

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Europäer sind kreativ

- **70 Prozent aller Deutschen beschreiben sich als kreativ; Frankreich: 65 Prozent, Großbritannien: 72 Prozent**
- **Medieninhalte inspirieren Nutzer bei eigenen kreativen Aktivitäten**
- **Kreativwirtschaft in europäischen Kernländern generiert 128 Mrd. Euro Bruttowertschöpfung und beschäftigt 3,3 Mio. Menschen**

Gütersloh/London, 23. September 2014 – Die Menschen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien halten sich mehrheitlich für kreativ. Nach einer aktuellen Umfrage von TNS Emnid im Auftrag des internationalen Medienunternehmens Bertelsmann beschreiben sich 65 Prozent aller Franzosen, 70 Prozent aller Deutschen und 72 Prozent aller Briten als kreative Personen. Zu den beliebtesten kreativen Tätigkeiten zählen unter anderem künstlerische Aktivitäten wie Malen, Singen oder Musizieren. Jeder vierte Befragte nutzt das Internet bzw. Social Media für kreative Beschäftigungen wie das Verfassen eigener Texte. Auf Papier erstellt dagegen nur jeder Fünfte eigene Inhalte. Bei ihren kreativen Aktivitäten lassen sich die Menschen von Medieninhalten und -produkten wie TV-Programmen, Büchern, Zeitungen, Magazinen, Musik und Spielen inspirieren. Dies sind Ergebnisse einer Studie des britischen Trendforschungsinstituts Enders Analysis über Europas kreative Zentren, die Bertelsmann heute in London vorstellte.

Die Studie führt erstmals auch die wirtschaftliche Relevanz der drei größten europäischen Kreativ-Nationen – Deutschland, Frankreich und Großbritannien – auf: So erwirtschaften die rund 392.000 Unternehmen aus dieser Branche in den genannten Ländern eine Bruttowertschöpfung von jährlich etwa 128 Mrd. Euro und beschäftigt 3,3 Millionen Menschen. Die Branche trägt damit maßgeblich zu Wertschöpfung, Beschäftigung und gesellschaftlicher Teilhabe in Europa bei.

Thomas Rabe, Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann: „Europa ist ein kreatives Zentrum der Welt: Die Inhalte der Kreativwirtschaft informieren, inspirieren und unterhalten jeden Tag Millionen Menschen und fördern den kulturellen Reichtum Europas. Gleichzeitig sind starke Kreativ-Unternehmen Triebfeder und Stütze für die europäische Wirtschaft. Als größtes Medienhaus Europas macht sich Bertelsmann dafür stark, dass es sich für kreative Menschen auch im digitalen Zeitalter lohnt, neue Inhalte und Ideen zu entwickeln. Hierfür ist ein modernes Urheberrecht erforderlich.“

Wie die Studie zeigt, ist Deutschland – gemessen an der wirtschaftlichen Größe – der führende Kreativstandort in Europa (49 Mrd. € Bruttowertschöpfung in 2011), gefolgt von Großbritannien (44 Mrd. €) und Frankreich (35 Mrd. €). Hier gibt es mit 1,2 Mio. die meisten Arbeitsplätze in der Kreativbranche, etwas mehr als in Deutschland (1,1 Mio.) und Großbritannien (1,0 Mio.).

Bei der Nutzung einzelner Medien spiegelt die Studie Unterschiede zwischen den verglichenen Ländern ebenso wie zwischen verschiedenen Altersgruppen: So lesen beispielsweise knapp zwei Drittel aller befragten Deutschen wöchentlich Magazine – in Frankreich sind es dagegen 45 Prozent, in Großbritannien 40 Prozent. Hier nimmt dafür jeder zweite Befragte (52 Prozent) mindestens einmal pro Woche ein Buch zur Hand, in Deutschland (47 Prozent) sind dies etwas und in Frankreich (36 Prozent) deutlich weniger. Das Interesse an Zeitschriften ist in der Altersgruppe der 40-65-Jährigen – einer besonders finanzstarken Zielgruppe – am stärksten ausgeprägt. Jüngere Mediennutzer bevorzugen dagegen das Anschauen von Videos. Über alle Altersklassen und Nationalitäten hinweg hat neben dem Fernseh- der Musikkonsum den größten universellen Zuspruch.

Für die Studie befragte TNS Emnid im Auftrag von Bertelsmann im Juli 2014 insgesamt 3.016 Personen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien zu ihren Ansichten über die Kreativwirtschaft sowie ihren persönlichen Medienkonsum.

Die vollständige Studie finden Sie hier:

<http://www.bertelsmann.de/media/news-und-media/downloads/europe-s-creative-hubs-london-2014.pdf>

Über Bertelsmann

Bertelsmann ist ein internationales Medienunternehmen, das mit den Kerngeschäften Fernsehen (RTL Group), Buch (Penguin Random House), Zeitschriften (Gruner + Jahr), Dienstleistungen (Arvato) und Druck (Be Printers) in rund 50 Ländern der Welt aktiv ist. Mit mehr als 111.000 Mitarbeitern erzielte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2013 einen Umsatz von 16,4 Mrd. Euro. Bertelsmann steht dabei für Kreativität und Unternehmergeist. Diese Kombination ermöglicht die Schaffung erstklassiger Medien- und Kommunikationsangebote, die Menschen auf der ganzen Welt begeistern und Kunden innovative Lösungen bieten.

Für Rückfragen:

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Andreas Grafemeyer

Leiter Medien- und Wirtschaftsinformation

Tel.: 0 52 41 – 80 24 66

andreas.grafemeyer@bertelsmann.de