ansprechpartner des Kompetenzzentrums der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes nutzen, durchschnittlich jünger waren als Personen ohne Migrationshintergrund.

Während bei den Beratern mit Migrationshintergrund die Altersgruppe der 21- bis 40-jährigen Personen die Mehrheit bildet, ist dies bei Personen ohne Migrationshintergrund die Altersgruppe der 31- bis 50-jährigen. Bei Personen ohne Migrationshintergrund in der Altersgruppe über 50 Jahren ist der Anteil um 6% höher als bei Personen mit Migrationshintergrund.

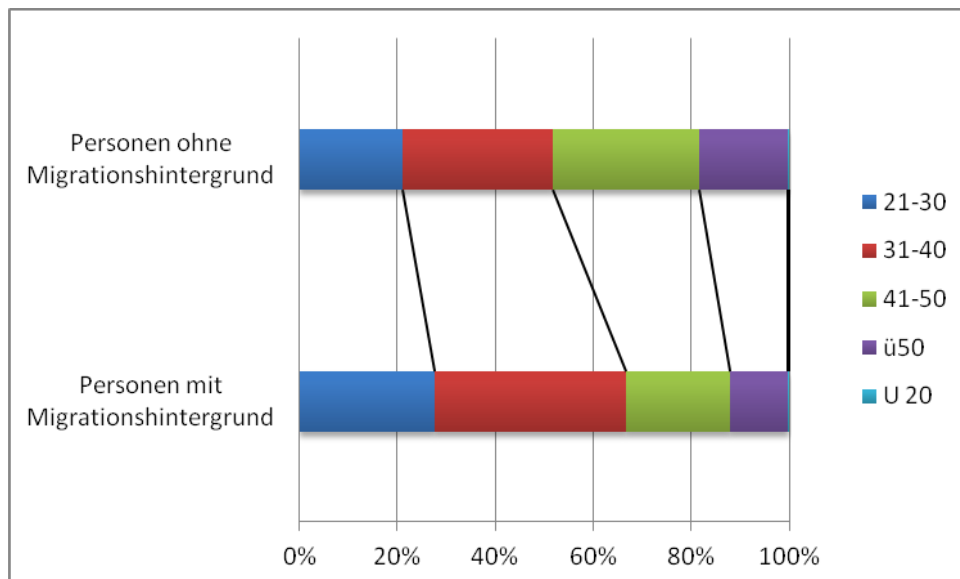


Abbildung 6: Vergleich Altersverteilung beratener Personen nach Migrationshintergrund. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

2.1.2 Der Bildungsstand

Eine Gesamtbetrachtung der Bildungsabschlüsse verdeutlicht, dass 7% der beratenen Personen im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ angaben, dass sie über einen sonstigen Abschluss verfügen. 11% gaben an, dass sie weder über Fachhochschulreife noch allgemeine Hochschulreife verfügen. 19% der beratenen Personen haben Fachhochschulreife oder allgemeine Hochschulreife als höchsten Bildungsabschluss angegeben, während mit 63% die meisten Personen über einen akademischen Bildungsabschluss verfügen, wobei hier die Abschlüsse Bachelor, Master, Diplom und Magister zusammengefasst wurden.

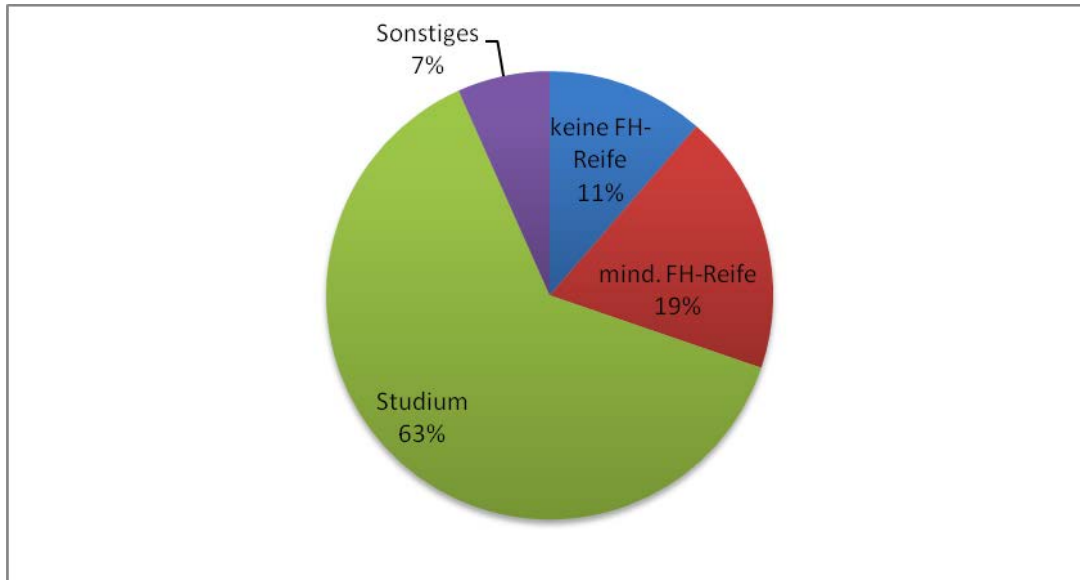


Abbildung 7: Bildungsstand der beratenen Personen. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Eine Auswertung der Bildungsabschlüsse unter den beratenen Personen mit Migrationshintergrund im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ verdeutlicht, dass nur 9 % als höchsten Bildungsabschluss einen Hauptschulabschluss oder die mittlere Reife angaben. 17% der Personen mit Migrationshintergrund verfügen über eine Fachhochschulreife oder allgemeine Hochschulreife und 69% der Personen mit Migrationshintergrund gaben als höchsten Bildungsabschluss Bachelor, Master, Diplom oder Magister an.

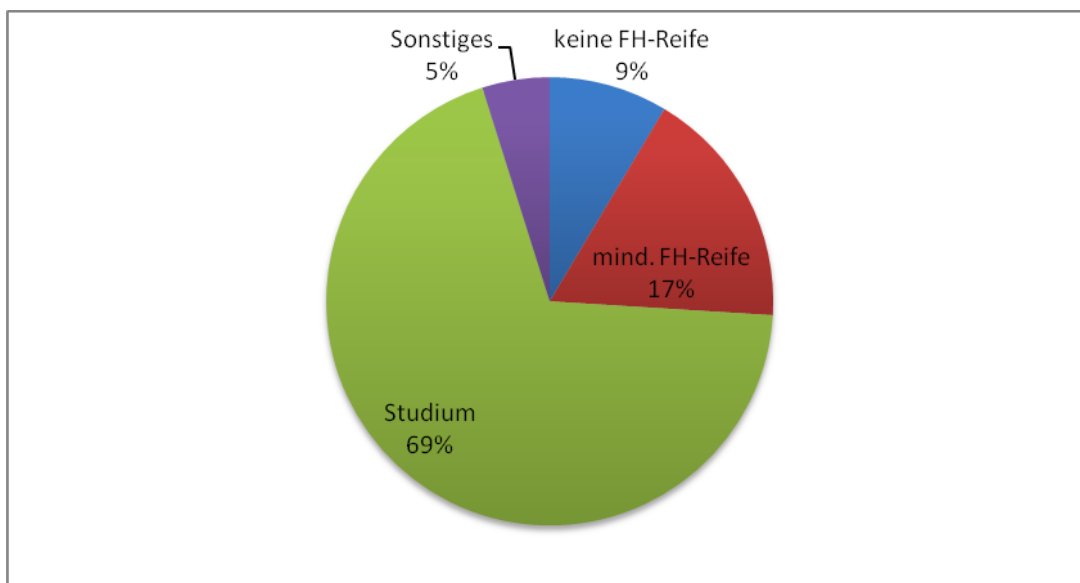


Abbildung 8: Bildungsstand der beratenen Personen mit Migrationshintergrund. Daten des „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Ein differenzierter Vergleich der Bildungsabschlüsse nach dem Merkmal Migrationshintergrund bestätigt, dass Personen mit Migrationshintergrund, die sich im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ beraten lassen, über einen höheren Bildungsabschluss als Personen ohne Migrationshintergrund verfügen. Am deutlichsten ist der Unterschied bei den höchsten Abschlüssen (Diplom, Magister oder Master) ausgeprägt. Während 44% der Personen mit Migrationshintergrund einen dieser Abschlüsse als höchsten Abschluss angaben, beträgt dieser Wert bei Personen ohne Migrationshintergrund 38%. Bei den restlichen Angaben sind die Unterschiede mit 1% bis 2% zwar gering, aber dennoch vorhanden. Lediglich bei dem Bildungsabschluss „mittlere Reife“ haben Personen ohne Migrationshintergrund mit 9% einen um 3% höheren Anteil als Personen ohne Migrationshintergrund. Bei dem Bildungsabschluss allgemeine Hochschulreife beträgt dieser Unterschied 2% zugunsten von Personen ohne Migrationshintergrund.

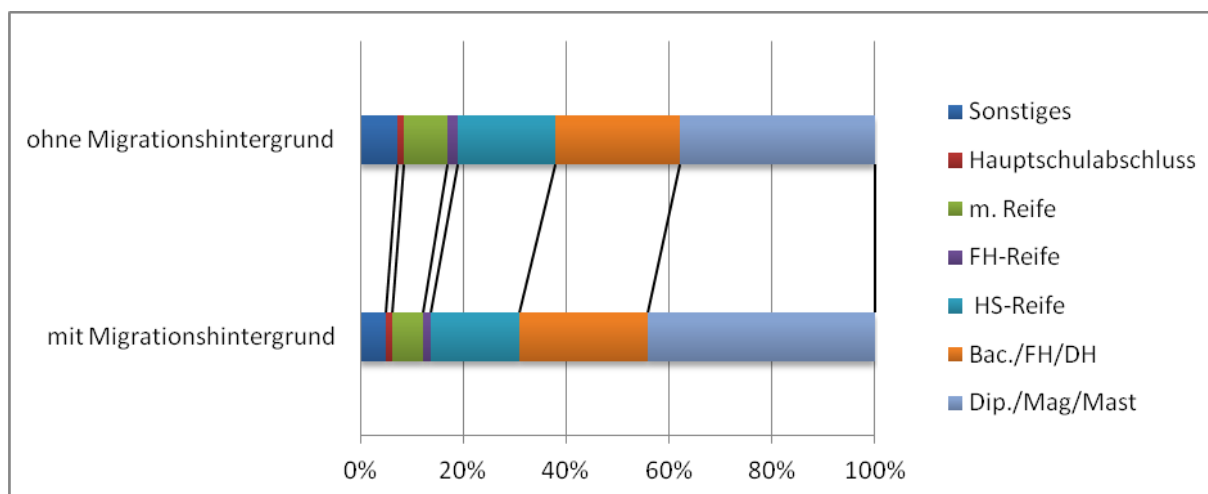


Abbildung 9: Bildungsstand der Beratenen nach Migrationshintergrund. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Dieses Ergebnis ist insofern interessant als im Allgemeinen Gründer/innen mit Migrationshintergrund hinsichtlich der formalen Qualifikation zwar „aufholen“, aber formal noch immer noch schlechter qualifiziert sind als die deutschen Gründer/innen. Zu diesem Ergebnis kommen Evers und Jung in der bereits zitierten Studie. Fraglich ist allerdings, ob die hier erzielten Ergebnisse überhaupt repräsentativ sind. So kommt die KfW-Studie zu Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu dem Ergebnis, dass der Bildungsgrad in diesem Wirtschaftsbereich mit einem Anteil von 37% von Personen, die mindestens einen Fachhochschulabschluss haben, überdurchschnittlich hoch ist. Nach den Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ hätten allerdings 63 bzw. 69% aller Beratenen mindestens einen

Fachhochschulabschluss, was sehr hoch erscheint. Dies könnte u.a. auf den in diesem Bereich hohen Anteil von „keinen Angaben“ zurückzuführen sein (knapp 40%).

2.1.3 Die elf Teilmärkte

Bei Betrachtung der Gesamtberatungen des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nach Teilmärkten lässt sich feststellen, dass die Beratungsgespräche am häufigsten in den Teilmärkten Designwirtschaft, Kunstmarkt, Musikwirtschaft und dem Markt für darstellende Künste stattfanden. Der geringste Anteil der Orientierungsberatungen liegt in den Teilmärkten Rundfunkwirtschaft und Architekturmarkt.

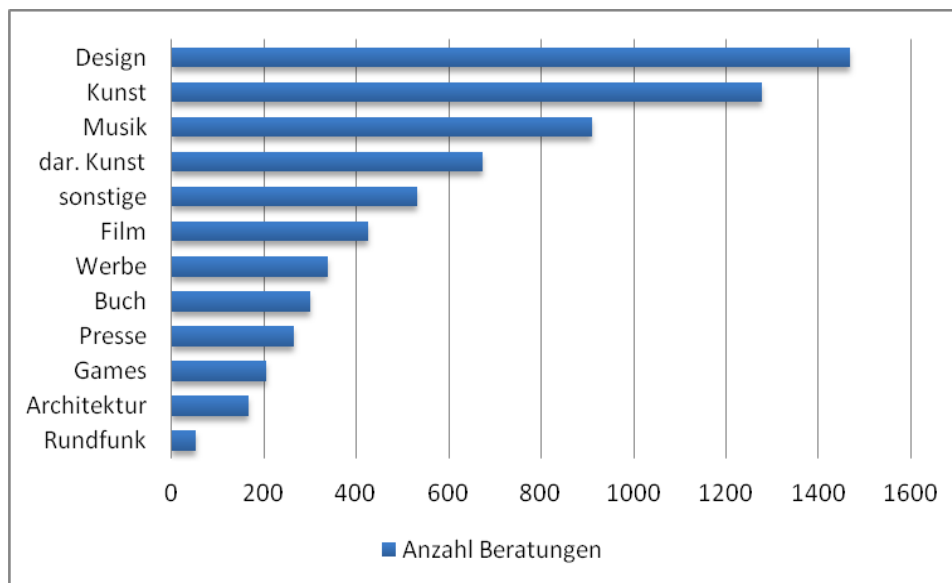


Abbildung 10: Gesamtberatungen im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nach Teilmärkten. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung

Eine Betrachtung der Orientierungsberatungen des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ von Personen mit Migrationshintergrund nach Teilmärkten verdeutlicht, dass hier die meisten Beratungen in der Designwirtschaft, dem Kunstmarkt, der Musikwirtschaft und dem Markt für darstellende Künste stattfanden. Der geringste Anteil von Beratungen lag auch hier in der Rundfunkwirtschaft und dem Architekturmarkt.

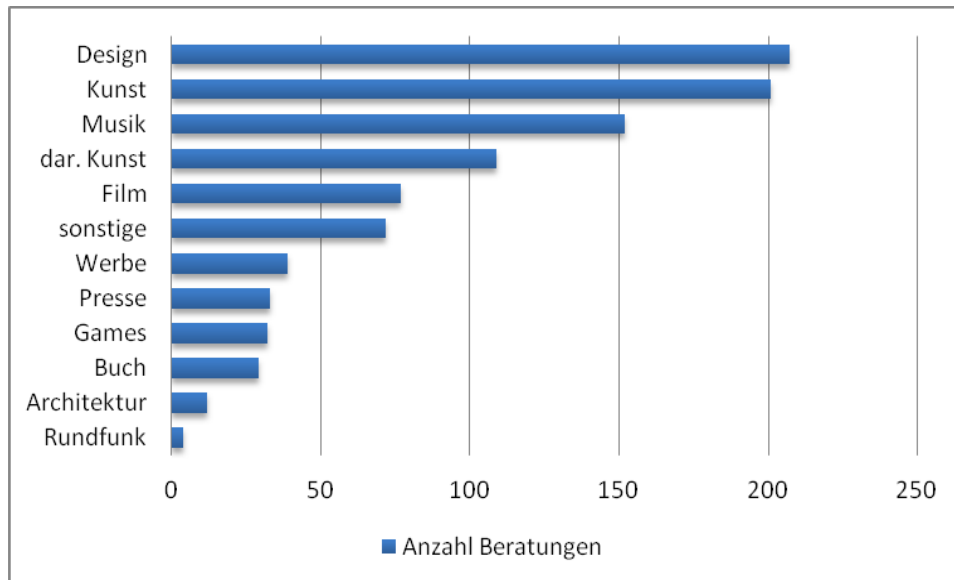


Abbildung 11: Beratungen von Personen mit Migrationshintergrund im „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ nach Teilmärkten. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Auswertung und Darstellung.

Ein nach dem Merkmal Migrationshintergrund differenzierter prozentualer Vergleich der Teilmärkte verdeutlicht, dass hier teilweise unterschiedlich starke Ausprägungen vorhanden sind. Beispielsweise haben sich in den Teilmärkten Designwirtschaft, Werbemarkt, Buchmarkt, Pressemarkt, Architekturmarkt und Rundfunkwirtschaft relativ häufig Personen ohne Migrationshintergrund beraten lassen. Dagegen fragen in den Teilmärkten Kunstmarkt, Musikwirtschaft, darstellende Kunst und Filmwirtschaft Personen mit Migrationshintergrund Beratung häufiger nach.

Lediglich im Teilmarkt der Software- und Gamesindustrie sind keine Unterschiede hinsichtlich einer relativen Beratungsnachfrage festzustellen.

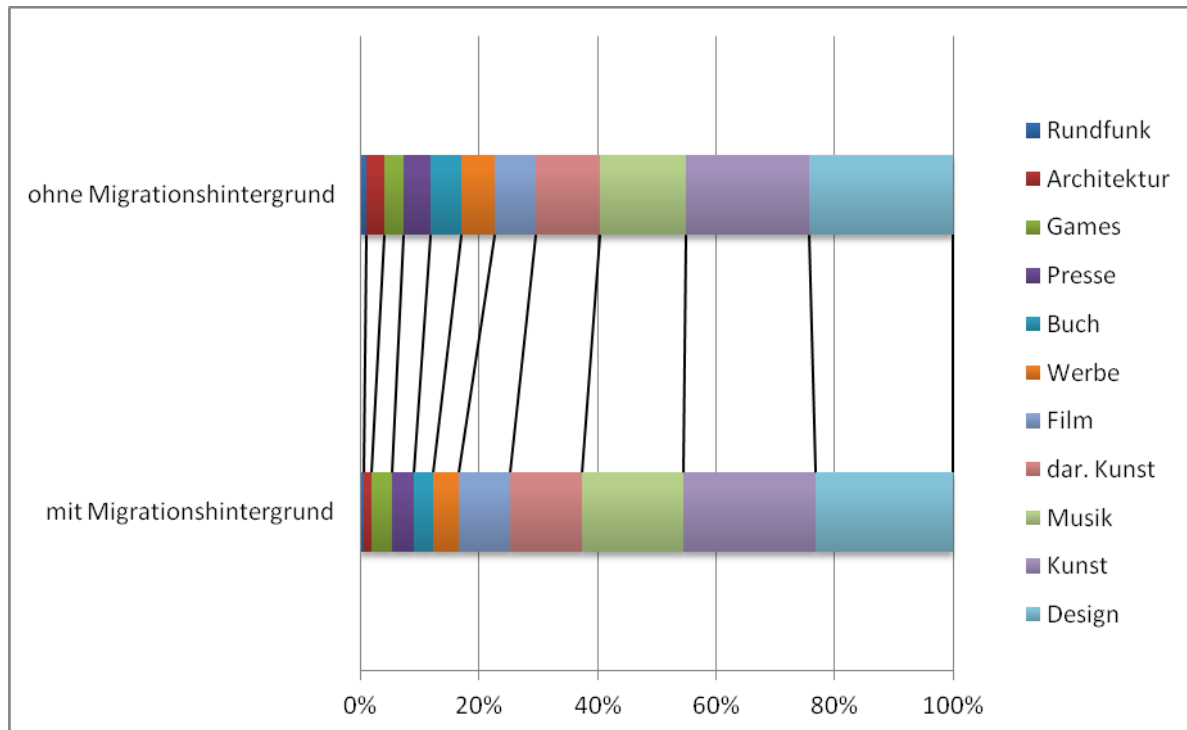


Abbildung 12: Vergleich der Beratungsanteile nach Prozent in den Teilmärkten nach Migrationshintergrund. Daten des „Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ c/o RKW Kompetenzzentrum. Eigene Darstellung und Auswertung

Interessant ist, dass die Häufigkeit der Beratungen in diesen Teilbereichen nur teilweise mit der Marktentwicklung korrespondiert. So ist der Bereich Design – betrachtet man die Anzahl der Unternehmen (2010 und 2011) – der größte Teilmarkt der KuK. Es folgen dann die Teilmärkte Architektur und Werbung, die bei den Beratungen nur eine relativ untergeordnete Rolle spielen. Im Bereich der Architektur könnte das mit der Reglementierung des Bereichs und eigenen Beratungsangeboten der Architektenkammer zu erklären sein. Für den Werbemarkt könnte entscheidend sein, dass die Unternehmensentwicklung zwischen 2009 und 2011 rückläufig war. Das könnte sich auch in den Beratungszahlen widerspiegeln. Kunst und Musik könnten so stark vertreten sein, weil sich Gründer/innen bzw. Unternehmer/innen dieser Teilbereiche selbst auch der KuK-Branche zugehörig fühlen und daher spezifische Beratungsangebote besonders in Anspruch nehmen. Außerdem könnte es sein, dass der Markteintritt in diesen Teilmärkten besonders schwierig ist und daher Beratungsangebote eher in Anspruch genommen werden.

Sehr ähnlich stellt sich die Verteilung der Beratungen auf die elf Teilmärkte von Menschen mit Migrationshintergrund bei der **Bremer Berater-Befragung** dar. Auch in diesen Fälle sind die Bereiche Design, Kunst, Musik, Darstellende Kunst am häufigsten vertreten.

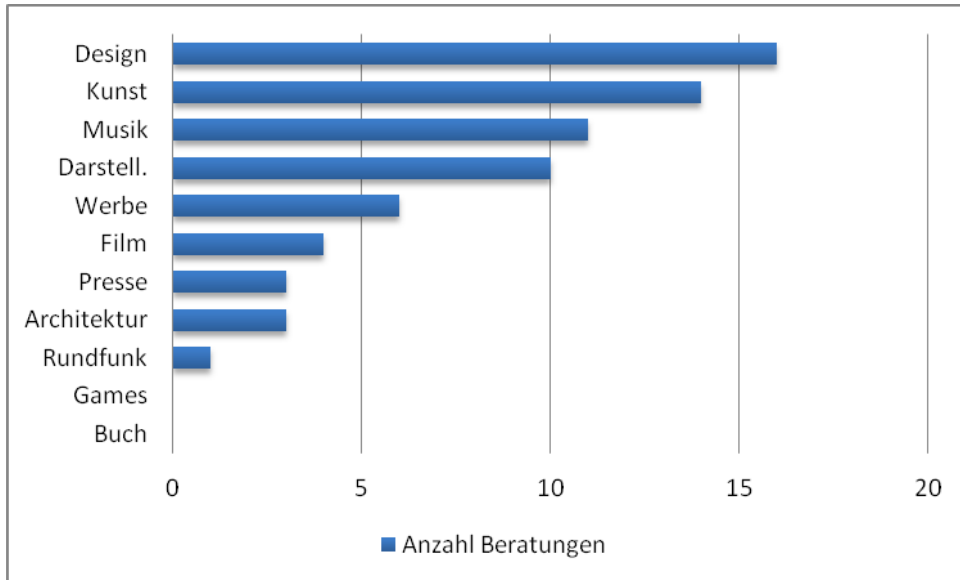


Abbildung 13: Verteilung der Beratung von Personen mit Migrationshintergrund nach Teilmärkten / Befragung der Bremer Gründungs-Berater/innen

Etwas anders stellt sich die Verteilung dar, wenn man alle Beratung nach den Teilmärkten differenziert. Dann rückt der Teilmarkt „Musikwirtschaft“ an die erste Stelle. Auch der Werbemarkt ist dann stärker vertreten.

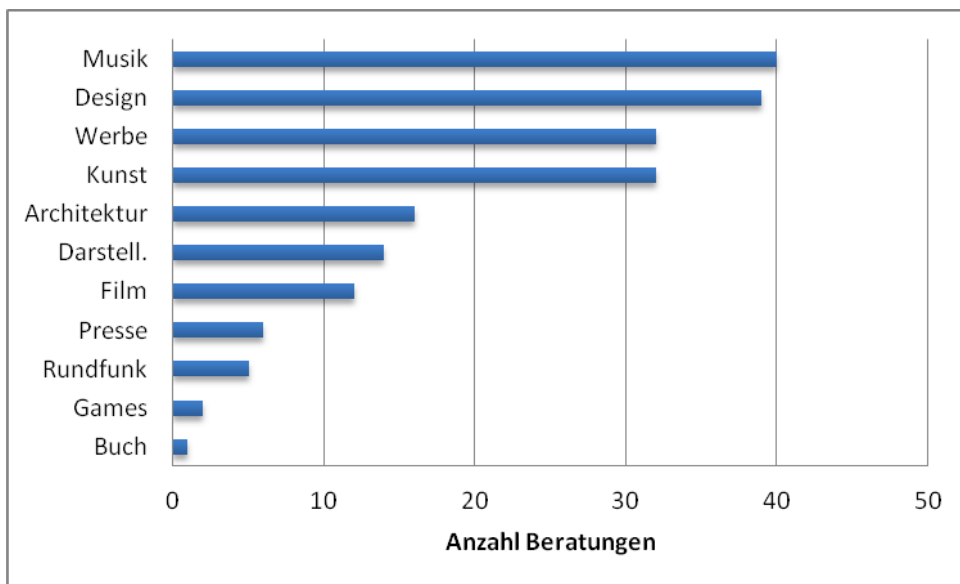


Abbildung 14: Verteilung der Gesamtberatungen nach Teilmärkten / Befragung der Bremer Gründungs-Berater/innen

Ein Vergleich der elf Teilmärkte verdeutlicht, dass bei Personen mit und ohne Migrationshintergrund die Musikwirtschaft, Designmarkt und der Kunstmarkt dominieren. Eine Abweichung lässt sich zugunsten von Personen ohne Migrationshintergrund im Werbemarkt feststellen. Im Teilmarkt darstellende Künste besteht eine Abweichung zugunsten von Personen mit Migrationshintergrund.

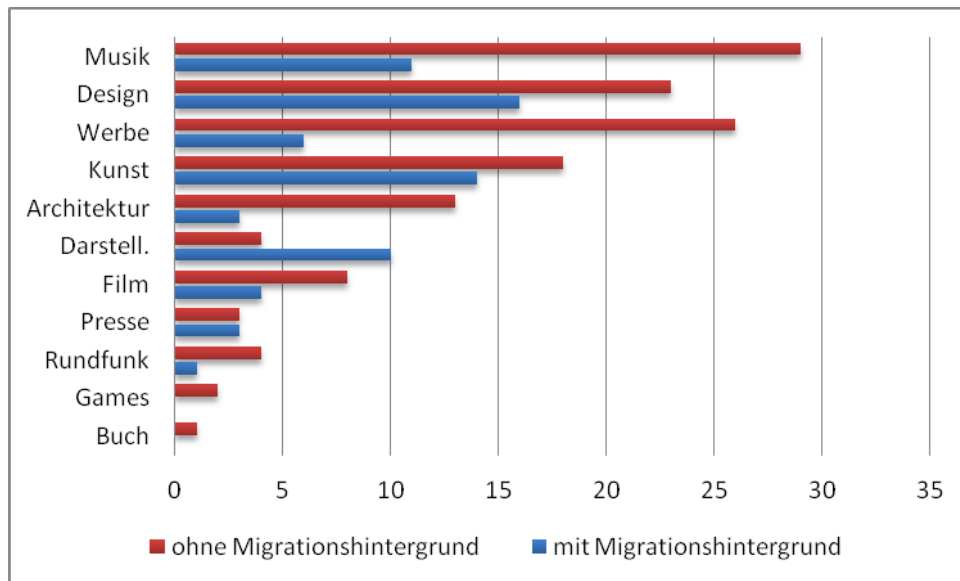


Abbildung 15: Vergleich der Beratungen nach Migrationshintergrund in den Teilmärkten / Befragung der Bremer Gründungs-Berater/innen

Fazit und weitere Vorgehensweise

Die vorliegenden Daten zeigen noch kein einheitliches Bild. Die Beteiligung von Menschen mit Migrationshintergrund könnte in der Kultur- und Kreativwirtschaft unterdurchschnittlich sein. Um diese erste Schlussfolgerung weiter zu vertiefen, werden nun folgende Schritte notwendig sein:

- **Auswertung der Bremer Daten zur Beteiligung von Menschen mit Migrationshintergrund durch weitere quantitative und qualitative Erhebungen:** geplant und terminiert für Januar 2014
- **Auswertungsgespräch mit den befragten Bremer Gründungsberatern zur Absicherung der Interpretation der Ergebnisse sowie zum weiteren Einblick in die Beratungspraxis:** geplant und terminiert für Januar 2014
- **Durchführung von qualitativen Interviews mit Selbständigen mit Migrationshintergrund in den elf Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft:** geplant und terminiert für Dezember 2013 und Januar 2014
- **Diskussion der Ergebnisse auf eine Fachtagung:** geplant und terminiert für April 2014

Literaturliste

Adelhof et al (2008): Urban Trends in Berlin and Amsterdam (Berliner Geographische Arbeiten Bd. 110, S. 1-11

Adelhof, Katja, 2009, Contribution of Ethnic Minorities in the Creative Industries in Berlin. Turkish Entrepreneurs in the design and art market. In: Amsterdam Institute for Metropolitan and International Development Studies (AMIDSt), University of Amsterdam

Adelhof, Katja (2010): Manko oder Marktvorteil? Profile der Kulturschaffenden und Kreativen mit Migrationshintergrund. In: Drda-Kühn, Karin; Weingarten, J. (2010): Land der Möglichkeiten: Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Rheinland-Pfalz

Andari, R., Bakhshi, H., Hutto, W., O’Keeffe, A., Schneider, P. (2007): Staying Ahead: The economic performance of the UK’s Creative Industries, The Work Foundation, London

Andersen, David Emanuel, Andersen, Ake E., Mellander, Charlotta (2011): Handbook of Creative Cities, Edward Elgar Publishing

Backes, Christoph 2005: Das Programm KULTURunternehmen! Merkmale der Beratungspraxis. In: Kari Drda-Kühn und Karin Prinz (Hg.): Das Auskommen finden mit dem Einkommen – Kultur als Wirtschaftsförderung – Strategien für Kulturschaffende. Dokumentation der 3. vertikult-Konferenz. Kultur und Arbeit e.V.

Backes, Christoph, Bleks, Michael H., Knöbl, Daniela, Tomm, Johannes, Rudershausen, Adrian, 2009: Strukturwandel durch Kultur. Städte und Regionen im postindustriellen Wandel. Untersuchungsbericht im Auftrag der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen.

Backes, Christoph 2009: „Neue Arbeitsfelder für Künstler außerhalb des klassischen Kunstmarktes“, in: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft. Branchenhearing Kunstmarkt 31. März 2009 im Museum für bildende Künste Leipzig.

Backes, Christoph 2010: „Vergesst Erfolgsrezepte!“, in: Kulturmanagement Network (Hg.) KM – Kultur und Management im Dialog Magazin. KM Magazin Nr. 44: Freiberufler.

Backes, Christoph 2010: „Jede Stadt braucht ihre Strategie“, in: Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (Hg.): Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Stadt und ihre Kulturwirtschaft – Neue Wege der Zusammenarbeit. Eine Veranstaltung in Kooperation mit dem Deutschen Städtetag 26. Oktober 2010 in den Rheinterrassen, Düsseldorf.

Backes, Christoph 2012: „Finanzierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen Marktversagen, Mikro- und Makrofinanzierung“, in: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.): Workshop Finanzierung: Instrumente und Vergabepaxis im Fokus der Kultur- und Kreativwirtschaft, 22. Juni 2010 im Japan Center, Frankfurt/Main.

Backes, Christoph, Hustedt, Sylvia, Söndermann, Michael, 2011: Kreativwirtschaft in Thüringen. Lage, Ansatzpunkte, Empfehlungen. Kurzfassung der Ergebnisse einer Potenzialanalyse im Auftrag des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Technologie (TMWAT).

Backes, Christoph, Bleks, Michael H., Hustedt, Sylvia, Samietz, Florian, Strömer, Reinhard, Tomm, Johannes 2012: U-Turn – Umgekehrt wird ein Unternehmen draus. Ein Plädoyer für mehr Unternehmertum in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Publikation im Rahmen der Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

Backes, Christoph 2012: „Thesen zur Qualifizierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft“; in: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, (Hg.): Im Fokus: Zukunftswerkstatt Qualifizierung. 16. Januar 2012, Landesvertretung Bremen, Berlin.

Banking on Culture (2000): New financial instruments for expanding the cultural sector in Europe, Final Report.

Bga (2007): Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Kreativwirtschaft, bga-Branchenblatt 10/2007, bundesweite gründerinnenagentur, Stuttgart

Borén, Thomas, Young, Craig, The Migrant Dynamics of the “Creative Class”: Evidence from a Study of Artists in Stockholm, Sweden. In: *Annals of the Association of American Geographers*, Volume 103, Number 1, January 2013, S. 195-210.

Bremische Bürgerschaft (2011): Kleine Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen vom 11.01.2011: Dynamische Entwicklung migrantischer Unternehmen: Erreichen die Beratungs-, Qualifizierungs- und Förderangebote die migrantischen Unternehmensgründerinnen und –gründer? Drucksache 17 / 1685.

Bührmann, Fischer, Jasper (Hg): *Migranten gründen Unternehmen*, 2010

Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (2012): *Zuwanderung von selbständigen und freiberuflichen Migranten aus Drittstaaten nach Deutschland. Ergebnisse einer schriftlichen Befragung von Selbständigen und Freiberuflern nach § 21 AufenthG*, Working Paper 48.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2008: *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Rundfunkwirtschaft*. 6. November 2008 KOMED – MediaPark Köln Literaturhaus, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2008: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Software / Games-Industrie. 13. November 2008 Games Academy Berlin, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2008: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Werbung / Kommunikation. 12. Juni 2008 stilwerk Düsseldorf, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2008: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Designwirtschaft. 18. November 2008 Cube im Kunstmuseum Stuttgart, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Kunstmarkt. 31. März 2009 Museum für Bildende Künste Leipzig, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Musikwirtschaft. 5. Mai 2009 Radialsystem Berlin, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Forschungsbericht Nr. 577, Kurzfassung des Forschungsgutachtens, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Pressemarkt. 16. März 2009 Literaturhaus München, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Markt für darstellende Künste. 22. Januar 2009 Schauspielhaus Bochum, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Filmwirtschaft. 12. März 2009 Potsdam, Babelsberg Foyer der Metropolis Halle, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing „Buchmarkt“. 25. Februar 2009 Literaturhaus Frankfurt / Main, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Architekturmarkt. 11. Februar 2009 im ehemaligen Hauptzollamt Hafen Hamburg, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2009: Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft. Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht, Köln, Berlin, Bremen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2010: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Kurzfassung, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2010: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Kurzfassung, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2010: Kultur- und Kreativpiloten, Titelträger 2010, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2011: Jahreskonferenz der Kultur- und Kreativwirtschaft. Initiativen, die bewegen – kreativ, innovativ, nachhaltig – Veranstaltung am 11. November 2011 im anxia Berlin, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2011: Initiativen, die bewegen. Kreative Landkarte Deutschland, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2011: Die Stadt und ihre Kulturwirtschaft - Neue Wege der Zusammenarbeit. Eine Veranstaltung in Kooperation mit dem Deutschen Städtetag, 26. Oktober 2010 in den Rheinterrassen, Düsseldorf, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2011: Kultur- und Kreativpiloten, Titelträger 2011, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: GründerZeiter 10. Existenzgründungen durch Migrantinnen und Migranten, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011, Kurzfassung, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011, Langfassung, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010, Kurzfassung, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010, Langfassung, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Kultur- und Kreativpiloten, Titelträger 2012, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Im Fokus: Zukunftswerkstatt Qualifizierung. Veranstaltung am 16. Januar 2012 in Berlin, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Alles nur kein Unternehmer? Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.), 2012: Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2014): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012, Berlin.

Caves, R. (2000): Creative Industries. Contracts between Art and Commerce. Cambridge, Massachusetts and London.

Dangel, C., Piorowsky, M., (2006): Selbständige Künstlerinnen und Künstler in Deutschland – zwischen brotloser Kunst und freiem Unternehmertum, Deutscher Kulturrat und ver.di

Dapp, Thomas, Ehmer, Phillip (2011): Kultur- und Kreativwirtschaft: Wachstumspotenzial in Teilbereichen, Aktuelle Themen 508, Deutsche Bank Research

Deutsche UNESCO-Kommission, 2012: Executive Summary zur Kurzanalyse des kulturellen Beschäftigungsmarktes und Künstlermarktes in Deutschland auf der Basis des UNESCO-Modells FCS, Bonn

Deutsche UNESCO-Kommission, 2012: Kultureller Beschäftigungsmarkt und Künstlerarbeitsmarkt. Kulturstatistische Analyse zum Anhang des Staatenberichts, Bonn 2012

Deutscher Bundestag (2007): Kultur- und Kreativwirtschaft, in: Kultur in Deutschland. Enquete-Kommission, Schlussbericht, Drucksache 16/7000, Berlin

EU-Commission (2010): Green Paper. Unlocking the potential of cultural and creative industries, Brussels, COM(2010) 183

EU-Commission, DG Enterprise and Industry (2010): The Amsterdam Declaration. Addressed to regional, national and European policy-makers and adopted by the participants of the workshop “Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe” organised by the European Commission’s Enterprise & Industry Directorate-General in cooperation with the City of Amsterdam, the European Design Center, the Association of Dutch Designers and IIP Create. March 2010

EU-Kommission (2011): Grünbuch “Erschließung des Potenziales der Kultur- und Kreativindustrien”, Brüssel

Europäisches Parlament (2010): Resolution zur Kultur- und Kreativwirtschaft, (INI/2010/2156)

Europäischer Rat (2011): Schlussfolgerungen zum Beitrag der Kultur für die Europa 2020-Strategie

Eurostat (2007): Cultural Statistics, Eurostat Pocketbooks

Fesel, B., Söndermann, M. (2007): Culture and Creative Industries in Germany. German Commission for UNESCO. Bonn

Florida, Richard: The rise of the creative class, Basic Books, New York 2002

Florida, Richard: Who is your city? How the Creative Economy Is Making Where You Live the Most Important Decision of Your Life, Basic Books, New York, 2008

Fritsch, M, Stützer, M.: The Geography of Creative People in Germany, International Journal of Foresight and Innovation Policy 5, 7-23, 2009.

Georgieff, P., Kimpeler, S., Müller, K., Rammer, C. (2008): Dritter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, KMU Forschung Austria, Wien

Gerner, Hans-Dieter, Wießner, Frank (2012): Solo-Selbständige: Die Förderung bewährt sich, der soziale Schutz nicht immer, IAB-Kurzbericht 23/2012

Glaeser, Eduard L. (2004): Review of Richard Florida’s The Rise of The Creative Class
als PDF unter <http://www.creativeclass.org>; <http://www.creativeclass.org/>

Gottschalk, C, Hamm, R. (2011): Toleranz, Talente und Technologien – die räumliche Verteilung der kreativen Klasse in Deutschland, Wirtschaftsdienst – Zeitschrift für Wirtschaftspolitik 91 (6), 414-421

Grüner, H., Kleine, H., Puchta, D., Schulze, K (2009): Kreative gründen anders! Existenzgründungen in der Kreativwirtschaft: Ein Handbuch, transcript, Bielefeld

Haas, Peter, Holzinger, Silvia (2011): Kann man davon leben? Erfolgreiche Eigenvermarktung und Internetökonomie, Berlin

Hagen, T, Kohn, K., Ullrich, K. (2011): KfW-Gründungsmonitoring 2011 – Dynamisches Gründungsgeschehen im Konjunkturaufschwung, KfW-Bankengruppe, Frankfurt

Heinrich Böll Stiftung (Hg): Kreativen: Wirkungen. Urbane Kultur, Wissensökonomie und Stadtpolitik, Schriften zur Bildung und Kultur, Band 2, April 2008.

Heinze, Rolf G., Hoose, Fabian: Perspektiven der Wirtschaftsförderung für den Kultur- und Kreativsektor, Arbeitskreis Nachhaltige Strukturpolitik, Oktober 2012

Helbrecht, Ilse: Die neue Intoleranz der kreativen Klasse: Veränderungen in der Stadtkultur durch das Arbeitsethos der flexiblen Ökonomie. Vortrag am Deutschen Geographentag 2009 in Wien, http://www.geographie.hu-berlin.de/Members/helbrecht_ilse/downloadsenglish/NeueIntoleranz

Henry, C. (2007): Entrepreneurship in the Creative Industries: An international Perspektive, Edward Elgar

Hözl, W. (2005): Entrepreneurship, Entry and Exit in Creative Industries: An Exploratory Survey. In: Working Papers Series: Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials, Vienna

Hustedt, Sylvia 2012: „Qualifizierungsbedarfe – Erfahrungen aus der Praxis“, in: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, (Hg.): Im Fokus: Zukunftswerkstatt Qualifizierung. 16. Januar 2012, Landesvertretung Bremen, Berlin.

Kay, Rosemarie und Schneck, Stefan (2012): Hemmnisse und Probleme bei Gründungen durch Migranten, IfM-Materialien Nr. 214, Institut für Mittelstandforschung, Bonn.

Keuper, F., Puchta, D., Röder., St. (2008): Creative Industries benötigen Creative Finance – Innovative Finanzierungslösungen für die Filmwirtschaft. In: Hülsmann, M., Grapp, J., Strategisches Management für Film und Fernsehproduktionen: Herausforderungen, Optionen, Kompetenzen. München

KfW-Bankengruppe (Hg), 2011: Fokus Innovation: Gründungen in der Kreativwirtschaft, Nr. 10, Sept. 2011, Frankfurt am Main

KfW-Pressemitteilung: „KfW: Fast jeder vierte Gründer hat einen Migrationshintergrund“ vom 4.7.2012

Kreativwirtschaft und Migration – Einführung. Impulsreferat. 7. Jahrestagung Kulturwirtschaft Berlin 2010. Kreativität in Metropolen – Neue Herausforderungen. September 2010

- Kröhnert, S., Morgenstern, A., Klingholz, R. (2007): Talente, Technologien und Toleranz – wo Deutschland Zukunft hat. Berlin Insitut für Bevölkerungskunde, Berlin
- Lindner, Rolf, Musner, Lutz (Hg.) (2008): Unterschicht. Kulturwissenschaftliche Erkundungen der „Armen“ in Geschichte und Gegenwart. Freiburg i. Br./ Berlin/ Wien
- Lloyd, R. (2006): Neo-Bohemia. Art and Commerce in the Postindustrial City. New York
- Mayerhofer, E. (2002): Creative Industries – Mehr als eine politische Requisite? Creative Industries, Cultural Districts und das Wiener Museumsquartier. Ein internationaler Vergleich. Wien
- Miles, I, Green, L. (2008): Hidden innovation in the creative industries, Research Report, NESTA, London
- Mitteilung des Senats an die Bremische Bürgerschaft (Landtag) vom 16. Februar 2010: Kulturwirtschaftsbericht für Bremen“, Bremen.
- Müller, K., Söndermann, Michael, Markworth, S. (2011): Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Duderstadt, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie
- Mundelius, Markus: Braucht die Kultur- und Kreativwirtschaft eine industriepolitische Förderung? 04/2009 Moderne Industriepolitik, Friedrich Ebert Stiftung
- Opitz, Stephan (2012): „Alles im Hochrisikobereich: Für eine kulturwirtschaftliche Debatte in Deutschland“. Süddeutsche Zeitung vom 13.09.2012
- Peck, J. (2005): Struggling with the Creative Class. In: International Journal of Urban and Rural Research 29. 4. 2005. 740-770
- Reize, F. (2010): KfW-Mittelstandpanel 2010 – Mittelstand: Stabil in der Krise – auch in Zukunft leistungsstark durch Innovation, KfW-Bankengruppe, Frankfurt
- Schuleri-Hartje, Ulla-Kristina: Ethnische Ökonomie. Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab, Berlin 2004
- Schulz, Gabriele, Zimmermann, Olaf, Hufnagel, Rainer (2013): Arbeitsmarkt Kultur. Zur wirtschaftlichen und sozialen Lage in Kulturberufen, Berlin.
- Sen, Faruk, Sauer, Martina: Türkische Unternehmer in Berlin, Struktur, Wirtschaftskraft, Problemlage, Berlin 2005

Senat der Freien Hansestadt Bremen (2010): Kulturwirtschaftsbericht für Bremen, Mitteilung des Senats an die Bremische Bürgerschaft (Landtag), Bremen

Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen (2013): Strukturkonzept Land Bremen 2015 / Mittelstand- und Existenzgründungsförderung: Hier: B.E.G.I.N., „Gründungsfabrik Bremen/Bremerhaven und BRUT-Gründungsakademie Bremen (EFRE), Vorlage für die Sitzung der Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen am 30.10.2013.

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, der regierende Bürgermeister von Berlin, Senatskanzlei - Kulturelle Angelegenheiten, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Berlin 2008 (Hg.): Kulturwirtschaft in Berlin - Entwicklungen und Potentiale

Söndermann, Michael 2004: Kulturberufe. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995-2003. Studie im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), Bonn

Söndermann, Michael, Wiesand, A. (2005): The „Creative Sector“ – An Engine for Diversity, Growth and Jobs in Europe, An overview of research findings and debates prepared for the European Cultural Foundation.

Söndermann, Michael (2006): Kulturwirtschaftsberichte der Bundesländer: Viele Sprachen – ein Ziel?, in: Däubler, Ch., Fesel, B. (Hg.): Kulturwirtschaft 2005, Friedrich Naumann Stiftung, Berlin

Söndermann, Michael, Backes, Christoph, Bleks, Michael H., Hustedt, Sylvia 2007: Existenzgründung und Existenzsicherung für selbstständig und freiberuflich arbeitende Künstlerinnen und Künstler in Deutschland. Forschungsgutachten im Auftrag der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“.

Statistisches Bundesamt (2012): Fachserie 1, Reihe 2.2. Bevölkerung und Erwerbstätigkeit, Bevölkerung mit Migrationshintergrund, Wiesbaden 2013

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2013): Bevölkerung nach Migrationsstatus regional, Ergebnisse des Mikrozensus 2011, Berlin.

Wehrheim, J. (2009): Der Fremde und die Ordnung der Räume. Leverkusen/ Opladen

Wirtschaftsministerkonferenz der Länder am 14./15. Dezember 2009 in Lübeck: „Kreativwirtschaft – Verbesserung der Rahmenbedingungen für eine Wirtschaftsbranche“

Wiesand, A. (2006): Kultur oder „Kreativwirtschaft“: Was ist das eigentlich?, in: Aus Politik und Zeitgeschichte 34-35, Bonn, S. 8-16.

