

FOKUS INNOVATION: GRÜNDUNGEN IN DER KREATIVWIRTSCHAFT

Unter dem Schlagwort „Kreativwirtschaft“ wird die erwerbswirtschaftliche Schaffung und Verbreitung kreativer und kultureller Güter zusammengefasst, deren Rolle als Innovationsträger im Kontext der Transformation Deutschlands in eine Wissensökonomie in den Fokus des wirtschaftspolitischen Interesses gerückt ist. Die Kreativwirtschaft ist mit gut 230.000 umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Deutschland vertreten, welche im Jahr 2008 mit einer Wertschöpfung von 65 Mrd. EUR 2,6 % zum BIP beitrugen und rund einer Million Erwerbstätigen Beschäftigung boten. Im internationalen Vergleich liegt der BIP-Anteil der Kreativwirtschaft in Deutschland damit im oberen Mittelfeld.

Im empirischen Schwerpunkt dieser Studie werden Gründungen in der Kreativwirtschaft anhand der Individualdaten des KfW-Gründungsmonitors untersucht, um so erstmals für Deutschland ein umfassendes Bild der Dynamik im kreativen Sektor zu zeichnen. Dieses stellt sich wie folgt dar:

- 13 % aller Existenzgründungen in Deutschland sind regelmäßig der Kreativwirtschaft zuzurechnen. Für das Jahr 2010 sind das 120.000 kreative Gründer. Hierbei dominieren die Software- und Games-Industrie sowie die Werbebranche, in denen zusammen rund die Hälfte aller Kreativgründungen stattfinden. Segmente wie das Kunstgewerbe, die Filmwirtschaft oder der Theatermarkt machen jeweils nur einen sehr kleinen Teil des kreativwirtschaftlichen Gründungsgeschehens aus.*
- Kreative Gründer sind meist jünger und formal besser ausgebildet als Gründer in anderen Wirtschaftsbereichen. Außerdem werden Ballungszentren als Niederlassungsort bevorzugt.*
- Gründer in der Kreativwirtschaft starten häufiger im Nebenerwerb und seltener mit Mitarbeitern. Da die Idee der Gründerperson das Fundament der kreativen Selbstständigkeit darstellt und i. d. R. keine umfangreichen Produktionsanlagen benötigt werden, melden Gründungen in der Kreativwirtschaft einen geringeren Finanzierungsbedarf. Sie sind folglich kleiner als andere Gründungen.*
- Der geringere Finanzierungsbedarf führt dazu, dass Kreativgründer seltener von Finanzierungsschwierigkeiten berichten. Dies könnte jedoch auch am stärkeren Einsatz von infor-*

mellem Kapital der Familien und von Freunden anstelle von langfristigen Bankdarlehen hinsichtlich externer Finanzierungsquellen liegen.

- *Kreative Gründer informieren sich häufiger über das Internet sowie in persönlichen Netzwerken über die unterschiedlichen Aspekte ihres bevorstehenden Gründungsvorhabens. Institutionalisierte Beratungsangebote bspw. von Hausbanken werden seltener genutzt.*
- *Gründungen in der Kreativwirtschaft sind bestandsfester als andere Gründungen, dies gilt auch bei Kontrolle anderer Einflussfaktoren. Nach 36 Monaten sind noch ca. 79 % der kreativen Gründungen am Markt (66 % in anderen Wirtschaftsbereichen).*
- *Nach eigener Aussage starten zudem 18 % der kreativen Gründer (vs. 12 % aller anderen Gründer) mit einer Marktneuheit. Gründungen in der Kreativwirtschaft sind auch unter Berücksichtigung sonstiger Einflussgrößen überdurchschnittlich innovativ.*

Auch in der Fachliteratur wird der Kreativwirtschaft ein hohes Innovationspotenzial zugeschrieben. Kreativwirtschaftler bringen demnach häufig neue Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt (z. B. Softwareprogramme), welche dann wiederum als Inputs im Innovationsprozess von Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbereichen genutzt werden können. Außerdem können in der Kreativwirtschaft entwickelte neue Geschäftsmodelle und Organisationsformen (z. B. hybride Arbeitsformen) in der Folge auch in anderen Sektoren zur Anwendung kommen. Allerdings ist eine pauschale Gleichsetzung der Kreativwirtschaft mit Innovativität nicht zulässig.