

# Kurzanalyse zur Lage des Handwerks in der niedersächsischen Kultur- und Kreativwirtschaft

---

Auftraggeber:

Niedersächsisches Ministerium

für

Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Verfasser:

Michael Söndermann

Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Stand: 2.11.2015

## INHALT

1	Einleitung .....	3
1.1	Auftrag.....	3
1.2	Definition und Abgrenzung.....	3
2	Empirische Befunde.....	6
2.1	Handwerk insgesamt in Niedersachsen.....	6
2.2	Das Handwerk innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	8
3	Zusammenfassende Bewertung .....	13
3.1	Besondere Charakteristika der kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerksunternehmen .....	13
3.2	Aktivitäten zur Förderung von kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerksunternehmen .....	15
4	Anhang.....	19
4.1	Datenquellen und Literatur .....	19

# 1 Einleitung

## 1.1 Auftrag

Die Kurzanalyse soll einen komprimierten Einblick über die wirtschaftliche Lage des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft in Niedersachsen ermöglichen. Um eine schnelle wirtschaftspolitische Einordnung der Kurzanalyse zu erreichen, werden die Methoden und Datengrundlagen in Anlehnung an das niedersächsische und bundesweite Monitoring zur Kultur- und Kreativwirtschaft angewendet. Die spezifischen Definitionen und Merkmale des kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerks werden auf der Basis der grundlegenden Studie „Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft“, im Auftrag des Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi 2011), abgeleitet.

Die vorliegende Analyse soll

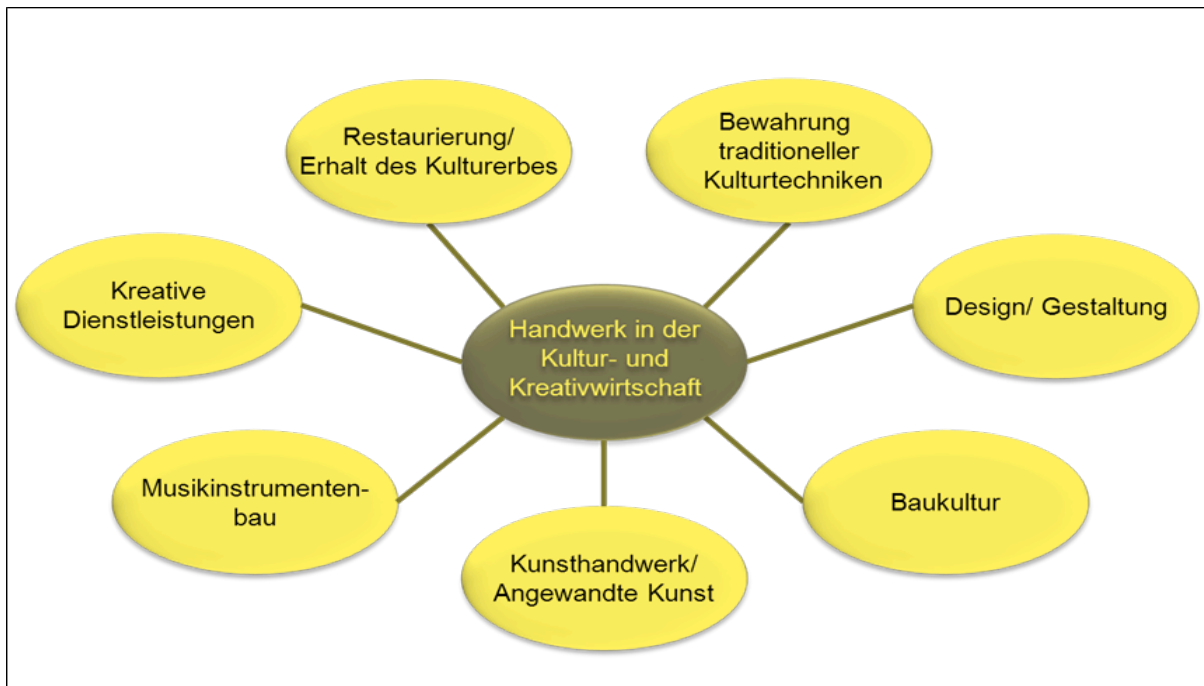
- erste empirische Befunde zur Struktur und Entwicklung des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft des Landes Niedersachsen erarbeiten.
- allgemeine Charakteristika des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft beschreiben und
- Förderansätze von kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten bei Handwerksunternehmen aufzeigen

## 1.2 Definition und Abgrenzung

In Anlehnung an die Handwerksstudie (BMWi 2011) decken folgende Tätigkeitsfelder das kultur- und kreativwirtschaftliche Spektrum im Handwerk ab.

Zum kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerk werden sieben Tätigkeitsfelder gezählt, die in besonderer Weise im Bereich des Designs und der Gestaltung, beim Erhalt des baulichen und musealen Kulturerbes, im Musikinstrumentenbau, im Kunsthandwerk oder bei der innovativen und kreativen Zusammenarbeit mit Ingenieuren und Architekten im Bereich der Baukultur tätig sind. So ist es möglich, die kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerksunternehmen zu charakterisieren.

Abb. 1-1: Tätigkeitsfelder innerhalb des kultur- und kreativwirtschaftlichen Spektrums im Handwerk



Quelle: Ifh Göttingen, BMWI 2011

„Dem Handwerk werden funktionale Eigenschaften wie z.B. ein hoher Anteil der Handarbeit, ein hoher Anteil von Einzelanfertigungen oder die Umsetzung individueller Konzeptionen zugeschrieben. Dazu werden einzelne handwerkliche Tätigkeitsprofile im Hinblick auf ihren Anteil an der kulturellen Wertschöpfungskette untersucht, auf diese Weise sind sieben Tätigkeitsfelder ermittelt worden, in denen das Handwerk kultur- und kreativwirtschaftlich hauptsächlich in Erscheinung tritt. Mit Hilfe dieser Tätigkeitsfelder ist es möglich, das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu charakterisieren, zu strukturieren und damit letztlich besser zu beschreiben. Die sieben Tätigkeitsfelder sind aber nicht als fest umrissene, sich gegenseitig ausschließende Bereiche zu verstehen. Die Tätigkeitsfelder dienen dazu, die Mehrschichtigkeit kultur- und kreativwirtschaftlichen Schaffens im Handwerk differenziert zu beschreiben und einzuordnen.“<sup>1</sup>

### Statistische Abgrenzung

Die Auswahl der kultur- und kreativwirtschaftlich relevanten Handwerkszweige/ Wirtschaftszweige erfolgt in Anlehnung an das Definitionskonzept der Wirtschaftsministerkonferenz und die Handwerksstudie.

---

<sup>1</sup> Ifh Göttingen, BMWI (2011)

Abb. 1-2: Statistische Abgrenzung des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft

Teilmarkt WZ-Nr.	Wirtschaftszweig	Gewerbebezug
<b>Musikwirtschaft</b>		
32.20.0	Herstellung von Musikinstrumenten	Bogenmacher, Geigenbauer, Handzuginstrumentenmacher, Holzblasinstrumentenmacher, Klavier- und Cembalobauer, Metallblasinstrumentenmacher, Orgel- und Harmoniumbauer, Zupfinstrumentenmacher, Schlagzeugmacher,
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	Holzblasinstrumentenmacher, Klavier- und Cembalobauer, Zupfinstrumentenmacher, Schlagzeugmacher
<b>Buchmarkt</b>		
18.14.0	Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	Buchbinder
<b>Kunstmarkt</b>		
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln	Vergolder
90.03.3	Künstlerisches Schaffen	Holzbildhauer, Metallbildner, Vergolder
<b>Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste</b>		
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstlerinnen und -künstler sowie sonstige darstellende Kunst	Maskenbildner, Theaterplastiker
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	Theaterkostümnäher Theater- und Ausstattungsmaler, Requisiteure
<b>Designwirtschaft</b>		
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck)	Metallbildner, Edelsteinschleifer und –graveure, Gold- und Silberschmiede
74.20.1	Fotografie	Fotografen
<b>Werbemarkt</b>		
73.11.0	Werbeagenturen	Schilder- und Lichtreklamehersteller

**Summe Wirtschaftszweige Handwerk innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft**

Hinweis: Auswahl der Wirtschaftszweige/Gewerbebezüge siehe methodischen Erläuterungen in BMWI (2011), S. 49ff. Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008, Gewerbegruppen der Handwerksstatistiken

Quelle: BMWI (2011). Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Abgrenzung umfasst alle Gewerbe­zweige des Handwerks, die innerhalb des Definitionskonzepts Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren elf Teilmärkten derzeit identifiziert werden können. Die Auswahl dieser handwerksbezogenen Wirtschaftszweige stellt einen vorläufigen Minimalkern des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft dar. Sofern die methodischen Aspekte zur Kombination der Gewerbe­zweig­klassifikation und der Wirtschaftszweig­klassifikation im Rahmen des statistischen Unternehmensregisters in den nächsten Jahren weiter entwickelt werden können, wird dies zu einer verbesserten Erfassung des Handwerks mit seinen kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten führen. Die vorliegende Auswertung stellt deshalb einen ersten Kernbestand bzw. Minimalbestand des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft dar.

## 2 Empirische Befunde

Zur Einschätzung des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft werden zunächst die allgemeinen Strukturmerkmale des gesamten Handwerks in Niedersachsen vorgestellt.

### 2.1 Handwerk insgesamt in Niedersachsen

Abb. 2-1: Eckdaten zum niedersächsischen Handwerk (HW) – Ergebnisse der Handwerkszählung 2012\*

		<b>Absolutangaben</b>		<b>Veränderung</b>
Einheit		2009	2012	2012/2009
HW-Unternehmen	Anzahl	47.163	48.875	3,6%
HW-Umsatz	in Mio. €	42.246	47.953	13,5%
HW-Erwerbstätige	Anzahl	390.510	421.114	7,8%
HW-Beschäftigte	Anzahl	343.347	372.239	8,4%
		<b>Kennzahlen</b>		<b>Veränderung</b>
Umsatz je HW-Unternehmen	in Tsd. €	895,7	981,1	9,5%
Umsatz je HW-Erwerbstätiger	in Tsd. €	108,2	113,9	5,3%
Erwerbstätiger je HW-Unternehmen	Anzahl	8,3	8,6	4,1%

Hinweis: \*Aktuelle Ausgabe der Handwerkszählung 2012 zum Stand 2015; Handwerksunternehmen = Selbständige/Unternehmer gemäß Definition des statistischen Unternehmensregisters ab 17.500 Euro

Jahresumsatz; Erwerbstätige = Selbständige plus abhängig Beschäftigte (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, ohne geringfügig Beschäftigte); Beschäftigte = sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Die Handwerkszählung umfasst alle zulassungspflichtigen und zulassungsfreien Gewerbebezüge.

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

## **Rund 16 Prozent aller Unternehmen und Beschäftigten in Niedersachsen sind im Handwerk tätig**

Im Jahr 2012 existieren in Niedersachsen insgesamt rund 48.900 Handwerksunternehmen, die insgesamt 421.000 Erwerbstätige im Kernbereich (nur Selbständige ab 17.500 Euro und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) beschäftigen können. Bezogen auf die gesamte Unternehmenslandschaft in Niedersachsen mit rund 308.500 Unternehmen und 2,34 Millionen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gehören damit knapp 16 Prozent sowohl der Unternehmen als auch der Beschäftigten zum Handwerk.

## **Das Handwerk ist kleinbetrieblich geprägt**

Im Durchschnitt beschäftigt ein Handwerksunternehmen rund 8,6 Personen, die den tätigen Unternehmer und die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten umfassen. Die geringfügig Beschäftigten, die im Handwerk vor allem im zulassungsfreien Handwerk bedeutsam sind, werden in dieser Kurzanalyse nicht erhoben. Der Umsatz je Erwerbstätiger liegt im niedersächsischen Handwerk bei rund 114.000 Euro. Damit zählt das Handwerk zu den kleinbetrieblichen Unternehmen in Niedersachsen (Vergleichswert aller Niedersachsen-Unternehmen liegt bei knapp 200.000 Euro je Unternehmen). Beide Kennzahlen bestätigen die überwiegend kleinbetriebliche Struktur der Handwerksbetriebe in Niedersachsen.

## **Das Handwerk wächst in allen drei Kategorien**

Die Handwerksunternehmen erzielen im Jahr 2012 einen Umsatz von rund 48 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Jahr 2009 ist der Umsatz damit um 13,5 Prozent gestiegen. Im Vergleich zum Vorjahr 2011 ist der Umsatz allerdings minimal um 0,5 Prozent zurückgegangen. Ein Wachstum ist ebenso bei der Zahl der Handwerksunternehmen zu beobachten. Mit rund 3,6 Prozent hat das Handwerk im Zeitraum 2009 zu 2012 zugelegt. Parallel dazu sind auch die Zahl der Erwerbstätigen mit 7,8 Prozent und die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 8,4 Prozent gestiegen.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass in der niedersächsischen Gesamtwirtschaft das Handwerk eine bedeutende Rolle einnimmt. 18 Prozent aller niedersächsischen

Unternehmen, 9 Prozent des Gesamtumsatzes und 14 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten kommen aus dem niedersächsischen Handwerk.

## 2.2 Das Handwerk innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft

### Struktur

Im folgenden Abschnitt werden die Eckdaten des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft dargestellt. Die ausgewiesenen Wirtschaftszweige enthalten die handwerksrelevanten Aktivitäten, die auf der Basis einer Schätzmethode berechnet wurden. Die Schätzmethode wurde vom ifh Göttingen in Zusammenarbeit mit dem zuständigen Referat Handwerk des Statistischen Bundesamtes erstellt und stellt Durchschnittswerte für das gesamte Bundesgebiet zur Verfügung.

Abb. 2-2: Handwerk im Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft Niedersachsen, 2013

Teilmarkt Gewerbebezweig	Wirtschaftszweig	Unternehmen		Umsatz		Erwerbstätige	
		Anzahl 2013	Anteil 2013	Mio. € 2013	Anteil 2013	Anzahl 2013	Anteil 2013
<b>Musikwirtschaft</b> Bogenmacher, Geigenbauer, Handzuginstrumentenmacher, Holzblasinstrumentenmacher, Klavier- und Cembalobauer, Metallblasinstrumentenmacher, Orgel- und Harmoniumbauer, Zupfinstrumentenmacher, Schlagzeugmacher	Herstellung von Musikinstrumenten Einzelhandel von Musikinstrumenten	<b>115</b>	<b>12,4%</b>	<b>27</b>	<b>12,2%</b>	<b>322</b>	<b>15,8%</b>
<b>Buchmarkt</b> Buchbinder	Binden von Druck- erzeugnissen	<b>40</b>	<b>4,3%</b>	<b>23</b>	<b>10,5%</b>	<b>196</b>	<b>9,6%</b>
<b>Buchmarkt</b> Vergolder, Holzbildhauer, Metallbildner, Vergolder	Einzelhandel mit kunstgewerblichen Erzeugnissen,	<b>34</b>	<b>3,7%</b>	<b>18</b>	<b>8,2%</b>	<b>31</b>	<b>1,5%</b>
	Künstlerisches Schaffen	19	2,0%	16	7,4%	17	0,9%
<b>Film-, Rundfunkwirtschaft,</b>		15	1,6%	2	0,7%	14	0,7%
		<b>52</b>	<b>5,7%</b>	<b>6</b>	<b>2,7%</b>	<b>14</b>	<b>0,7%</b>



<b>Markt für darst. Künste</b> Maskenbildner, Theaterplastiker, Theaterkostüm- näher, Theater- und Ausstattungsmaler, Requisiteure	Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- TV- Künstler-/innen,	17	1,8%	1	0,7%	4	0,2%
	Dienstleistungen f. die darstellende Kunst	35	3,8%	5	2,0%	10	0,5%
<b>Designwirtschaft</b>		<b>553</b>	<b>59,8%</b>	<b>79</b>	<b>35,9%</b>	<b>1.170</b>	<b>57,6%</b>
Metallbildner, Edelstein- schleifer/-graveure, Gold- /Silberschmiede,	Herstellung von Schmuck, Gold- /Silberschmiedewa ren,	164	17,7%	34	15,2%	243	12,0%
Fotografen	Fotografie	389	42,1%	46	20,7%	926	45,6%
<b>Werbemarkt</b>		<b>131</b>	<b>14,2%</b>	<b>67</b>	<b>30,5%</b>	<b>298</b>	<b>14,7%</b>
Schilder-/Lichtreklame- hersteller	Werbeagenturen	131	14,2%	67	30,5%	298	14,7%
<b>Summe Handwerk</b>		<b>926</b>	<b>100,0%</b>	<b>221</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.030</b>	<b>100,0%</b>
Anteil Handwerk an Kultur- und Kreativwirtschaft		5,5%	-	3,0%	-	3,1%	-

Hinweise: Abgrenzung Handwerkszweige siehe Abschnitt Definition; weitere Erläuterungen siehe Abb. 2.1.

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Für das Jahr 2013 kann näherungsweise eine Zahl von rund 930 Handwerksunternehmen ermittelt werden, die innerhalb der niedersächsischen Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 5,5 Prozent erreichen. Sie erzielen einen geschätzten Umsatz von rund 220 Millionen Euro und belegen einen Anteil von 3,0 Prozent am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft des Jahres 2013. Die Zahl der Erwerbstätigen liegt bei mehr als 2.030 Personen (Anteil: 3,1 Prozent an der Kultur- und Kreativwirtschaft).

### Kleinbetriebliche Struktur des Handwerks und der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Anteilswerte machen bereits deutlich, dass die Handwerksunternehmen zu den kleineren Unternehmen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen. Im Schnitt arbeiten 2,2 Personen in einem Handwerksunternehmen, während in der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt 3,9 Personen je Unternehmen tätig sind. Die Produktivität liegt bei rund 109.000 Euro je Erwerbstätiger im kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerk. Der vergleichbare Produktionswert der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt erreicht mit 113.000 Euro je Erwerbstätiger nur einen wenig höheren Wert. Damit gilt sowohl für das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch für die gesamte Branche das Kernmerkmal der kleinbetrieblichen Orientierung.

### **Quantitativ stärkste Gruppe die Fotografen und Schmuckherstellern**

Die zahlenmäßig größten Gruppen innerhalb des Handwerks sind die Fotografen mit rund 390 Handwerksunternehmen, in deutlichem Abstand gefolgt von den Schmuckherstellern etc. mit rund 165 Handwerksunternehmen, den Werbegestaltern mit rund 130 Handwerksunternehmen, und den Musikinstrumentenbauern mit rund 115 Handwerksunternehmen. Die Buchbindereien mit 40 Handwerksunternehmen und die Dienstleister für die darstellende Kunst mit 35 Handwerksunternehmen zählen zu den kleineren Unternehmen. Auffallend ist hier, dass die Buchbinder, gemessen am Erwerbstätigen je Unternehmen, einen Wert von 4,9 Erwerbstätigen erreichen. Damit zählen sie unter den Kleinbetrieben schon zu den „Großen“ der Branche. Dies gilt sogar bezogen auf die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft.

### **Das kultur- und kreativwirtschaftliche Handwerk insgesamt geht weit über den Minimalkern innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft hinaus**

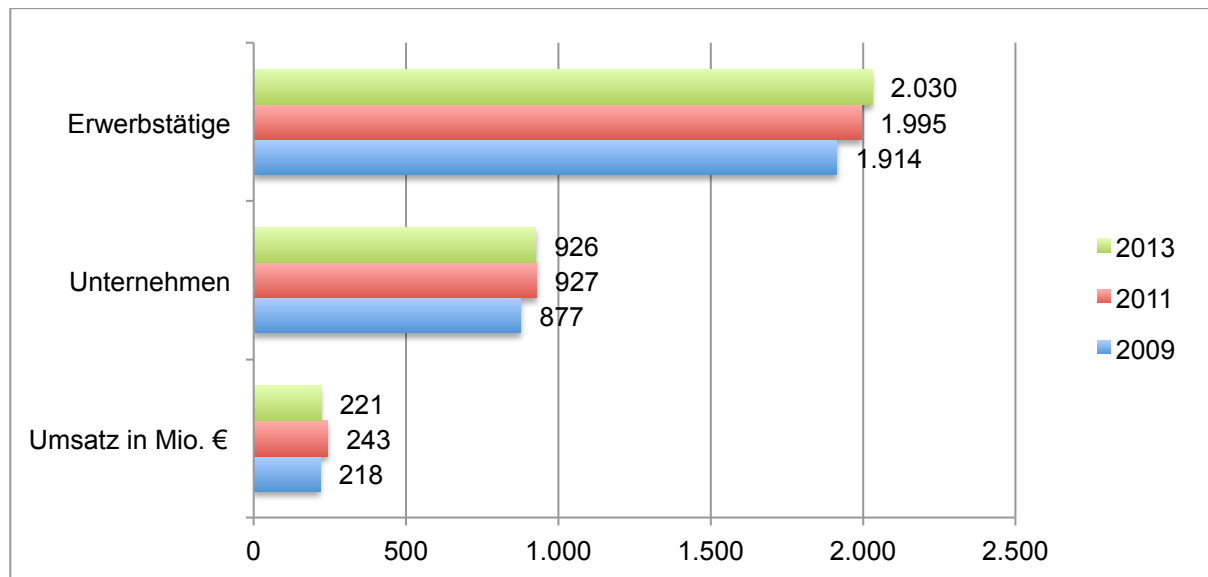
Insgesamt stellen die vorgestellten Strukturdaten lediglich einen Minimalkern dar. Bezogen auf das gesamte Potenzial des kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerks innerhalb und außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft wurde im Rahmen der Handwerksstudie (BMW 2011) eine Handwerksquote von 30 Prozent für den engeren Kern der kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten ermittelt. Das heißt, dass im Bundesgebiet im Jahr 2010 rund 55.200 Handwerksunternehmen mit kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten ermittelt werden konnten, die insgesamt in allen drei Sektoren (Produktion, Handel, Dienstleistung) aktiv waren. Der Anteil der ausschließlich innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft statistisch erfasst werden konnte, lag bei rund 15.750 Handwerksunternehmen.

Aus wirtschafts- und kulturpolitischer Perspektive ist es empfehlenswert, das niedersächsische Handwerk in einem umfassenden Sinne zu untersuchen, um die regionalen Potenziale der kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten sichtbar zu machen. Es wird vermutet, dass das niedersächsische kultur- und kreativwirtschaftliche Handwerk in einem überregionalen Vergleich substanzielle Kerne aufweist. Ebenso könnte die für die Kultur- und Kreativwirtschaft wichtigen Produktionsschwerpunkte der digitalen und analogen Produktion in besonderer Weise am Handwerk aufgezeigt werden.

## Entwicklung

Die folgende Abbildung stellt die Entwicklung der Anzahl der Erwerbstätigen, der Unternehmen und des Umsatzes im Vergleich der Jahre 2009, 2011 und 2013 dar.

Abb. 2-3: Entwicklung des Handwerk im Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft Niedersachsen, 2009-2013



Hinweise: Abgrenzung Handwerkszweige siehe Abschnitt Definition; weitere Erläuterungen siehe Abb. 2.1.  
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung des Handwerks innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft verläuft in allen drei Kategorien Erwerbstätigkeit, Unternehmen und Umsatz zwischen den Jahren 2009 und 2013 positiv.

Die Zahl der Erwerbstätigen kann im Vergleichszeitraum um 6,0 Prozent gesteigert werden und liegt im Jahr 2013 bei 2.030 Erwerbstätigen. Die Steigerung der Erwerbstätigkeit wird im Wesentlichen von den beiden Gewerbezweigen Fotografie und Schmuck, Gold-/Silberschmiedewarenhersteller getragen, da diese zugleich zu den größeren Gruppen in der Handwerksabgrenzung zählen. Weitere kleine Gewerbezweige wie die Gruppe der Dienstleister für die Bühne konnten ebenfalls die Zahl der Erwerbstätigen steigern. Zu den Gewerbezweigen mit negativer Entwicklung zählen die Musikinstrumentenhersteller und die Schilder-/Lichtreklamehersteller.

Das Wachstum der Handwerksunternehmen erreicht ein Plus von 5,6 Prozent im Vergleichszeitraum und liegt im Jahr 2013 bei 926 Unternehmen. Auch hier beruht der Zuwachs vor allem auf dem Gewerbezweig Fotografie. Daneben kann noch die Gruppe der Dienstleister für die Bühne ihre Unternehmenszahlen steigern. Alle anderen Gewerbezweige

müssen jedoch Verluste im Vergleichszeitraum hinnehmen. Das Gesamtwachstum des Handwerks in der Kultur- und Kreativwirtschaft beruht somit nur auf einer kleinen Gruppe

Die wirtschaftliche Lage des Handwerks stellt sich im Unterschied zum Erwerbstätigenmarkt und der Unternehmensentwicklung insgesamt schwieriger dar. So steigt das Gesamtvolumen des Handwerks in der Kultur- und Kreativwirtschaft von 2009 mit 218 Millionen Euro bis 2013 um 1,6 Prozent und erreicht damit ein Volumen von 221 Millionen im Jahr 2013. Dieses minimale Wachstum wird vor allem von den Gewerbezweigen Schmuck, Gold-/ Silberschmiedewarenherstellern, Musikinstrumentenherstellern und Dienstleistern für die Bühne getragen. Da die umsatzstärkeren Gewerbezweige wie die Fotografie und die Schilder-/Lichtreklamehersteller und in ihrem Gefolge auch die Buchbinder zum Teil erhebliche Umsatzeinbußen zu verzeichnen haben, kann kein starkes Gesamtwachstum in wirtschaftlicher Hinsicht erzielt werden. Dies gilt verschärfend für die Gesamtentwicklung, da das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft ein zwischenzeitlich bereits erreichtes Umsatzhoch von 243 Millionen im Jahr 2011 nicht mehr erreichen kann. Im Umsatzvergleich der Jahre 2013 und 2011 muss das Handwerk ein Minus von 8,9 Prozent hinnehmen.

Insgesamt sind Widersprüche in der Entwicklung des Handwerks zu erkennen. Während die Erwerbstätigenentwicklung recht positiv verläuft, stellt sich die Entwicklung des Umsatzes eher problematisch dar. Es scheint daher angezeigt, über weitere Förderstrategien nachzudenken, die von den Handwerkskammern, den Innungen und der Wirtschaftspolitik initiiert werden können.

### 3 Zusammenfassende Bewertung

*Vorbemerkung: Das folgende Kapitel basiert auf der Basis der Handwerksstudie (BMW 2011) und fasst die wesentlichen Aussagen zu den Charakteristika und zu den Fördervorschlägen des Handwerks in der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammen.*

#### 3.1 Besondere Charakteristika der kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerksunternehmen

Folgende Merkmale zeichnen die kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerksunternehmen in besonderer Weise aus.

Die **Arbeitsorganisation** kann, soweit mehrere Mitarbeiter im Unternehmen tätig sind, als Teamarbeit bezeichnet werden. Dabei wird nicht immer mit Hightech-Technologien, sondern häufig mit traditionellen Werkzeugen oder zum Teil historischen Maschinen produziert. Die Fixkostenbildung ist relativ gering, was zusätzliche Flexibilitätspotenziale bietet.

Die **Qualifizierung** der Inhaber ist hoch, in der Regel verfügen sie über eine Meisterprüfung. Besonderheit und Originalität der Produkte wäre ohne eine entsprechend hohe Qualität der Arbeit nicht möglich. Für deren Gewährleistung ist außerdem ein qualifizierter Stamm an Mitarbeitern bzw. Mitarbeiterinnen notwendig, daher hat die Ausbildung von Lehrlingen einen hohen Stellenwert. Gefragt ist in den kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerksunternehmen vor allem der Allrounder, der gerne im Team arbeitet.

Bei kleineren Handwerksunternehmen ist die **Diversifikation** meist weniger ausgeprägt als die Detail- und Qualitätsversessenheit ihres Produkt- und Leistungsprogramms. In der Regel werden Einzelstücke, nur in wenigen Kleinstserien gefertigt, wobei es in einigen Unternehmen primär um die Realisierung individueller Kundenwünsche geht, in anderen Fällen eher darum, eigene Ideen kunsthandwerklich umzusetzen. Der schöpferische Akt – wie er für die Kultur- und Kreativwirtschaft elementar ist – bildet dabei den Ausgangspunkt und ist der Kern jeder kultur- und kreativhandwerklichen Tätigkeit.

Bezüglich der **Abnehmer** dominieren private Kunden. Oft sind es Liebhaber bzw. kaufkräftige Privatpersonen. Größere Aufträge kommen jedoch eher von gewerblichen Kunden oder von der öffentlichen Hand.

Vor dem Hintergrund des hohen Qualitätsanspruchs, der die kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerksunternehmen verbindet, ist es kaum erstaunlich, dass zahlreiche von ihnen für ihre Produkte und Leistungen **Auszeichnungen** erhalten haben.

**Referenzen**, stammen, soweit sie vorliegen, vor allem aus den Bereichen der Restaurierung und Baukultur. Sogar von Kleinstunternehmen werden mitunter beeindruckende Referenzen angeführt.

Für ihre Arbeiten werden die Handwerksunternehmen meist nicht beauftragt, weil sie besonders preisgünstig sind, sondern weil sie wegen ihrer hohen Qualität aus dem Anbieterkreis herausragen, oder auch, weil sie kleine **Marktnischen** besetzen, in denen wenig Konkurrenz vorhanden ist. Aufgrund der spezifischen Fertigungstechnik und der damit einhergehenden Exklusivität der Produkte verfügen einige Unternehmen über Alleinstellungsmerkmale, die eine gesicherte Marktnischenposition garantieren.

Eine gute Wettbewerbsposition geht neben dem exklusiven Produkt- und Leistungsprogramm u.a. auf die **Innovationsorientierung** der Firmen zurück. Dabei geht es häufig darum, einem bereits etablierten Produkt Exklusivität bzw. eine besondere individuelle Note zu verleihen. In wenigen Fällen tragen die Innovationen auch einen radikalen Charakter. Hier muss rechtzeitig ein Pfadwechsel hin zu neuen Produkten vollzogen werden. Zudem stellt auch der Erhalt von Innovationspreisen einen wichtigen Hinweis für die Innovationsfähigkeit der Unternehmen dar.

Der Aktionsradius der Unternehmen beschränkt sich nicht nur auf das Inland. Viele Unternehmen sind auch **international** erfolgreich. Allerdings gibt es auch kultur- und kreativwirtschaftlich tätige Handwerksunternehmen, die sich bewusst auf den deutschen Markt beschränken, insbesondere wenn ein enger Kontakt zum Kunden notwendig ist, der durch regionale Nähe erleichtert werden kann.

Voraussetzung für eine gute Auslastung der Unternehmen sind mannigfaltige Aktivitäten zur Kundengewinnung bzw. ein intensives **Marketing**. Häufig treten die Kunden auf Empfehlung an ein kultur- und kreativwirtschaftlich tätiges Handwerksunternehmen heran. Daneben organisieren einige Unternehmer z. B. selbst Kurse, Seminare oder Workshops oder sind bei größeren Veranstaltungen als Referenten tätig.

Einen besonderen Stellenwert nimmt zudem die Beteiligung an renommierten nationalen, aber auch internationalen **Messen** und **Ausstellungen** ein, dabei stehen Veranstaltungen im Vordergrund, bei denen es in erster Linie um Kunst und/oder Design geht. Anzumerken bleibt jedoch, dass Messen und Ausstellungen nicht für alle Unternehmen eine gleich große Bedeutung haben, teilweise beschränken sich die Aktivitäten auf eine Beteiligung an kleineren und passfähigeren Verkaufsplattformen.

Dem **Internetauftritt** kommt eine immer größere Bedeutung zu, denn er ermöglicht auch kleinsten Unternehmen, ihr Leistungsprogramm weltweit anzubieten. Dabei liegt die Funktion eines Internetauftritts nicht überwiegend in der Erstkundenanbahnung, sondern vielmehr in der weltweiten Präsentation des Leistungsangebotes, was einen internationalen Absatz erheblich erleichtert. Daneben kann das Internet zur Abwicklung des Kundenkontakts dienen.

Das **Beschaffungswesen** hat bei den meisten Unternehmen nur eine untergeordnete Bedeutung, da der Anteil der Vor- und Zulieferungen wegen der hohen eigenen Wertschöpfung relativ gering ausfällt.

Zum Erfolg der Unternehmen tragen **Kooperationspartner** bei. Eine große Bedeutung weist die Zusammenarbeit mit Kollegen aus dem Handwerk auf. Hier steht der fachliche Austausch bzw. der Wissenstransfer im Vordergrund, teilweise aber auch die Möglichkeit, größere Aufträge gemeinsam zu bearbeiten und sich bei Auftragspitzen auszuhelfen. Darüber hinaus wird oft mit Unternehmen aus anderen Gewerken kooperiert, um ein Leistungsangebot aus einer Hand anbieten zu können. Außerhalb des Handwerks ist eine enge Zusammenarbeit mit Künstlern zu erwähnen. Weitere Kooperationspartner sind Architekten, Bauingenieure, Kulturreferenten, Kunsthistoriker, Museen, Kirchen, Sammler und die Landesämter für Denkmalpflege.

Ein engerer **Kontakt zu Forschungseinrichtungen oder Hochschulen** liegt bislang nur bei wenigen Unternehmen vor. Es besteht allerdings häufig der Wunsch, solche Kontakte aufzubauen.

Die Beziehungen zu den **Handwerkskammern** sind in der Regel sehr gut. Bildungsangebote und Veranstaltungen der Kammern oft zur Generierung von Know-how und Innovationen genutzt. Gelegentlich taucht der Wunsch nach einem moderneren Image der Handwerkskammern auf, das auch jüngere Kunden anspreche. Noch stärker scheint dies die Innungen zu betreffen.

### 3.2 Aktivitäten zur Förderung von kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerksunternehmen

Es gibt Anregungen zur **Förderung** des kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerks. Viele Kleinstbetriebe wünschen sich mehr Unterstützung im Bereich Marketing und bei der Teilnahme an Messen. Eine spezielle hochwertige Internetplattform wäre ebenfalls ein

Fortschritt. Häufig kritisiert wird gängige Praxis der Kreditvergabe bei den Banken, die den kreativen Handwerksunternehmen in aller Regel in keiner Weise gerecht wird. Die Handwerksunternehmen benötigen hingegen Anschub- und Überbrückungsfinanzierungen, die sie bei starken Schwankungen des Geschäftsganges unterstützen können.

Da es sich bei den kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerksunternehmen überwiegend um Kleinunternehmen handelt, stellt sich die Frage, welche Unterstützung sie von überbetrieblichen Einrichtungen genießen, so vor allem von Handwerkskammern und Fachverbänden.

Hinsichtlich der Aktivitäten ist zu unterscheiden, ob die Förderung im Rahmen der allgemeinen Aufgaben, die von allen Kammern wahrgenommen werden, wie der Gewerbeförderung oder der Aus- und Fortbildung erfolgt oder ob es sich um spezielle Tätigkeiten handelt, welche die einzelnen Kammern in unterschiedlicher Intensität ausüben.

Im einzelnen können folgende Förderaktivitäten aufgelistet werden:

Bei der Gewerbeförderung steht die kostenlose **Unternehmensberatung** im Mittelpunkt, welche von den Kammerberatern durchgeführt wird. Einige Kammern haben sogar einen speziellen Berater (oder eine Beraterin) für Formgebung und Denkmalpflege eingestellt, der sich den kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerkern im besonderen Maße widmen kann.

Im Bereich der **Aus- und Fortbildung** sind die Handwerkskammern für die Regelung des Ausbildungswesens und die Durchführung der Gesellen- und Meisterprüfungen zuständig. Dazu werden gesonderte Bildungs- oder Berufsbildungszentren unterhalten. Die Gesellen- und Meisterprüfungen stellen ein wichtiges Qualifizierungsinstrument für alle Handwerksunternehmen dar, so auch für diejenigen mit kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten. In den handwerksähnlichen Gewerben ist eine solche Qualifikation jedoch meist nicht möglich. Darüber hinaus bieten die Kammern verschiedenste Qualifizierungsmaßnahmen an. Am wichtigsten davon sind die Fortbildungslehrgänge zum Restaurator im Handwerk, die in 14 Handwerkszweigen durchgeführt werden können, oder zum Gestalter im Handwerk, der grundsätzlich für jeden qualifizierten Handwerker offen steht.

Nicht zu unterschätzen ist die **Informationstätigkeit** der Handwerksorganisationen. In deren Publikationen werden häufig kultur- und kreativwirtschaftlich tätige Handwerksunternehmen ausführlich vorgestellt; zudem findet sich im Internet bei einigen Kammern ein breites Informationsangebot zum Thema „Formgebung und Denkmalpflege“.



Bei den speziellen Tätigkeiten der Handwerksorganisationen spielen die **Auslobung von Preisen und Auszeichnungen** bzw. die Organisation von Wettbewerben eine wichtige Rolle. In den meisten Fällen erfolgt die Auslobung durch eine Handwerksorganisation, häufig auch in Kooperation mit anderen Trägern. Aber auch bei Preisen und Auszeichnungen, die von anderen Institutionen (häufig vom Land oder einer Stiftung) vergeben werden, haben die Handwerksorganisationen eine wichtige Funktion bei der Organisation, dem Bewerbungsverfahren und der Jurierung. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die Handwerkskammern über ihre Organe einen guten Zugang zu ihren Mitgliedsunternehmen haben und diese daher rechtzeitig über die Auslobung von für sie relevanten Preisen und Auszeichnungen informieren können.

Ein weiteres Instrument zur Förderung des kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerks sind die Aktivitäten der Handwerksorganisationen auf **Messen und Ausstellungen** oder auf Märkten. Auf größeren Messen oder Ausstellungen organisieren Handwerksorganisationen Gemeinschaftsstände, an denen sich interessierte Handwerksunternehmen beteiligen können. Dies ist insbesondere bei internationalen Veranstaltungen der Fall.

Daneben werden auf Messen häufig **Sonder- und Leistungsschauen** mit einem kultur- und kreativwirtschaftlichen Schwerpunkt veranstaltet, auf denen sich einzelne Handwerksunternehmen oft mit so genannten lebenden Werkstätten präsentieren. Schauwerkstätten mit kultur- und kreativwirtschaftlichen Themen sind auf den zahlreichen Handwerkermärkten zu erleben. Auf großes Interesse stoßen auch die weitverbreiteten **Kunsthandwerkmärkte**, die häufig mit Beteiligung einer Innung stattfinden.

Innerhalb der Kammergebäude gibt es für die kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerksunternehmen verschiedene Möglichkeiten, sich zu präsentieren. In vielen Kammern sind Ausstellungsräume oder eine Galerie vorhanden, in denen **Dauerausstellungen oder Wechselausstellungen** mit einem thematisch breiten Angebot präsentiert werden. Hier spielen die Themen „Kunsthandwerk und Design“, „Restaurierung und Sanierung“ und auch „Architektur und Denkmalpflege“ eine besondere Rolle.

Eine wichtige Funktion der Handwerkskammern besteht des Weiteren darin, die kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten der Unternehmen zu **dokumentieren**. Dies geschieht über Bibliotheken, Archive, Bildarchive und verschiedene Sammlungen. Diese Tätigkeiten werden jedoch von den Handwerkskammern in sehr unterschiedlichem Ausmaß wahrgenommen.

Zur Förderung des kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerks werden von den Handwerksorganisationen häufig **Kooperationen** eingegangen oder sie beteiligen sich an Netzwerken. Partner sind zum einen Forschungsinstitute oder Hochschulen, die beispielsweise eine Bedeutung im Designbereich oder im Kunsthandwerk / Angewandte

Kunst aufweisen. Wichtig sind ebenfalls **kunsthandwerkliche Museen**, die über zeitgenössische Werke verfügen bzw. sie ankaufen, und Bibliotheken oder Bibliotheksverbände. Auch über die Kooperation mit Archiven können wertvolle Informationen für die Handwerksunternehmen gewonnen werden.

Ausstellungskooperationen und abgestimmte Aktivitäten mit den einschlägigen Museen und Galerien vor Ort erhöhen die Aufmerksamkeit des regionalen und überregionalen Publikums. Dadurch lässt sich vor allem im Bereich Kunsthandwerk / Angewandte Kunst der Absatz von Artefakten erhöhen und neue Kunden gewinnen.

Insgesamt wird deutlich, dass das Engagement der Handwerksorganisationen ausgesprochen vielfältig ist und daher für die kultur- und kreativwirtschaftlich tätigen Handwerksunternehmen eine große Hilfe darstellen dürfte.

## 4 Anhang

### 4.1 Datenquellen und Literatur

BMWI (2011). Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Endbericht, im Auftrag des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie bearbeitet vom Volkswirtschaftlichen Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen e.V. (IfH Göttingen) (Dr. Klaus Müller, Sebastian Markworth) und dem Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF) Köln (Michael Söndermann), Göttingen und Köln

Bundesagentur für Arbeit (2014). Beschäftigtenstatistik, Nürnberg

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014). Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2012

IfH Göttingen. Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen e.V. siehe BMWI (2011) - Schätzmodell

Landesamt für Statistik Niedersachsen (2014). Umsatzsteuerstatistik, Hannover

Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (2015). Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Niedersachsen 2014, Langfassung

Statistisches Bundesamt (2015). Handwerkszählung 2012, Wiesbaden