



Die
REGION STUTTGART
als Standort für Unternehmen der
Kreativwirtschaft

- KURZFASSUNG -

Auftraggeber: IHK Region Stuttgart,
MFG Baden-Württemberg,
Landeshauptstadt Stuttgart,
Stadt Ludwigsburg und
WRS Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart mbH

Projektleitung: Dipl.Geogr. Markus Bickert

Projektverantwortung: Dr. Manfred Bauer

Ludwigsburg, April 2006



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Erfurt, Köln, Wien
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
71638 Ludwigsburg, Hohenzollernstraße 14
Telefon: 07141/9360-0 Telefax: 07141/9360-10
eMail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

I Vorbemerkung / Aufgabenstellung

Bereits in den Jahren 2000 und 2003 standen mit den Medien- und IT-Unternehmen der Region Stuttgart Teile der Kreativwirtschaft im Fokus umfangreicher Repräsentativbefragungen. Ziel dieser Grundlagenstudien war die Beschaffung aussagefähiger und differenzierter Primärdaten zur Lage, ökonomischen Bedeutung und voraussichtlichen Entwicklung beider Branchen. Darüber hinaus stand die Identifikation relevanter Ansatzpunkte für eine Optimierung der wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen der Medien- und IT-Unternehmen im Mittelpunkt der Betrachtung.

Neben der Medien- und IT-Branche gibt es weitere Wirtschaftszweige, die ebenfalls der Kreativwirtschaft zuzuordnen sind. Dazu gehören insbesondere Unternehmen mit einem hohen F&E-Anteil, einer überdurchschnittlichen Zahl von Patentanmeldungen sowie Industriedesigner und Architekten. Die genannten Unternehmens- und Berufsgruppen bilden deshalb gemeinsam mit den Medien- und IT-Unternehmen die Zielgruppe einer aktuellen Repräsentativbefragung in der Region Stuttgart, die von der IHK Region Stuttgart, der MFG Baden-Württemberg, den Städten Stuttgart und Ludwigsburg sowie der WRS Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH initiiert und bei der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH beauftragt wurde.

Im Rahmen von Telefoninterviews wurden 2.591 Unternehmen der Kreativwirtschaft¹ kontaktiert. 1.038 davon erklärten sich bereit, umfassend zu den Themenbereichen „Standortqualitäten und Standorterfordernisse“, „Investitionsverhalten“, „Erwartungen der Unternehmen an die Politik“ und weiteren relevanten Aspekten Auskunft zu erteilen.

Nachfolgender Bericht gibt die wichtigsten Erkenntnisse der Befragung in kurzgefasster Form wieder.

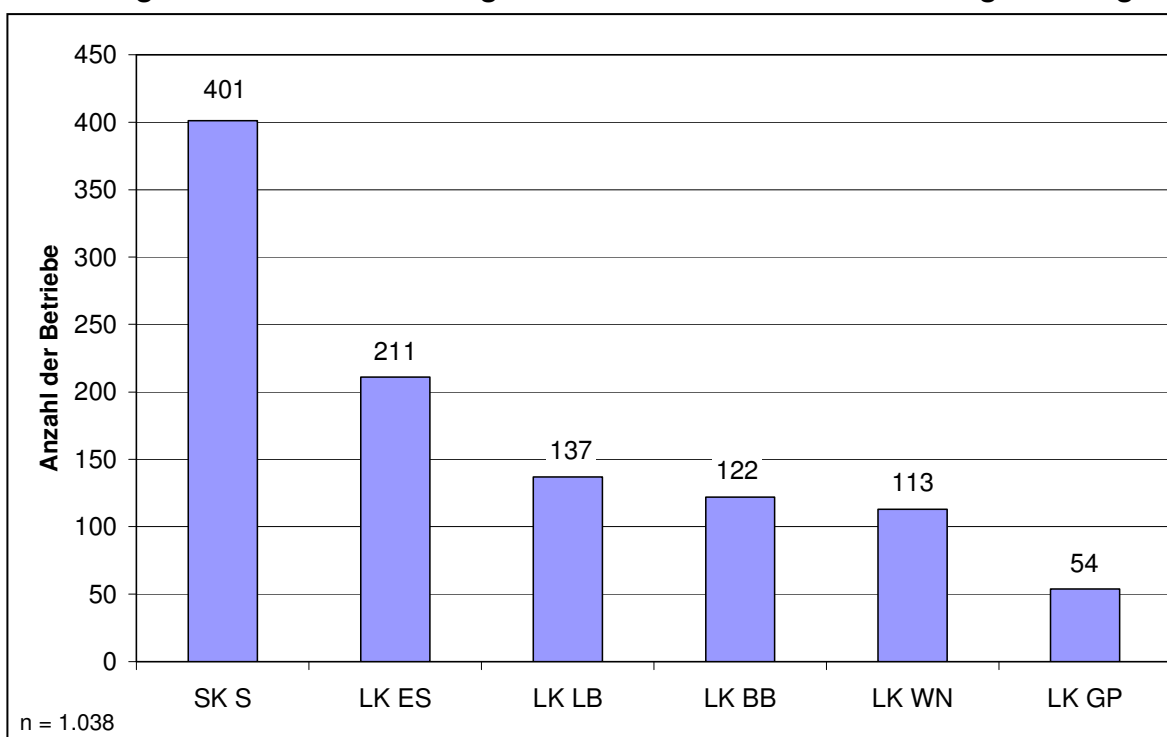
¹ Zur Branchengliederung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart siehe Anlage 1.

II Zentrale Befragungsergebnisse

Als wesentliche Ergebnisse der Befragung von 1.038 Unternehmen der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Den **branchenspezifischen Schwerpunkt der Kreativwirtschaft** bildet im Hinblick auf die Zahl der Betriebe das Geschäftsfeld Software / IT-Dienstleistungen (25 %), gefolgt von den Architekten (15 %) und dem Bereich Werbung / Marketing (13 %). Die Gruppe der sonstigen Unternehmen, welche vorrangig geprägt wird durch Firmen mit hoher Technologieorientierung, und der Forschungs- und Entwicklungssektor nehmen insgesamt einen Anteil von 9 % ein. Jeweils 6 % der Unternehmen gehören dem Druckwesen und der Branche Film-, Musik- und Videoproduktion / Filmverleih an, weitere 5 % dem Bereich Medientechnik / Hardware. Die Werte aller anderen Branchen liegen maximal bei 3 %.
- Der **räumliche Schwerpunkt der Kreativwirtschaft** (vgl. Abb. 1) liegt in Stuttgart (39 %), gefolgt von den Landkreisen Esslingen (20 %), Ludwigsburg (13 %), Böblingen (12 %) und Rems-Murr (11 %). Vergleichsweise wenige Betriebe sind im Landkreis Göppingen ansässig (5 %).

Abbildung 1: Räumliche Verteilung der Kreativunternehmen in der Region Stuttgart



Quelle: GMA-Befragung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart 2006

- Der Stadtkreis und die Landkreise der Region Stuttgart weisen z.T. stark divergierende Branchenprofile auf:
 - Die **Landeshauptstadt Stuttgart** zeichnet sich durch eine recht große Breite des Branchenspektrums aus. Die wesentlichen Bereiche sind Software / IT-Dienstleistungen (22 % der befragten Stuttgarter Betriebe), Architekten (18 %) und Werbung / Marketing (15 %). Im Aus- und Weiterbildungssektor, in den Branchen Fotografie / Grafik / Design, Presse / Öffentlichkeitsarbeit / Informationsvermittlung, Film-, Musik- und Videoproduktion / Filmverleih sind jeweils mehr als die Hälfte aller Betriebe der Region in der Landeshauptstadt ansässig.
 - Der **Landkreis Böblingen** ist insbesondere von den Branchen Software / IT-Dienstleistungen (37 % der befragten Betriebe im Landkreis) sowie Werbung / Marketing (12 %) geprägt. Die weiteren Sparten der Kreativwirtschaft sind hingegen nur ausschnitthaft vertreten.
 - Im **Landkreis Esslingen** stellen die Segmente Software / IT-Dienstleistungen (26 % der befragten Betriebe im Landkreis), Architekten (16 %) sowie Werbung / Marketing (10 %) die wichtigsten Unternehmensbereiche dar.
 - Der **Landkreis Göppingen** weist in der Region absolut die geringste Zahl von Kreativunternehmen auf. Sie sind aus diesem Grund auch nur ausschnittsweise präsent. Das Betriebsspektrum zeigt gewisse Konzentrationstendenzen bei Software / IT-Dienstleistungen und sonstigen Unternehmen (je 22 % der befragten Betriebe im Landkreis) sowie bei Architekten (19 %).
 - Den Schwerpunkt im **Landkreis Ludwigsburg** bildet die Branche Software / IT-Dienstleistungen mit 28 % der hier befragten Betriebe. An zweiter Stelle steht Werbung / Marketing (15 %), gefolgt von Architekten (10 %) und Medientechnik / Hardware (9 %).
 - Im **Rems-Murr-Kreis** dominieren die Branchen Software / IT-Dienstleistungen und Werbung / Marketing mit einem Anteil im Landkreis von 18 % bzw. 15 %, gefolgt von Unternehmen des Druckwesens und den Architekten (je 12 %).

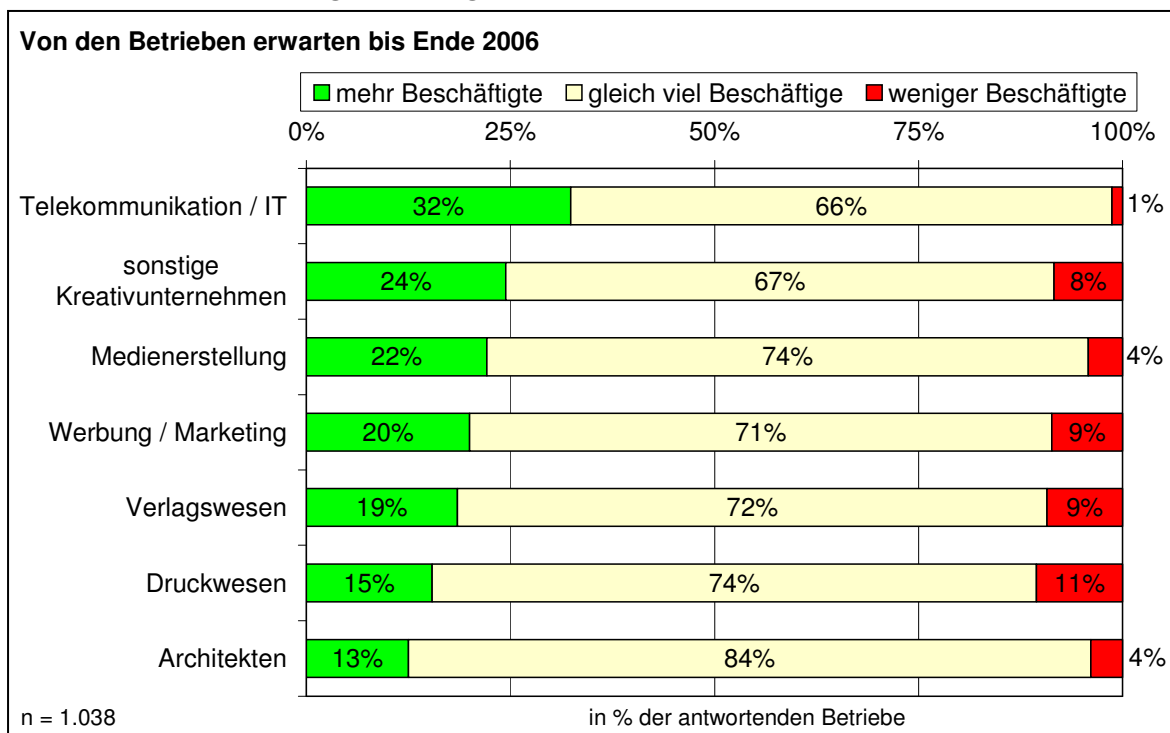
- 95 % aller Kreativunternehmen haben in der Region Stuttgart ihren Hauptsitz und können somit ihre **unternehmerischen Entscheidungen** vor Ort treffen. Nur bei 5 % der Betriebe handelt es sich um Filialen bzw. Niederlassungen.
- 74 % der Kreativunternehmen beschäftigen maximal 20 Mitarbeiter, sind also als **Kleinbetriebe** einzustufen; 13 % davon sind sogar Ein-Personen-Unternehmen. Nur 12 % der Betriebe weisen mehr als 50 Beschäftigte auf.

1.028 Kreativunternehmen, die hierzu Auskunft gaben, beschäftigen in der Region Stuttgart 63.590 Personen. Im rechnerischen Durchschnitt liegt die Beschäftigtenzahl je Unternehmen somit bei 62. Davon sind lt. Angaben der Betriebe 77 % in Vollzeit tätig, 15 % arbeiten Teilzeit, 3 % sind Auszubildende und 5 % freie Mitarbeiter.

- Der größte Teil der Kreativunternehmen in der Region Stuttgart gibt an, dass sich die **Zahl der Beschäftigten** zwischen Ende 2004 und Ende 2005 nicht verändert hat (57 %). Immerhin ist die Beschäftigtenzahl in 19 % der Betriebe jedoch angestiegen. Andererseits wurde in 23 % der Unternehmen Personal abgebaut.
- 71 % der Unternehmen mit Angaben schätzen die Entwicklung ihrer **Beschäftigtenzahlen bis Ende 2006** als gleich bleibend ein. Der Anteil von Betrieben, die einen Beschäftigungszuwachs erwarten, ist mit 23 % indes deutlich höher, als derjenigen, die einen Rückgang annehmen (6 %)¹. Die Angaben einzelner Branchengruppen² zu diesem Thema differieren jedoch (vgl. Abb. 2).

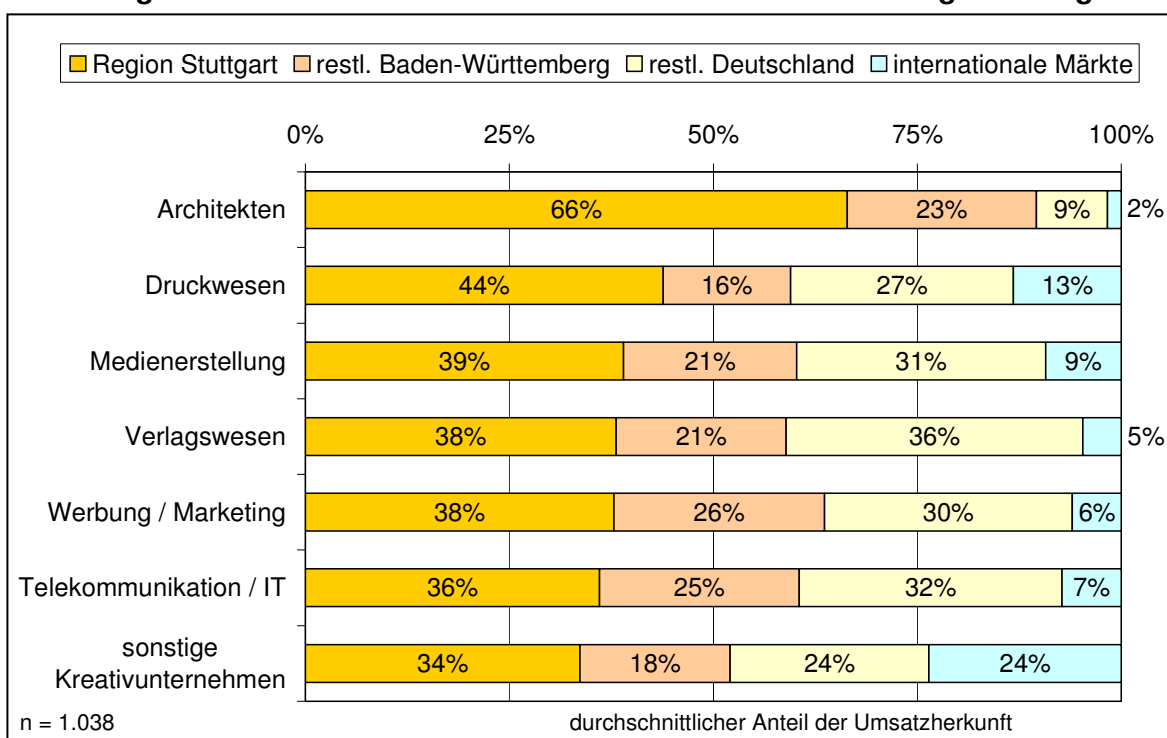
¹ 6 % der befragten Betriebe konnten oder wollten ihre personellen Entwicklungsperspektiven nicht einschätzen.

² Zu den zusammengefassten Branchengruppen der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart siehe Anlage 2.

Abbildung 2: Erwartete Beschäftigungsentwicklung der Kreativunternehmen in der Region Stuttgart bis Ende 2006

Quelle: GMA-Befragung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart 2006

- Die Kreativunternehmen erzielen durchschnittlich 42 % ihres **Umsatzes** mit Kunden aus der Region Stuttgart. Weitere 22 % werden im restlichen Baden-Württemberg generiert. In der Betrachtung einzelner Branchengruppen treten bei der Umsatzherkunft allerdings große Differenzen auf (vgl. Abb. 3).
- Die **kurzfristige Umsatzentwicklung** wird von den Kreativunternehmen der Region Stuttgart überwiegend positiv eingeschätzt. Insgesamt 43 % erwarten im Jahr 2006 steigende Umsätze, weitere 37 % gehen zumindest von gleich bleibenden Umsatzleistungen aus. Nur 11 % rechnen in der nahen Zukunft hingegen mit geringeren Erlösen. Vor allem die Branchengruppen Telekommunikation / IT, Medienerstellung, Druckwesen und die sonstigen Kreativunternehmen beurteilen die Geschäftsentwicklung im Jahr 2006 optimistisch.

Abbildung 3: Umsatzherkunft der Kreativunternehmen in der Region Stuttgart

Quelle: GMA-Befragung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart 2006

- Ein Teil der Kreativunternehmen konnte die Höhe ihres **Investitionsvolumens** im vergangenen Geschäftsjahr nicht genau angeben (38 %). Bei 26 % lag der Investitionsbetrag bis 25.000 €; je rd. 10 % investierten ab 25.000 bis 50.000 € bzw. ab 50.000 bis 250.000 €. 6 % der Unternehmen gaben im vergangenen Jahr mehr als 250.000 € für investive Maßnahmen aus. Nur 9 % der Unternehmen erklärten explizit, dass sie 2005 keinerlei Investitionen getätigt haben.

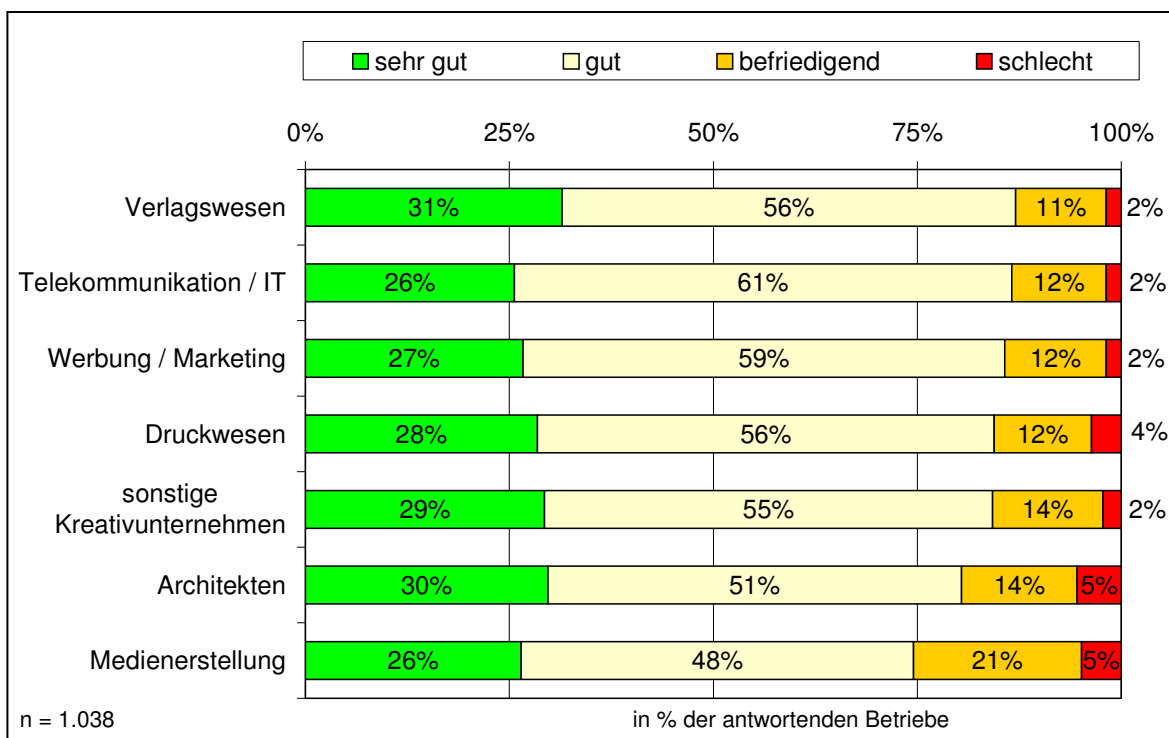
Mit Bezug auf die **Höhe der Investitionen** im Jahr 2006 rechnet der größte Teil der Betriebe mit gleich bleibenden Volumina (43 %), 20 % erwarten höhere Ausgaben, nur 18 % geringere¹.

- Die Kreativunternehmen der Region Stuttgart sind **mit den Standortrahmenbedingungen in hohem Maße zufrieden** (Durchschnittsnote 1,9). 84 % der Unternehmen mit Angaben vergeben die Noten „gut“ und „sehr gut“, 13 % bewerten die Region

¹ Bei dieser Frage war der Anteil von Betrieben ohne Angabe mit 19 % recht hoch.

Stuttgart mit "befriedigend". In der Einzelbetrachtung der Branchengruppen treten allerdings partielle Bewertungsunterschiede zutage (vgl. Abb. 4).

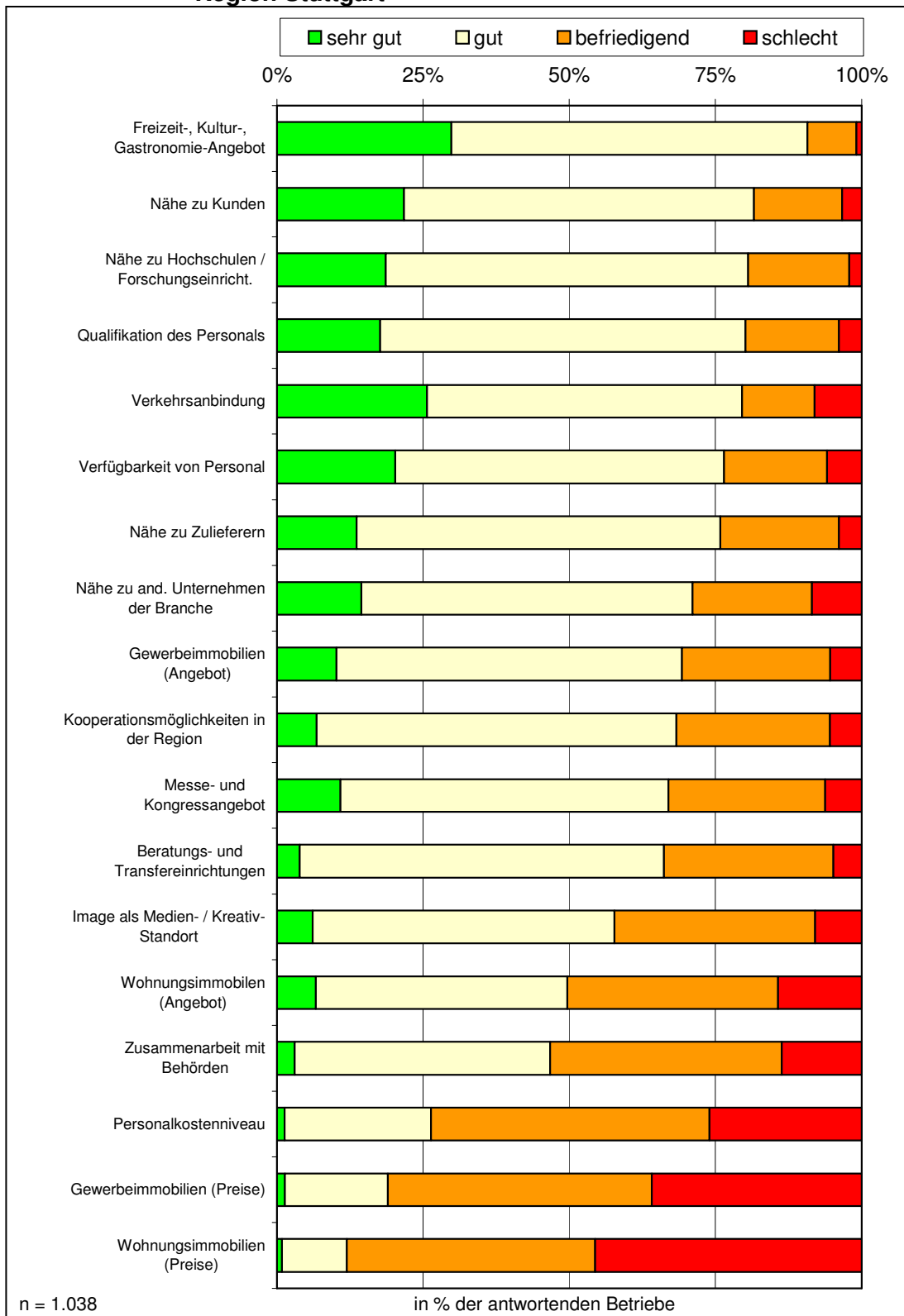
Abbildung 4: Bewertung der Region Stuttgart als Unternehmensstandort



Quelle: GMA-Befragung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart 2006

In der differenzierten **Beurteilung einzelner Standortfaktoren** (vgl. Abb. 5) erreichen die Aspekte Freizeit, Kultur und Gastronomie, Nähe zu Kunden sowie zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Qualifikation des Personals und Verkehrsanbindung mit jeweils mindestens 80 % „gut“- und „sehr gut“-Nennungen bei den Betrieben mit Angaben sehr hohe Zustimmungsggrade.

Abbildung 5: Urteil der Kreativunternehmen über die Standortfaktoren der Region Stuttgart



Quelle: GMA-Befragung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart 2006

Auch die Nähe zu Zulieferern, die Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Unternehmen sowie die Verfügbarkeit von Personal wird positiv charakterisiert (jeweils 70 - 80 % „gut“- oder „sehr gut“-Noten der Betriebe mit Angaben).

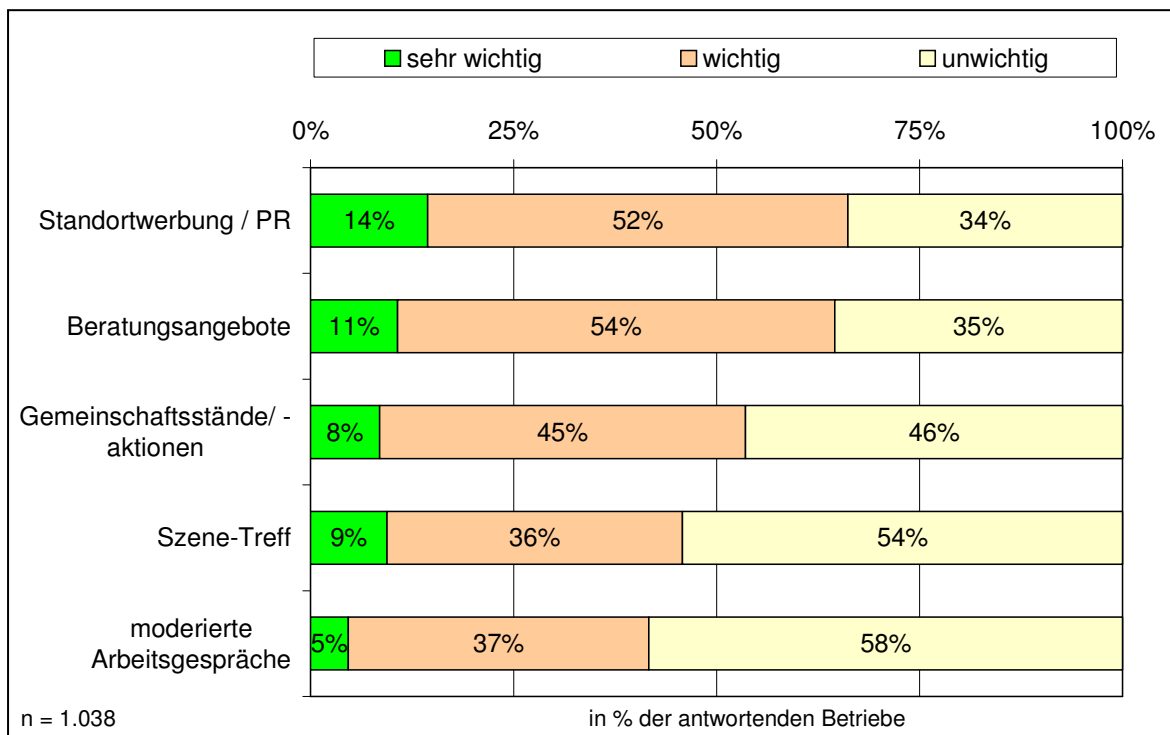
Verbesserungspotenziale sehen die Unternehmen vornehmlich beim Image und Bekanntheitsgrad der Region Stuttgart als Medien- und Kreativstandort sowie bei den Aspekten Immobilienangebot, Zusammenarbeit mit Behörden und Beratungs- und Transfereinrichtungen. Als eher unbefriedigend (Anteile der Note „schlecht“ > 25 % bei den Betrieben mit Angaben) wird in der Region das Preisniveau (Personalkosten und Preise für Gewerbe- und Wohnungsimmobilien) eingestuft.

Ein Drittel aller Unternehmen bezeichnet die Kundennähe als **wichtigsten Standortfaktor**. Es folgen die Verkehrsanbindung (13 %) sowie die Verfügbarkeit von Personal und dessen Qualifikation (9 % bzw. 7 %). Andere Faktoren spielen eine nachgeordnete Rolle (< 3 %).

- Die **besonderen Stärken der Region Stuttgart** als Standort der Kreativwirtschaft liegen nach Ansicht der Unternehmen vorrangig in den Agglomerationsvorteilen des Ballungsraums begründet. Vor allem die Infrastruktur und die vorhandenen Kundenpotenziale werden positiv hervorgehoben. Erwähnung finden auch die Aus- und Weiterbildungseinrichtungen.
- Die besonderen **Schwächen der Region Stuttgart** beziehen sich ebenfalls überwiegend auf den Aspekt „Ballungsraum“. Vor allem das recht hohe Preisniveau, insbesondere auch die Höhe der Personalkosten, werden als Defizit genannt. Vereinzelt werden auch Mängel der (Verkehrs-)Infrastruktur erwähnt. Kritisch betrachtet werden nochmals das Image und den Bekanntheitsgrad der Region als Medien- und Kreativstandort sowie die Zusammenarbeit mit Behörden.
- Bei der **Einschätzung verschiedener Aktivitäten zur Stärkung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart** (vgl. Abb. 6) werden von 66 % der Unternehmen mit Angaben Maßnahmen zur Standortwerbung / PR bzw. von 65 % Beratungsangebote als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ eingeschätzt. Es folgen Gemeinschaftsaktionen bzw. -stände auf Messen oder Festivals (für 53 % „wichtig“ oder „sehr wichtig“).

tig“). Szene-Treffs oder moderierte Arbeitsgespräche werden hingegen nur noch von weniger als der Hälfte der Unternehmen als „wichtig“ bzw. "sehr wichtig“ erachtet.

Abbildung 6: Bedeutung der Aktivitäten zur Stärkung der Kreativregion Stuttgart



Quelle: GMA-Befragung der Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart 2006

- Die **Erwartungen und Forderungen an die Politik** hinsichtlich der Gestaltung und Weiterentwicklung der Kreativregion Stuttgart betreffen vorrangig Maßnahmen zum Bürokratieabbau und eine optimierte Unterstützung. Eine stärkere Entlastung der Firmen (Steuer- aber auch Arbeitsrecht) sowie mehr konkrete „Förderung und Hilfen“ werden ebenfalls gewünscht.

In der **Zusammenschau der Repräsentativbefragung von Kreativunternehmen** in der Region Stuttgart sind folgende wesentliche Erkenntnisse hervorzuheben:

- 43 % der Kreativunternehmen erwarten im Jahr 2006 einen Umsatzanstieg. Weitere 37 % gehen zumindest von einem gleich bleibenden Umsatzniveau aus. Nur 11 % rechnen mit geringeren Erlösen. Diese Zahlen weisen die Kreativwirtschaft der Region Stuttgart als besonders dynamischen Wirtschaftszweig aus.

- 23 % der Kreativunternehmen mit Angaben erwarten bis Ende 2006 einen Beschäftigungszuwachs. 71 % gehen von einer stabilen Personalentwicklung aus. Der Anteil von Betrieben, die einen Beschäftigungsabbau erwarten, liegt mit 6 % niedrig. Diese Zahlen charakterisieren die Kreativwirtschaft in der Region Stuttgart als beschäftigungsstabil und in Teilen als personalexpansiv.

- Die Standortfaktoren der Region Stuttgart werden von den Kreativunternehmen äußerst positiv bewertet. Hohe Zustimmungsggrade von über 75 % der Unternehmen mit Angaben erhalten die Aspekte Freizeit-, Kultur-, Gastronomieangebote, Nähe zu Kunden, Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Qualifikation des Personals, Verkehrsanbindung, Verfügbarkeit von Personal und Nähe zu Zulieferern.

- Optimierungspotenziale sieht die Kreativwirtschaft vornehmlich beim Image und Bekanntheitsgrad der Region als Kreativstandort, bei der Zusammenarbeit mit Behörden (Stichwort: Bürokratieabbau) und bei Beratungs- und Transfereinrichtungen. Kritisiert wird v.a. das Preisniveau von Gewerbe- und Wohnimmobilien, das begrenzte Angebot an Wohnungen und die Höhe der Personalkosten.

Anlage 1: Branchengliederung der Kreativwirtschaft

- **Verlage, Verlagsprodukte, Buch- und Pressevertrieb**
 - Buch-, Zeitungs-, Amtsblatt-, Zeitschriften- und sonst. Verlage
 - Handel, Großhandel mit Druckerzeugnissen
- **Druckereien, Druckdienstleistungen und Vervielfältigung**
 - Mediovorstufen, Druckereien, Druckweiterverarbeitung
 - Druck von Geschäftspapieren, Etiketten, Werbeträgern etc., Dienstleistungen für Druckereien
- **Medientechnik und Hardware**
 - Herstellung, Vervielfältigung und Vertrieb von Ton- und Datenträgern, AV-Medien
 - Herstellung von Maschinen für das Druckgewerbe
 - Herstellung und Vertrieb von Datenverarbeitungsgeräten und –einrichtungen
 - Herstellung und Vertrieb von Rundfunk- und Fernsehgeräten, Audio- und Videotechnik, optischen und fotografischen Geräten, Projektions- und Kinogeräten und sonstiger Hardware
- **Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen**
 - Messeveranstalter, Messebau und Veranstaltungsdienstleister
- **Telekommunikation**
 - Netze und Fernmeldedienste
 - (Verkehrs-)Telematik, Kommunikationssoftware
 - Herstellung, Vertrieb und Vermietung von TK-Anlagen
- **Software und IT-Dienstleistungen**
 - Entwicklung und Vertrieb von Software
 - IT-Beratung und -Dienstleistungen
- **Multimedia und Internet**
 - Internet/Intranet (incl. Datenbanken)
 - Multimedia
- **Werbung / Marketing**
 - Werbung (incl. Werbeartikel, -materialien und Werbespots)
 - Veranstaltungsmarketing
 - Telefon- und Direktmarketing
- **Fotografie, Grafik und Design**
 - Fotografie, Grafik- und Multimedia-Design
- **Aus- und Weiterbildung**
 - Hochschulen und sonst. Bildungseinrichtungen
- **Film-, Musik- und Videoproduktion, Filmverleih**
 - Herstellung von Filmen und Videofilmen
 - Tontechnik
 - Musikproduktion, -komposition
 - Sonstige Dienstleistungen für Film und Video
- **Kino, Theater und Konzerte**
 - Kinos, Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen
 - Theater- und Konzertveranstalter
 - Veranstaltungstechnik
- **Hörfunk und Fernsehen**
 - Hörfunk- und Fernsehanstalten
 - Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen
- **Presse, Öffentlichkeitsarbeit und Informationsvermittlung**
 - Presse- und Bildagenturen
 - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, -Dokumentation
 - Freie Journalisten und Pressefotografen
- **Architekten**
- **Forschung und Entwicklung**
- **Sonstige Unternehmen**
 - Industriedesigner
 - weitere Betriebe

Anlage 2: Zusammengefasste Branchengruppen der Kreativwirtschaft

Verlagswesen	Verlage, Verlagsprodukte, Buch- und Pressevertrieb
Druckwesen	Druckereien, Druckdienstleistungen, Vervielfältigung Medientechnik und Hardware
Telekommunikation / IT	Telekommunikation Software und IT-Dienstleistungen Multimedia und Internet
Werbung / Marketing	Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen Werbung und Marketing
Medienerstellung	Fotografie, Grafik und Design Film-, Musik- und Videoproduktion, Filmverleih Hörfunk und Fernsehen
Architekten	Architekten
Sonstige Kreativunternehmen	Aus- und Weiterbildung Kino, Theater und Konzerte Presse, Öffentlichkeitsarbeit, Informationsvermittlung Forschung und Entwicklung Sonstige Unternehmen