



Zusammenfassende Bewertung & Handlungsempfehlungen

Standort- und Erfolgsanalyse: Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Hannover

Auftraggeber:

hannoverimpuls GmbH
Ralf Meyer

Ansprechpartner

Prognos AG:

Dr. Olaf Arndt

☎ 0421 / 517 046-523

Dr. Jan-Philipp Kramer

☎ 0211 / 91316-152

Mitarbeiter:

Carolin Karg

Fabian Malik

Download der Gesamtstudie unter:

<http://www.wirtschaftsfoerderung-hannover.de/Presse>

Bremen, 18.06.2014

Das Unternehmen im Überblick

Geschäftsführer

Christian Böllhoff

Präsident des Verwaltungsrates

Gunter Blickle

Handelsregisternummer

Berlin HRB 87447 B

Rechtsform

Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht

Gründungsjahr

1959

Tätigkeit

Die Prognos AG berät europaweit Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Auf Basis neutraler Analysen und fundierter Prognosen werden praxisnahe Entscheidungsgrundlagen und Zukunftsstrategien für Unternehmen, öffentliche Auftraggeber und internationale Organisationen entwickelt.

Arbeitssprachen

Deutsch, Englisch, Französisch

Hauptsitz

Prognos AG

Henric Petri-Str. 9

CH-4010 Basel

Telefon +41 61 3273-310

Telefax +41 61 3273-300

info@prognos.com

Weitere Standorte

Prognos AG

Goethestr. 85

D-10623 Berlin

Telefon +49 30 52 00 59-210

Telefax +49 30 52 00 59-201

Prognos AG

Science 14 Atrium; Rue de la Science 14b

B-1040 Brüssel

Telefon +32 2808-7209

Telefax +32 2808-8464

Prognos AG

Nymphenburger Str. 14

D-80335 München

Telefon +49 89 954 1586-710

Telefax +49 89 954 1586-719

Prognos AG

Domshof 21

D-28195 Bremen

Telefon +49 421 51 70 46-510

Telefax +49 421 51 70 46-528

Prognos AG

Schwanenmarkt 21

D-40213 Düsseldorf

Telefon +49 211 91316-110

Telefax +49 211 91316-141

Prognos AG

Friedrichstr. 15

D-70174 Stuttgart

Telefon +49 711 3209-610

Telefax +49 711 3209-609

Internet

www.prognos.com

Zusammenfassende Bewertung und Handlungsempfehlungen

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Hannover

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich in den letzten Jahren weiter verfestigt: so erwirtschafteten im Jahr 2012 die etwa **4.100 Unternehmen und Selbstständige** der KKW in der Region Hannover einen Umsatz von **2,4 Mrd. Euro** – dies entspricht knapp einem Drittel des gesamten Umsatzes der KKW Niedersachsens. Auch bei der **Bruttowertschöpfung** hat sich die KKW als relevanter Wirtschaftsfaktor der Region weiter etabliert und erzielte 2012 ein Volumen von **1,2 Mrd. Euro**.

Diese gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Branche bestätigt sich auch bei der Betrachtung der Erwerbstätigen. Die Erwerbstätigenzahl der KKW in der Region Hannover hat im Jahr 2012 mit ca. **19.400 Erwerbstätigen** ihre bedeutsame Größe bestätigt und sogar weiter ausgebaut. Auch hier zeigt der Vergleich die Bedeutung der KKW als wichtiger Beschäftigungsfaktor: gemessen an Niedersachsen sind nahezu 30 % aller Erwerbstätigen der KKW in der Region Hannover tätig und der Anteil der Erwerbstätigen in der KKW an allen Erwerbstätigen Hannovers belief sich in 2012 auf knapp 4 % (Niedersachsen: 2,4 %, Deutschland: 3,5 %). Als absolut größter Teilmarkt innerhalb der KKW mit einer zugleich positiven Beschäftigungswirkung gilt die **Software-/Games-Industrie** mit rund 4.100 Erwerbstätigen. Dies entspricht einem Anteil von nahezu einem Fünftel an den Erwerbstätigen in der KKW in der Region Hannover. Mit einem Abstand von rund 1.000 Erwerbstätigen folgen dem die Teilsegmente **Presse-** (3.000 Erwerbstätige) und **Werbemarkt** (2.800 Erwerbstätige) sowie die **Designwirtschaft** (2.200 Erwerbstätige). In einer erweiterten Abgrenzung gilt dies auch für die **Musikwirtschaft**, welche unter Berücksichtigung der Musiktechnik und namhaften Großunternehmen in der Region, auf rund 3.550 Erwerbstätige kommt.

Insgesamt ist dabei die Zahl der **Selbständigen und Unternehmen** – als Bestandteil der Erwerbstätigen insgesamt – in der Region Hannover auf einem stabilen Niveau von ca. **4.100** gehalten worden. Die **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** (SvB) der KKW erreichen im Jahr 2012 knapp **15.270** Beschäftigte, die bezogen auf die Erwerbstätigen in der KKW Hannovers einen Anteil von etwa 79 % (vgl. Niedersachsen: 75 %, Deutschland: 78 %) ausmachen. Im Jahr 2013 ist sogar ein Anstieg auf nun insgesamt rund **17.500 SvB** zu verzeichnen.

Letztere Entwicklung steht für einen interessanten **Wachstumstrend seit 2011**, der sich durch sämtliche gesamtwirtschaftlichen Indikatoren der KKW in der Region Hannover zieht. So sind seit 2011 bei der Entwicklung des **Umsatzes** Zuwachsraten von 4,6 % (0,1 Mrd. Euro; 2011 auf 2012) zu verzeichnen und die Bruttowertschöpfung ist ebenfalls bedeutsam angestiegen. Auch die **Erwerbstätigenzahlen** sind seit 2011 im überregionalen Vergleich signifikant schneller gewachsen: mit einem Zuwachs der Erwerbstätigen von **4,4 %** (2011-2012) liegt die KKW in der Region Hannover deutlich über den Wachstumsraten von Niedersachsen (2,9 %) und Deutschland (3,2 %). Dies gilt insbesondere mit Blick auf die Entwicklung der SvB: seit dem Jahr 2010 nimmt die KKW in der Region Hannover eine durchweg positive Entwicklung und überragt mit einem deutlichen Wachstumsplus in 2012/13 das gesamtwirtschaftliche Niveau der Region Hannover sowie dasjenige auf Landes- und Bundesebene. So stieg zwischen 2010 und 2013 die Zahl der SvB in der KKW in der Region Hannover um 3.084 SvB bzw. 21 %; allein von 2011 bis 2013 waren es 18 % bzw. 2.682 SvB mehr. Dieser deutliche Wachstumsschub der SvB in der regionalen KKW Hannovers lässt sich dabei v.a. dem Teilmarkt Software-/Games-Industrie (+79 % bzw. 2.781 SvB) zuordnen.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die **KKW in der Region Hannover** eine **bedeutende Rolle** in der **regionalen Wirtschaft** einnimmt und eine **positive Entwicklung** ihrer **Leistungsfähigkeit** aufzeigt. Ebenso kommt bei der vergleichenden Betrachtung mit Niedersachsen und Deutschland die zentrale Bedeutung der Branche für die Region Hannover zur Geltung. Werden hinzu noch die Verflechtungen der KKW entlang der Wertschöpfungskette in die Gesamtbewertung mit einbezogen, zeigt sich, dass die Wachstums- und Innovationsimpulse der KKW in der Region Hannover durch Wertschöpfungsverflechtungen mit vor- und nachgelagerten bzw. mit Bezugs- und Abnehmerbranchen sogar noch höher ausfallen dürften, als durch die ökonomischen Kernindikatoren zur Branche selbst abgebildet werden können.

Wachstumsbeiträge und Erfolge der Clusterentwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft durch hannoverimpuls und kre|H|tiv

Die Erfolgsanalyse zu den materiellen und immateriellen Effekten der Clusterförderung durch hannoverimpuls bzw. das Netzwerk kre|H|tiv lässt in der Gesamtbewertung ein **sehr positives Fazit** zu. Wie die Analysen zeigen, verzeichnet die Kultur- und Kreativwirtschaft sowohl auf der regionalwirtschaftlichen Ebene als auch innerhalb des Netzwerkes kre|H|tiv e.V. hohe Wachstumsraten und eine positive Gesamtentwicklung.

Im Einzelnen lässt sich festhalten, dass mit der Bildung des Netzwerkes kre|H|tiv als eigenständige Marke, mit unterschiedlichen Veranstaltungsformaten zur Vernetzung, mit der Durchführung von Wettbewerben und Coachings sowie mit der Initiierung von Gemeinschaftsprojekten ein **fundierte Strategiegerüst** implementiert wurde. Die drei gewählten Förderschwerpunkte „Öffentlichkeitsarbeit & Vernetzung“, „Qualifizierung & Förderung“ und „Initiativen & Projekte“ sind dabei kongruent mit den Handlungsempfehlungen der Initiierungsstudie von Janus Consultants aus dem Jahr 2009 und stellen eine für die Außendarstellung gute Angebotsstruktur dar.

Auch die **Netzwerkentwicklung** zeigt ein positives Bild und sowohl die Ergebnisse der Mitgliederbefragung und die Entwicklung der Mitgliederzahl verdeutlichen den Erfolg von kre|H|tiv. So wurden für originäre Aufgaben eines Netzwerkes – das Initiieren von Projekten sowie die Unterstützung neuer Kooperationen – bereits im Jahr 2012 und somit ein Jahr nach Projektinitiierung, durch die Mitgliederbefragung sehr positive Bewertungen zur Arbeit von kre|H|tiv abgegeben. Auch die gute Entwicklung der Mitgliederzahlen auf inzwischen 250 Mitglieder ist hervorzuheben; ausgehend von 116 Mitgliedern im Januar 2012 hat sich die Zahl innerhalb von zwei Jahren mehr als verdoppelt. Diese große Anzahl an Mitgliedern und auch deren Zusammensetzung stellen den Einfluss des Netzwerkes für die KKW der Region Hannover sicher.

Die Fallstudienanalyse hat überdies verdeutlicht, dass die **Clusterentwicklung** der KKW durch hannoverimpuls und kre|H|tiv als **sehr erfolgreich** eingestuft wird. kre|H|tiv stärkt die Vernetzung der Akteure, erhöht die Außenwahrnehmung des Standorts und hat positive Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Erfolg der eingebundenen Unternehm(ung)en. Außerdem konnten bei der Fachkräftebindung erste Erfolge erzielt werden: eine Abwanderung, bspw. nach dem Bachelorstudium in Richtung Berlin, hat an Attraktivität verloren. Als ein Grund werden die guten wirtschaftlichen Perspektiven für KKW-Schaffende nach dem Studium gesehen. Im Einzelnen konnte auf Basis der Fallanalysen für die ausgewählten **Projekte** folgendes Ergebnis ermittelt werden:

- Die **ver|1|meierei** stärkt die Vernetzung der KKW-Akteure untereinander und fördert die Kooperation zwischen den Teilnehmern. Die Folge sind Produktinnovationen mit denen auch wirtschaftliche Erfolge und Wertschöpfungseffekte einhergehen.
- Auch der **drei|v-Wettbewerb** und die mit ihm verbundenen ERFOLGREICH!-Seminare haben direkten Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehm(ung)en der Teilnehmer. Geschäftsziele wurden nach oben korrigiert und neue Kontakte zu KKW-Schaffenden geknüpft.
- Das Ziel den Standort Hannover besser zu vermarkten und das Profil der Stadt zu schärfen konnte mit dem Projekt **UNESCO City of Music** bereits in ersten Teilen erreicht werden. Die Bewerbung um die Auszeichnung läuft noch, doch geben die befragten Personen an, dass sich bereits erste positive Werbewirkungen zeigen.

Insgesamt lässt sich entlang der zentralen Bewertungsdimensionen Strategiekonzept, Netzwerkentwicklung und spezifische Förderimpulse sowie auch der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung der KKW in der Region Hannover ein sehr positives Gesamtfazit zur Cluster- und Netzwerkentwicklung durch hannoverimpuls und kre|H|tiv ziehen.

Handlungsempfehlungen zur weiteren Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Hannover

Mit Blick auf die regionalwirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Hannover und die erzielten Wachstumsbeiträge durch die Cluster- und Netzwerkentwicklung von hannoverimpuls und kre|H|tiv gilt es, diese Entwicklung durch bedarfsgerechte Förderangebote auch in Zukunft fortzuschreiben.

Daraus leitet sich die **direkte Empfehlung** ab, die **Cluster- und Netzwerkentwicklung der KKW** in der Region Hannover auch zukünftig durch das professionelle Innovationsnetzwerk **kre|H|tiv fortzuführen**. Entsprechend der aufgezeigten Potenziale der Branche und der neuen Handlungsfelder und Aufgaben ist dabei ein bedarfsorientierter Ausbau der Managementkapazitäten sinnvoll.

Aus der Standortbewertung und Erfolgsanalyse lassen sich die folgenden **Handlungsfelder** für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft ableiten. Neben direkt aus der vorliegenden Analyse ableitbaren Aufgabenfeldern müssen dabei auch übergeordnete, strukturelle Veränderungen der Querschnittsbranche mitgedacht werden.

Direkte Handlungsfelder für hannoverimpuls und kre|H|tiv

Für die weitere Entwicklung der Cluster- und Netzwerkentwicklung in der KKW durch hannoverimpuls und kre|H|tiv sind drei Handlungsfelder von besonderer Bedeutung.

1. Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Anwenderbranchen:

Die Vernetzung der KKW mit Anwendern stellt eine der zentralsten Handlungsfelder zur Weiterentwicklung der Clusterstrukturen in der Region Hannover dar. Die Dienstleistungen und Produkte der Kultur- und Kreativwirtschaft bieten häufig ein hohes Innovationspotenzial für Anwender aus anderen Wirtschaftszweigen. Vielfach bietet die Branche für potenzielle Abnehmer, Auftraggeber oder Kooperationspartner jedoch kein erkennbares Angebot. Daher gilt es, passende Interaktionsformate zu etablieren, um den Austausch zu verstärken und die gesamtwirtschaftlichen (Innovations-) Potenziale der KKW für den Standort Hannover und darüber hinaus zu heben.

Das Netzwerk kre|H|tiv hat die Bedeutsamkeit dieses Vernetzungsschritts bereits erkannt und u. a. im Antrag auf Anschlussförderung „Innovationsnetzwerk Kreativwirtschaft Hannover“ (2013) eine entsprechende Ausrichtung der eigenen Aktivitäten dahingehend dokumentiert. Mit den Veranstaltungsformaten „Speed-Working mit den Wirtschaftsunioren“, „Viewmaster mit dem Marketing Club Hannover“ und „kre|H|tiv meets Expo Lounge“ hat kre|H|tiv im Jahr 2014 bereits wichtige Schritte zur Vernetzung der kreativen Unternehmen mit den traditionellen Branchen eingeleitet. Weitere Veranstaltungen mit der Deutschen Bank und der Nord LB sowie eine Kooperation mit der Pro HannoverRegion für ein PHR Frühstück sind bereits in Planung.

Zusammen mit der B2B-Datenbank „Kreative finden“ (<http://kre-h-tiv.net/kreative-finden>) von kre|H|tiv und dem Magazin [e|mil], welches sich explizit an Führungskräfte aus den Anwenderbranchen richtet und die Kooperations- und Innovationspotenziale mit der KKW verdeutlicht, können durch diese Maßnahme die Markt- und Innovationseffekte gewinnbringend für Anbieter und Nachfrager in der Region Hannover gestärkt werden.

2. Weiterführung der Branchenvernetzung innerhalb der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft:

Die Fortführung der Vernetzung innerhalb der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft stellt – trotz der zunehmenden Relevanz der branchenübergreifenden Vernetzung – ein weiterhin relevantes Aufgabenfeld für die Clusterentwicklung durch hannoverimpuls und das Netzwerk kre|H|tiv dar. Dies begründet sich nicht zuletzt dadurch, dass innerhalb der Querschnittsbranche intensive Vorleistungsbeziehungen existieren und, wie zahlreiche Beispiele gezeigt haben, kollaborative Innovationsprojekte aus der Branche heraus entstehen und Wertschöpfungspotenziale eröffnen.

Das **Hauptaugenmerk** der zukünftigen Arbeit sollte dabei auf den folgenden zwei Aspekten liegen:

Einerseits gilt es, vermehrt selbsttragende Prozesse und Strukturen zu etablieren. Dafür muss das Netzwerk gezielt erweitert und es müssen zusätzliche **Kooperationspartner** und **Sponsoren** gewonnen werden, die das Netzwerk langfristig unterstützen. Außerdem gilt es, die bestehenden Formate (z.B. HannoLab) dahingehend zu überprüfen, wie sich diese zukünftig noch besser selbstständig organisieren und tragen können. Hierbei müssen als rahmengebende Faktoren aber sowohl die Kleinteiligkeit der Branche berücksichtigt werden als auch die zumeist im Rahmen der Cluster- und Netzwerkentwicklung mit abgedeckten, originären Aufgabenfelder einer wirtschaftsfördernden Institution.

Ein **zweiter Schwerpunkt** sollte in der bedarfsorientierten Entwicklung und Begleitung von **Trendscouting-Prozessen** innerhalb der Branche liegen, möglicherweise auch in Kooperation mit einer zu etablierenden Landesförderung zur Kultur- und Kreativwirtschaft. Bereits in den vergangenen Jahren hat sich im Rahmen der Cluster- und Netzwerkentwicklung durch kre|H|tiv als erfolgreich erwiesen, Impulse bottom-up aus der KKW-Branche aufzugreifen und gemeinsam mit den Akteuren in der Region Hannover zu entwickeln. Ausgewählte Beispiele, die bereits im Rahmen der Erfolgsanalyse betrachtet wurden, sind u.a. das Traineeprogramm #creativecoder{:, welches den Anforderungen der fortschreitenden Digitalisierung von Produkten und Prozessen in der KKW und darüber hinaus Rechnung trägt, oder das o.g. Magazin [e|mil], welches sich explizit an Führungskräfte aus den Anwenderbranchen richtet und die Kooperations- und Innovationspotenziale mit der KKW verdeutlicht. Um die spezifischen Wertschöpfungs- und Innovationspotenziale der KKW am Standort auch zukünftig zu nutzen, gilt es daher, neue **Leuchtturmprojekte** für ausgewählte Wachstumsbereiche der KKW in der Region Hannover zu lancieren, bspw. in der Musikwirtschaft oder der Design- und Modewirtschaft. Hierzu empfiehlt es sich, auf Basis von Experteneinschätzungen und Ideen aus der Branche zu Entwicklungsperspektiven und Projektansätzen, geeignete Umsetzungsformate und strategische Ansätze zu entwickeln. Die Leuchtturmprojekte sollten dann gemeinsam mit den Unternehmen entwickelt und, wo zielführend, für eine Förderung auf Landes- bzw. Bundesebene positioniert werden. Mit diesen Projekten können dann nicht nur Zukunftspotenziale erschlossen, sondern gleichzeitig noch die Außenwahrnehmung des Kreativstandorts Hannover erhöht werden.

3. Nationale und internationale Außenwahrnehmung der Region Hannover als Kreativstandort steigern:

Die Erfolgsanalyse hat gezeigt, dass durch die Förderimpulse von hannoverimpuls bzw. kre|H|tiv bereits wichtige Erfolge bei der Binnenwahrnehmung (Stichwort: „Vernetzung nach innen“) der KKW in der Region Hannover erzielt wurden. Bei der nationalen und internationalen Außenwahrnehmung, so zeigen die Fachgespräche, besteht hingegen noch Steigerungspotential und der Standort Hannover wird aktuell eher für seine Verkehrs- und Messefunktionen wahrgenommen und nicht als Kreativstandort wahrgenommen.

Wichtige Ansätze in diese Richtung wurden mit dem Projekt UNESCO City of Music bereits auf den Weg gebracht. Mit der in Vorbereitung befindlichen Initiative „WELCOME H♥ME – Eine Stadt im Chor“ liegt zudem ein Ansatz vor, mit dem um die Musikwirtschaft herum positive Effekte für Image, Stadt und Branche erzielt werden können. Hier engagieren sich neben mehr als 20 Interpretinnen/Interpreten bzw. Bands u.a. Chöre, diverse Filmer,

Bildungseinrichtungen und auch die Hannover Marketing & Tourismus GmbH. Diese gemeinsame Aktion zeigt bereits jetzt sehr viel Potenzial für eine überregionale Marketingkampagne des Gesamtstandorts Hannover.

Hieran anschließend lassen sich für die Steigerung der nationalen und internationalen Außenwahrnehmung der Region Hannover als Kreativstandort die **folgenden Handlungsempfehlungen** aussprechen:

Erstens empfiehlt sich die **Durchführung von Events und Veranstaltungen** zur Steigerung der Außenwahrnehmung und Imageprägung mit einem Zielpublikum aus der Region und von außerhalb. Festivals und Events bieten dem Publikum einen informationseffizienten Zugang zu den jeweiligen Märkten. Zusätzlich bietet die Teilnahme an **Messen und Kongresse** mit einem Gemeinschaftsstand der regionalen KKW unter dem Dach von kre|H|tiv ebenfalls Möglichkeiten zur Intensivierung von Netzwerken.

Zweitens sollte künftig die Kreativwirtschaft noch stärker als **Imageträger** in die **Fachkräfteakquise** und in das **Standortmarketing** integriert werden. Im Zusammenhang mit zentralen rahmengebenden Faktoren wie dem demographischen Wandel und einem Wettbewerb um die besten Köpfe, steht Hannover in einem Wettbewerb der Regionen. Kreative sind imagebildend, eine kreative Szene macht eine Stadt attraktiv, nicht nur für andere Kreative, sondern auch für andere Berufsgruppen. Entsprechende Handlungskonzepte und Maßnahmen sollten gemeinsam mit der Hannover Marketing & Tourismus GmbH entwickelt werden, Ansätze bestehen hier bereits über das o.g. Projekt WELCOME H♥ME.

Schließlich sollte die Außenwahrnehmung der Region Hannovers als Kreativstandort auch dadurch gesteigert werden, indem sog. **„Orte der Produktion und Präsentation“** entwickelt und in das **(Immobilien-)Marketing** aufgenommen werden. Diese „Orte“ existieren z.T. bereits (u.a. die HALLE 96) und tragen dazu bei, dass Kultur- und Kreativprodukte nicht nur entstehen, sondern auch stärker ins Bewusstsein der Menschen sowie in Nutzung gebracht werden können. Auch unter Beachtung der Herausforderungen für den regionalen Absatzmarkt am Standort Hannover sollte die Entwicklung geeigneter Orte geprüft werden, die ein vermarktbare Image nach außen haben und eine überregionale Sichtbarkeit aufweisen.

Übergeordnete Handlungsfelder zur Entwicklung der KKW

Übergeordnet, d.h. nicht originär an hannoverimpuls oder kre|H|tiv gerichtet, lassen sich weitere Empfehlungen aussprechen, die zur Entwicklung der KKW in der Region Hannover beitragen können.

1. Einbindung passfähiger Finanzierungsangebote für die Kultur- und Kreativwirtschaft:

Eine der größten Herausforderungen für die Kleinst- und Kleinunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft bleibt die Finanzierung.¹ Eine unzureichende Eigenkapitalausstattung, geringe Löhne und Projektbudgets sowie Unregelmäßigkeiten im Einkommensbezug bedingen die Unterfinanzierung von vielen Kreativen. Finanzpolster können kaum aufgebaut werden. Dies erschwert die Vorfinanzierung neuer Projekte erheblich. Es fehlt oft die Planungssicherheit, um die Realisierung kreativer Ideen mit einem festgelegten Budget umzusetzen. Diese Finanzierungsprobleme können das Beschäftigungswachstum der Branche begrenzen und führen zu negativen Effekten in der Umsetzung kreativer Produkte und Dienstleistungen.

Für die weitere Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Hannover ist es daher notwendig, passende Finanzierungsangebote zu entwickeln bzw. bestehende Angebote anzupassen. Hierbei handelt es sich zwar explizit nicht um ein originäres Aufgabenfeld des Netzwerks kre|H|tiv, ohne einen fachlichen Impuls aus der Branche wird eine passgenaue Weiterentwicklung aber wahrscheinlich nicht gelingen.

Zu empfehlen ist in diesem Kontext, bestehende Finanzierungsformate gemeinsam mit der NBank hinsichtlich der Öffnung bzw. verbesserten Adressierung von Unternehm(ung)en aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zu prüfen. Auch eine stärkere Integration von Crowdfunding-Plattformen² in die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Hannover, bspw. durch Informationsangebote zu den Finanzierungsinstrumenten, gemeinsame Lancierung von „Innovators‘ Pitch“-Formaten (online/offline) oder physische Plattformen zur Zusammenführung von Angebot und Nachfrage sollten geprüft werden.

¹ Vgl. u. a. Prognos AG & Fraunhofer ISI (2012): Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette – Wirkungsketten, Innovationskraft, Potentiale; Georgieff et al. (2008) Dritter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Wien: arge kreativwirtschaft austria.

² Die Akquisition von Fremdkapital für Medien- und Kulturprojekte durch die finanzielle Beteiligung von Internetnutzern gewinnt in Deutschland zunehmend an Bedeutung. Auf dem deutschen Markt existieren bereits einige Crowdfunding-Plattformen die kreativwirtschaftliche Projekte bei der Finanzierung unterstützen, wie z.B. mysherpas (u.a. Projekte im Bereich Dokumentarfilm) pling (u.a. IT Projekte) oder ausschließlich auf Teilmärkte spezialisierte Plattformen, wie z.B. sellaband mit Fokus Musikwirtschaft. In Niedersachsen sind Projekte wie das „Freifeld“ Musikfestival und das Musik-Filmprojekt „Summer of dreams“ Beleg für die steigende digitale Investitionsbereitschaft.

2. Landesweite Vernetzung und Positionierung der Kultur- und Kreativwirtschaft:

Bereits die Studie „Kreativcluster – Region Hannover“ hat die intra-regionale Kooperation der niedersächsischen Cluster- und Netzwerkinitiativen in der Kultur- und Kreativwirtschaft als grundsätzliches Handlungsfeld benannt. Mit der neuen EU-Förderperiode 2014-2020 und der Ausrichtung der niedersächsischen Wirtschafts- und Innovationsförderung auf zentrale Spezialisierungsfelder, darunter die Digitale- und Kreativwirtschaft, bietet sich aktuell ein neues Handlungsfenster von dem die Branche in der Region Hannover profitieren kann.

Es ist zu empfehlen, für landesseitige Aktivitäten zur Vernetzung und Positionierung der KKW auf die sehr guten Erfahrungen sowie die etablierten Strukturen in Hannover aufzubauen und diese zu einer landesweiten Plattform weiterzuentwickeln.

Das Netzwerk kre|H|tiv selbst sollte sich aktiv in den Prozess einbringen und den Wissenstransfer, bspw. in Form erfolgreicher Formate wie dreijv, in andere niedersächsische Regionen befördern. So könnte es sowohl gelingen, den vor-Ort Netzwerkaufbau zu befördern, gleichzeitig aber auch intra-regionale Kooperationsbeziehungen zwischen den KKW-Netzwerken aufzubauen.

Gesamtfazit: Förderung der KKW in der Region Hannover durch hannoverimpuls und kre|H|tiv erweist sich als sehr erfolgreich und sollte weitergeführt werden!

Als Gesamtfazit der Standort- und Erfolgsanalyse lässt sich festhalten, dass entlang aller zentralen Bewertungsdimensionen, d.h. dem Strategiekonzept, der Netzwerkentwicklung und den spezifischen Förderansätzen sowie der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung der KKW, ein **sehr positives Fazit zur Cluster- und Netzwerkentwicklung** in der Region Hannover gezogen werden kann.

Der **strategische Ansatz** von hannoverimpuls erweist sich als sehr zielführend und zeigt hohe Synergien mit dem Gesamtansatz der Clusterentwicklung in der Region auf.

Das Netzwerk kre|H|tiv hat durch zahlreiche **innovative Projektansätze und Veranstaltungsformate**, die zuweilen bundesweiten Modellcharakter aufweisen (u.a. #creativecoder{}), in sehr kurzer Zeit **hohe regionalwirtschaftliche Netzwerk- und Wachstumseffekte** generieren können und übernimmt eine wichtige **Vorreiterrolle** innerhalb der Szene.

Mit Blick auf die umfangreichen Potenziale der KKW in der Region Hannover und die erfolgreiche Clusterentwicklung durch hannoverimpuls und kre|H|tiv ist eine **Weiterführung der Förderung** aus Sicht der Gutachter somit **sehr sinnvoll**. Es lassen sich, v.a. durch das Aufgreifen der hier dargelegten Handlungsfelder, weitere wichtige Wachstumsbeiträge innerhalb der KKW selbst aber v.a. auch in der Gesamtwirtschaft der Region Hannover erwarten.