



Umfrage: Die Medien- und Kreativwirtschaft in Hamburg blickt positiv auf den Standort

- [Ergebnisse in Kürze](#)

- [Kernaussagen](#)

Zum Jahreswechsel 2018/2019 wurden 274 Unternehmen der Medien- und Kreativwirtschaft zu ihrer konjunkturellen Lage befragt. Die Umfrage wurde von der Handelskammer Hamburg durchgeführt und durch zahlreicher Branchenverbände und Institutionen unterstützt:

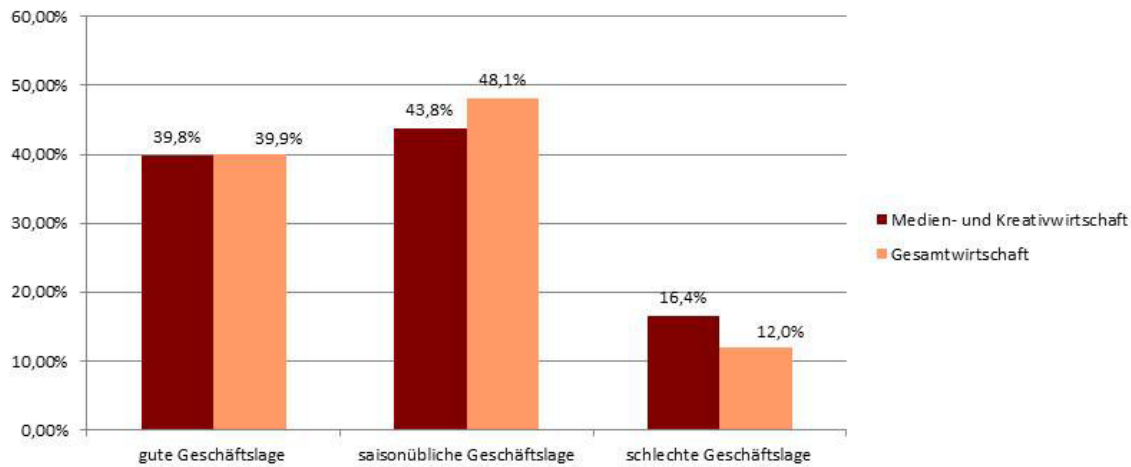
- Hamburg Kreativ Gesellschaft
- Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft
- nextMedia.Hamburg
- Gamecity:Hamburg
- designxport
- Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein
- Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein
- Rockcity Hamburg
- Verband Deutscher Zeitschriftenverleger

Neben der Auswertung der Daten der gesamten Medien- und Kreativwirtschaft, war es durch die relativ hohe Anzahl an Antworten ebenfalls möglich, die Daten der Film-, Musik-, Werbe- und Rundfunkwirtschaft gesondert auszuwerten.

Ergebnisse in Kürze

Die Unternehmen der Medien- und Kreativwirtschaft finden den Standort Hamburg attraktiv und blicken insgesamt positiv auf ihre wirtschaftliche Lage. Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft hat die Medien- und Kreativwirtschaft aktuell deutlich geringere Fachkräftesorgen. Bedarf besteht vor allem im Bereich technisch-kreativer Spezialist/-innen. Als große Herausforderung in der sich digitalisierenden Welt gilt die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle.

WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE LAGE IHRES UNTERNEHMENS? 1/2



Konjunkturumfrage 2018/2019 © Handelskammer Hamburg

1

Kernaussagen

- Die Medien- und Kreativwirtschaft folgt der Gesamtwirtschaft in der Einschätzung einer positiven bis sehr positiven Geschäftslage und blickt ebenfalls positiv in die Zukunft. Die Musikwirtschaft sieht die Geschäftslage überdurchschnittlich positiv.
- Gut 70 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass sich ihr Personalbedarf nicht verändern werde. Im Saldo soll jedoch tendenziell eher eingestellt werden. Dabei liegt der Fokus auf Fachkräften im Bereich Kreativberufe und technische Berufe.
- In der Medienwirtschaft suchen aktuell 35 Prozent der Unternehmen nach Personal. Im Vergleich dazu gaben im 3. Quartal 2018 79 Prozent der Unternehmen der Hamburger Gesamtwirtschaft an, nach Personal zu suchen. Die Hälfte der Medien- und Kreativunternehmen, die Personal suchen, gab an, Schwierigkeiten zu haben, geeignetes Personal zu finden.
- Das größte Geschäftsrisiko sehen die Unternehmen der Medien- und Kreativbranche in der Inlandsnachfrage (55,7 Prozent). Dahinter rangieren die Arbeitskosten (31,1 Prozent) sowie die digitale Infrastruktur (28,9 Prozent). Rechnet man die Werte der Angaben für „verfügbarer Wohnraum“ und „verfügbarer Geschäftsraum“ zusammen, erreicht dieses Geschäftsrisiko ebenfalls knapp 29,4 Prozent. Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft ergeben sich insbesondere beim Fachkräftemangel große Unterschiede in der Einschätzung von fast 40 Prozentpunkten.
- Bezogen auf die digitale Transformation ist die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle die größte Herausforderung für die Medien- und Kreativwirtschaft.
- Rund 78 Prozent der Medien- und Kreativunternehmen finden den Standort Hamburg attraktiv (37,5 Prozent) bis sehr attraktiv (39,6 Prozent).