



# IST OWL KREATIV?

**Umfrageergebnisse zur Lage der  
Kultur- und Kreativwirtschaft  
in Ostwestfalen-Lippe 2023**



# Inhalt

2	Gründe für eine Standortumfrage
5	Methoden- und Strukturbeschreibung
8	Besonderheiten der Umfrage
10	Standortbewertung
15	Herausforderungen
19	Umfrageergebnisse in Diagrammen
24	Fazit und Schlussbetrachtung
26	Netzwerke in OWL und überregional
29	Ansprechpartner:innen
29	Impressum

# Gründe für eine Standort- umfrage innerhalb der Kultur- und Kreativwirt- schaft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft spielt eine wichtige Rolle für die Entwicklung und Vitalität ländlicher und urbaner Räume. Hier sind einige Gründe, warum:

## Kulturelle Bereicherung

Kultur- und Kreativschaffende tragen zur kulturellen Vielfalt und Identität einer Region bei. Sie können lokale Traditionen bewahren, neue kulturelle Strömungen einführen und die Gemeinschaft stärken, indem sie Orte der Begegnung und der Inspiration schaffen.

## Tourismusförderung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann ein Magnet für den Tourismus sein. Künstlerische Veranstaltungen, Galerien, Handwerksmärkte und Kulturstätten ziehen Gäste an, die Geld in der Region ausgeben. Dies fördert den Tourismussektor und unterstützt lokale Unternehmen wie Hotels, Restaurants und Einzelhandel.

## Wirtschaftliche Vielfalt

Die Kultur- und Kreativwirtschaft trägt zur wirtschaftlichen Diversifizierung bei. Sie schafft Einkommensmöglichkeiten jenseits traditioneller Sektoren und verringert so die Abhängigkeit von einzelnen Wirtschaftszweigen. Sie ist Impuls- und Ideengeberin für Innovationen sowie neue Geschäfts- und Produktionsprozesse in anderen Branchen.

## Stärkung der Gemeinschaft

Kulturelle Aktivitäten und kreative Projekte fördern die Zusammenarbeit und das Gemeinschaftsgefühl. Sie bieten Gelegenheiten für Menschen, sich zu engagieren, Ideen auszutauschen und soziale Bindungen zu knüpfen, was zur Stärkung der Gemeinschaft beiträgt.

## Revitalisierung

Kulturschaffende und Kreativunternehmen ziehen oft in untergenutzte Areale oder Gebäude, was zur Revitalisierung dieser Gebiete beitragen kann. Dies führt zu einer Steigerung der Attraktivität der Region und einzelner Quartiere.

## Bildung und Innovation

Die Kultur- und Kreativwirtschaft fördert Innovationen und Kreativität. Sie kann Bildungsinitiativen unterstützen und die Entwicklung neuer Fähigkeiten und Talente fördern, was wiederum zu einer besseren Qualifizierung der lokalen Beschäftigten führt.

Aber wie ist es in den Regionen außerhalb der vermeintlich kreativen Hotspots wie beispielsweise Köln und Düsseldorf um die Kreativwirtschaft bestellt? Unter welchen Bedingungen leben und arbeiten Kreative hier und welche Bedarfe formulieren sie aus ihrem jeweiligen Handlungsfeld heraus?

Im Jahr 2017 hat sich das Projektkonsortium aus der IHK Lippe zu Detmold, der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld und dem OWL Kulturbüro der OstWestfalenLippe GmbH erstmals zusammengefunden, um gemeinsam eine Standortumfrage in der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Ostwestfalen-Lippe (OWL) durchzuführen. Nach über sechs Jahren und einer Pandemie, die alle gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche verändert hat, war es an der Zeit für eine Neuauflage.

Die Befragung wurde durch die Bielefelder rc - research & consulting GmbH durchgeführt. Aus dem Netzwerk der IHKs und dem OWL Kulturbüro wurden Unternehmen, Einzelkreative und Multiplikator:innen eingeladen, sich an der Online-Umfrage zu beteiligen.

Ziel der Umfrage war es, ein systematisches Feedback der Unternehmer:innen zu den Rahmenbedingungen ihres wirtschaftlichen Handelns in der Region zu erhalten. Die Initiatoren der Umfrage sind überzeugt und mit der aktuellen Befragung bestärkt, dass in der Region großes kreatives Potenzial steckt, das noch stärker in Wert gesetzt werden muss. Die Umfrage ist ein guter Ausgangspunkt, um an der Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft in OWL weiterzuarbeiten.

# Methoden- und Struktur- beschreibung

### Aufbau des Fragebogens

Über einen digitalen Fragebogen, der an die IHK-Mitgliedsunternehmen sowie an Freiberufler:innen und Soloselbstständige gesendet wurde, wurden folgende Themenbereiche abgefragt:

- Stärken und Schwächen des Standorts allgemein
- Wirtschaftsfreundlichkeit des Standorts
- Standortbewertung in Hinblick auf Infrastruktur, Fachkräftesituation sowie Angebote & Rahmenbedingungen
- Betriebliche Herausforderungen
- Weitere relevante Themen der Unternehmen, wie z. B. Fördermittelakquise, Steuern & Versicherung, Öffentlichkeitsarbeit und fachlicher Austausch

Die Befragten konnten sich selbst einer der Teilbranchen zuordnen. Diese Verfahrensweise ermöglicht neben der regionsspezifischen Auswertung auch eine branchenspezifische Betrachtung.<sup>1</sup>

In allen Bereichen wurde nach der Wichtigkeit des Themas sowie der Zufriedenheit mit dem Thema gefragt. In der Auswertung der Ergebnisse kann nun analysiert werden, welche Themen innerhalb der befragten Gruppe als gleichzeitig besonders wichtig und z. B. besonders unzufriedenstellend bewertet wurden. So lassen sich Standortstärken und -defizite gut erkennen und zugleich mit den spezifischen Bedarfen der Zielgruppe verbinden.

<sup>1</sup> Im Verlauf dieses Textes werden wir aufgrund der Übersichtlichkeit hauptsächlich mit den regionsspezifischen Auswertungen arbeiten. Die branchenspezifischen Unterschiede in der Beantwortung der Fragestellungen sind für die weitere Arbeit der Projektpartner sehr aufschlussreich und werden zukünftig weiterhin berücksichtigt.

Zum Ende des Fragebogens wurde um abschließende Einschätzungen zu den Themen Weiterempfehlung, Expansion, Geschäftslage und den Folgen der Pandemie gebeten. Des Weiteren interessierten uns die Faktoren der Umsatzgenerierung der Unternehmen, das Angebot der Ausbildungsplätze und demografische Fakten wie Unternehmensgröße und -alter.

### Regionale Verteilung der Unternehmen

Um die regionale Verteilung der Betriebe im Datensatz einordnen zu können, wurde nach Kreisen ausgewertet.

Stadt Bielefeld	Kreis Lippe	Kreis Paderborn	Kreis Herford	Kreis Minden-Lübbecke	Kreis Gütersloh	Kreis Höxter
27,4 %	19,1 %	14,4 %	12,8 %	11,2 %	11 %	4,2 %

Abb. 1: Regionale Verteilung  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

# Besonderheiten der Umfrage

769 Kreative (2017: 661) haben sich aus ganz OWL an der Umfrage beteiligt. Davon wurden 383 (2017: 350) Fragebögen vollständig ausgefüllt und in der Auswertung berücksichtigt. Gegenüber einer Darstellung aus den amtlichen Statistiken zeigt der Datensatz aus OWL auch in 2023 deutliche Unterschiede.

Die amtliche Umsatzstatistik berücksichtigt Betriebe, die steuerpflichtig sind. Damit fallen solche Unternehmen heraus, deren Umsatz unter der Grenze von 17.500 Euro für die Umsatzsteuerpflicht liegen und solche Betriebe, die nicht steuerpflichtig sind. Das sind vor allem öffentliche Kulturbetriebe. In der amtlichen Statistik erfolgt die Zuordnung durch eine Codierung in den Finanzämtern. In unserem Datensatz konnten die Unternehmen ihre Zuordnung zur KKW selbst benennen. Aufgrund dieser Besonderheiten und vor dem Hintergrund der Grundgesamtheit kann für die Befragung keine Repräsentativität beansprucht werden. Trotzdem können richtungweisende Schritte für die weitere Unterstützung der KKW in der Region abgeleitet werden.

## Branchenverteilung

Die im Datensatz am häufigsten vertretenen Branchen sind Musik, Kunst, Design und Werbung. Die Verteilung zeigt gegenüber dem Bundesdurchschnitt einige Besonderheiten. Nur rund 7,8 % der Befragten fühlten sich keiner der im Fragebogen vorgegebenen Teilbranchen der KKW zugehörig und gaben unter „Sonstiges“ das eigene Tätigkeitsfeld an.

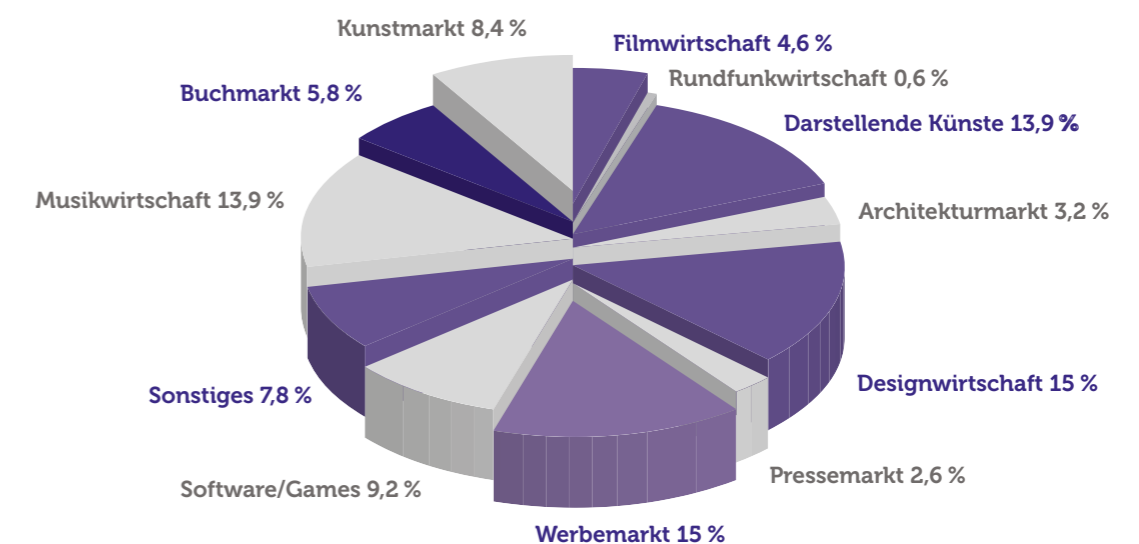


Abb. 2; „In welchem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ist Ihr Unternehmen tätig?“  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

# Standort- bewertung

75,6 % der Befragten bewerten ihren Betriebsstandort in der Region OWL als gut oder sehr gut. Besonders gute Standortbewertungen werden in den Kreisen Gütersloh (83%) und Lippe (81,7%) erzielt. In der Ausdifferenzierung nach Branchen zeigen sich die besten Standortbewertungen vor allem bei den im Werbemarkt tätigen Antwortenden (92,3%), wohingegen Befragte aus den darstellenden Künsten deutlich kritischer bewerten (61,7%). Immerhin jedes fünfte antwortende Unternehmen bewertet den eigenen Betriebsstandort als „eher schlecht“, wohingegen nur wenige „sehr schlechte“ Einschätzungen erfolgen.

Etwa drei von fünf Befragten würden ihren Standort anderen Unternehmen aus dem Branchensektor weiterempfehlen. Am höchsten ist die Weiterempfehlungsbereitschaft bei Unternehmen der Werbewirtschaft (74%) und der Designwirtschaft (71%).

*Die Nähe zu Kundinnen und Kunden sticht insbesondere bei der Branche „Werbemarkt“ als Stärke hervor.*

## Standortstärken

Mit dem eigenen Betriebsstandort werden als Stärken insbesondere die Bedeutung als Wohnort und Heimat sowie eine hohe Lebensqualität assoziiert. Eine lebendige Kunst- und Kulturszene wird hingegen nur von einem Drittel der Befragten als besondere Standortqualität gesehen. Besonders selten assoziierte Stärken sind die Nähe zu Zulieferern (6,8%).

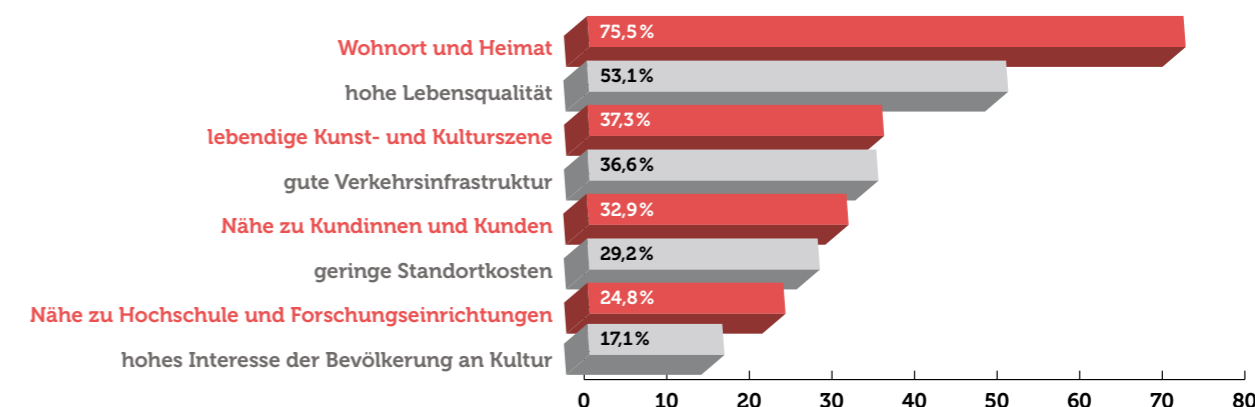


Abb. 3: „Welche Stärken verbinden Sie mit Ihrem Standort für Ihren Betrieb?“, Mehrfachnennungen; Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

### Standortschwächen

Mangelnde kommunale Unterstützung und vorhandene Bürokratiestrukturen werden als primäre Standortschwächen identifiziert (42,9%), ebenso der bestehende Fachkräftemangel (30,7%). Für knapp ein Drittel der Antworten ist die mangelnde Breitbandversorgung eine deutliche Schwäche. In 2017 waren noch 41% mit der Breitbandversorgung weniger zufrieden oder unzufrieden.

### Standortbewertung nach Wichtigkeit und Zufriedenheit

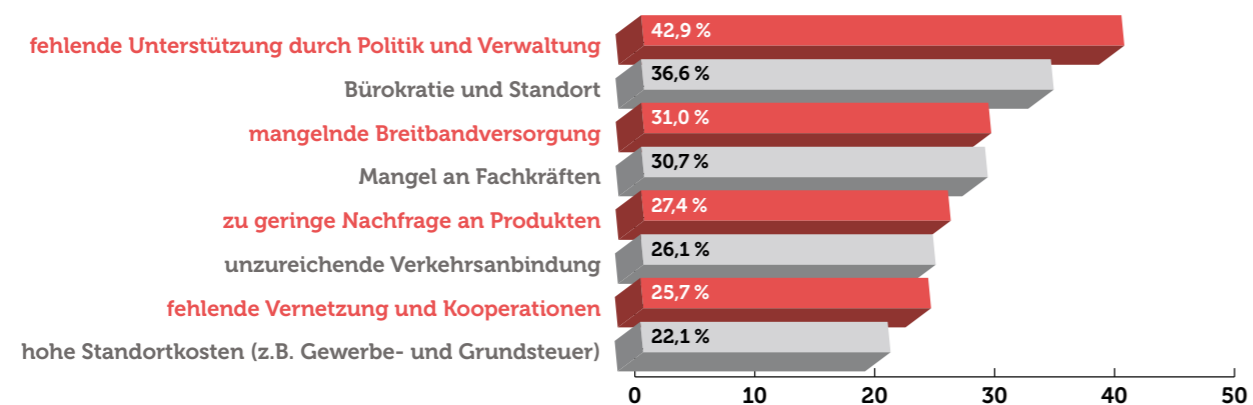


Abb. 4: „Welche Schwächen verbinden Sie mit Ihrem Standort für Ihren Betrieb?“; Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

### Wirtschaftsfreundlichkeit

Mehrheitlich stehen die Befragten der Berücksichtigung ihrer Interessen durch Kommunalpolitik und kommunale Verwaltung kritisch gegenüber. 55% geben jeweils an, dass die Kommunalpolitik wie auch die kommunale Verwaltung vor Ort die Interessen der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht berücksichtigt. Jedoch geben 75% an, dass die Bevölkerung der Kultur- und Kreativwirtschaft gegenüber positiv eingestellt sei. 63% würden den eigenen Standort anderen Betrieben der KKW bei Ansiedlungsüberlegungen empfehlen. Bei den Expansionsüberlegungen sind die Unternehmen sich unschlüssig. 48% würden in den Ausbau des Betriebs wahrscheinlich oder sicher investieren sofern in den nächsten fünf Jahren eine Expansion geplant sei. 31% planen keine Expansion. Zwei Drittel der Unternehmen aus dem Werbemarkt stehen einer betrieblichen Erweiterung positiv gegenüber.

### Standortbewertung nach Wichtigkeit und Zufriedenheit

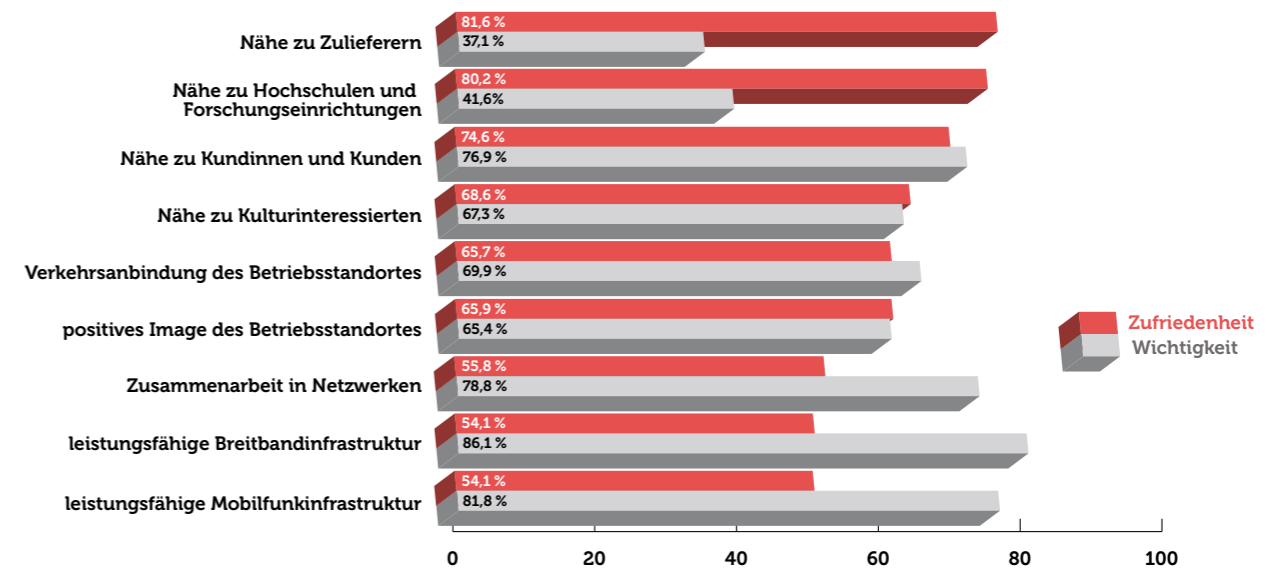


Abb. 5: „Bitte beurteilen Sie nachfolgend zuerst die Wichtigkeit des Merkmals für Ihren Betrieb und anschließend Ihre Zufriedenheit mit der aktuellen Situation an Ihrem Standort“; Angaben in Prozent, Top 2 Anteile, Mehrfachnennungen;  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

Optimierungsbedarf besteht hinsichtlich einer leistungsfähigen Breitband- und Mobilfunkinfrastruktur.



Standortbewertungen: Angebote und Rahmenbedingungen

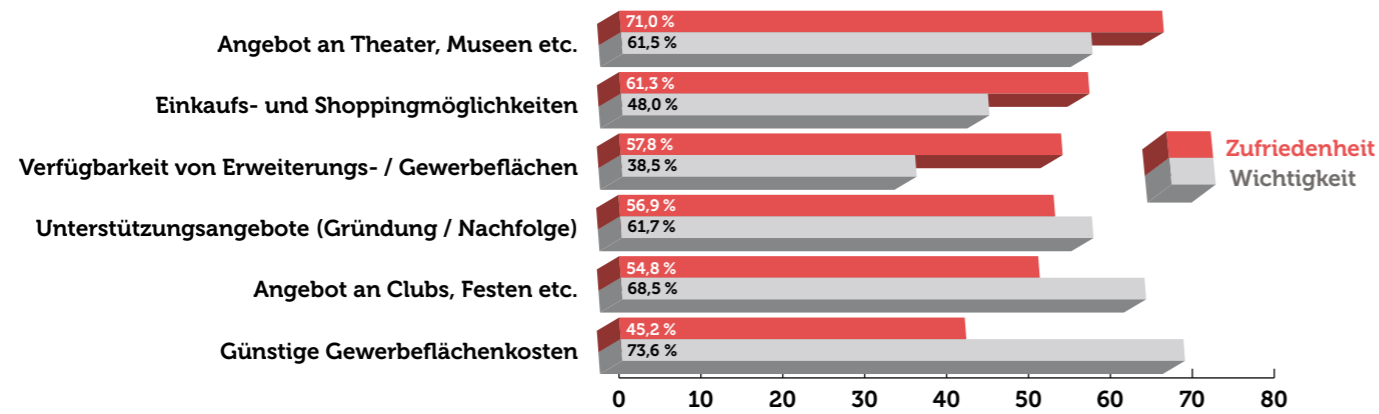


Abb. 6: „Bitte beurteilen Sie nachfolgend zuerst die Wichtigkeit des Merkmals für Ihren Betrieb und anschließend Ihre Zufriedenheit mit der aktuellen Situation an Ihrem Standort?“, Angabe in Prozent, Angabe Top 2-Anteile, Mehrfachnennungen;  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft spielen Angebote in Form von Standortfaktoren und Rahmenbedingungen eine entscheidende Rolle, um auch das nachhaltige Wachstum der Branchen zu unterstützen. Wichtige Rahmenbedingungen sind günstige Gewerbeflächenkosten (Miete, Steuern etc.) und die Nähe zu den Kund:innen, womit mehr als drei Viertel der Unternehmer:innen zufrieden sind. Mit den Gewerbeflächenkosten sind „nur“ 45% zufrieden. Knapp 74% sehen hier einen wichtigen Standortfaktor.

43% der Befragten sind mit den Unterstützungsangeboten im Bereich der Gründung und Nachfolge weniger zufrieden oder unzufrieden. An dieser Stelle sei auf die Vielzahl der Netzwerke in OWL hingewiesen, die unterschiedliche Angebote bereithalten. Am Ende dieses Berichtsbandes sind die Netzwerke aufgeführt.

# Herausforderungen

### Herausforderungen in den Unternehmen

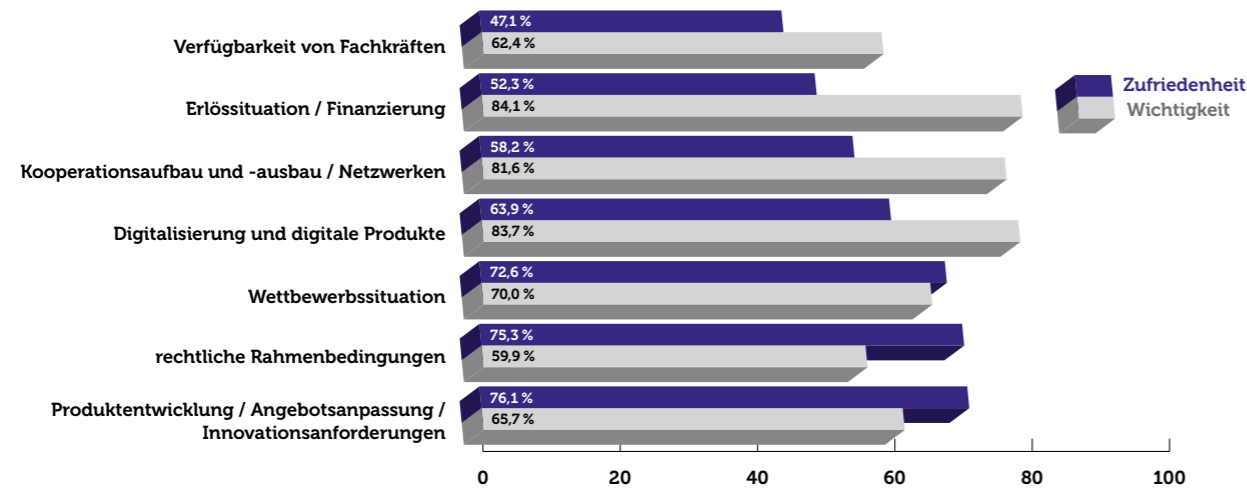


Abb. 7: „Bitte beurteilen Sie nachfolgend zuerst die Wichtigkeit der Herausforderung für Ihren Betrieb und anschließend Ihre Zufriedenheit mit der aktuellen Situation bei Ihnen im Betrieb?“, Angaben in Prozent, Angabe Top 2-Anteile, Mehrfachnennungen; Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

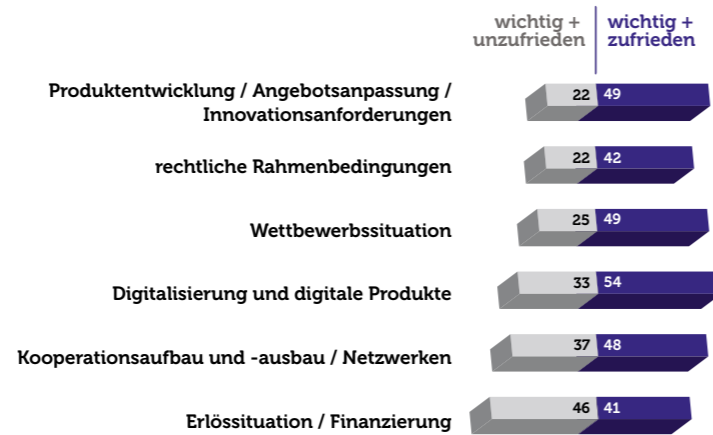


Abb. 8: Kombinierte Auswertung von Wichtigkeit und Zufriedenheit  
Graue Daten: Faktoren wurden mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“ beurteilt und gleichzeitig mit „weniger zufrieden“ oder „unzufrieden“. Blaue Daten: Faktoren wurden mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“ beurteilt und gleichzeitig mit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“.  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

Erlössituation und Finanzierung sind von sehr hoher Relevanz, werden aber nur durch eine knappe Mehrheit als zufriedenstellend empfunden.

Ein Drittel der Befragten nennt als weitere Herausforderung die mangelnde Unterstützung durch Politik und Ämter.

### Weitere Herausforderungen - offene Mehrfachnennungen

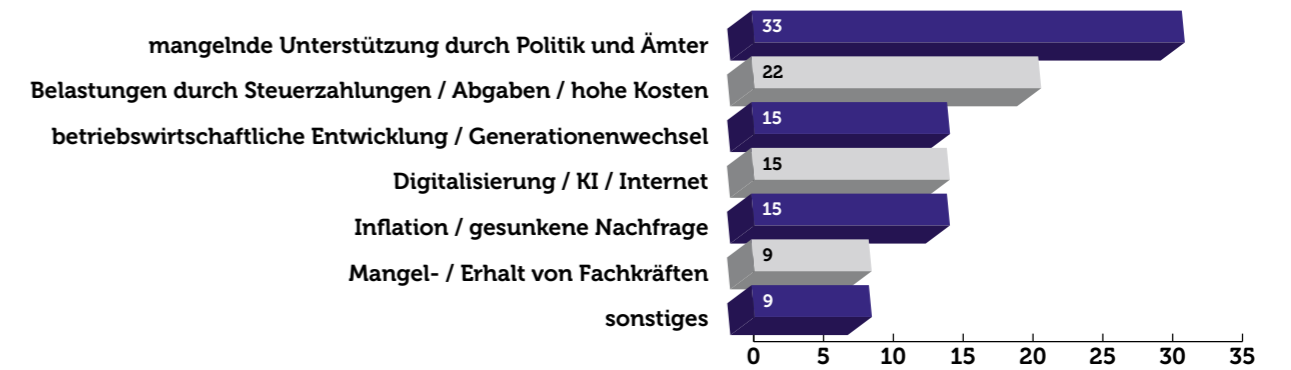


Abb. 9: „Gibt es weitere Herausforderungen für Ihren Betrieb, mit denen Sie sich konfrontiert sehen?“, Mehrfachnennungen; Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

### ... weitere offene Nennungen

- „Künstliche Intelligenz wird meinen Berufszweig in der jetzigen Form in ein, zwei Jahren nahezu verschwinden lassen. [...]“
- „Fördergelder für Projekte und Produktionen zu akquirieren gestaltet sich sehr schwer und wird zunehmend schwerer.“
- „Steuern, Krankenkassen- und Sozialabgaben sind für Kleinbetriebe unerträglich hoch.“
- „Kooperationen mit städtischen Institutionen gestaltet sich teilweise sehr zäh. [...]“
- „Halten und Gewinnen von Hilfskräften bei drastischer Erhöhung der Entgelte in anderen Branchen und im öffentlichen Dienst.“
- „Inflation und der Umstand, dass Endverbraucher nun zunehmend weniger Geld ausgeben.“
- „Fehlende nachhaltige Finanzierung der Kunst- und Kreativwirtschaft in Bielefeld.“
- „[...] Viele haben die Branche verlassen. Personalbedarf bei Fachkräften und Aushilfen ist hoch, Unsicherheit von Verbrauchern führt zu zögerlicher Nachfrage.“

# Umfrage- ergebnisse in Diagrammen

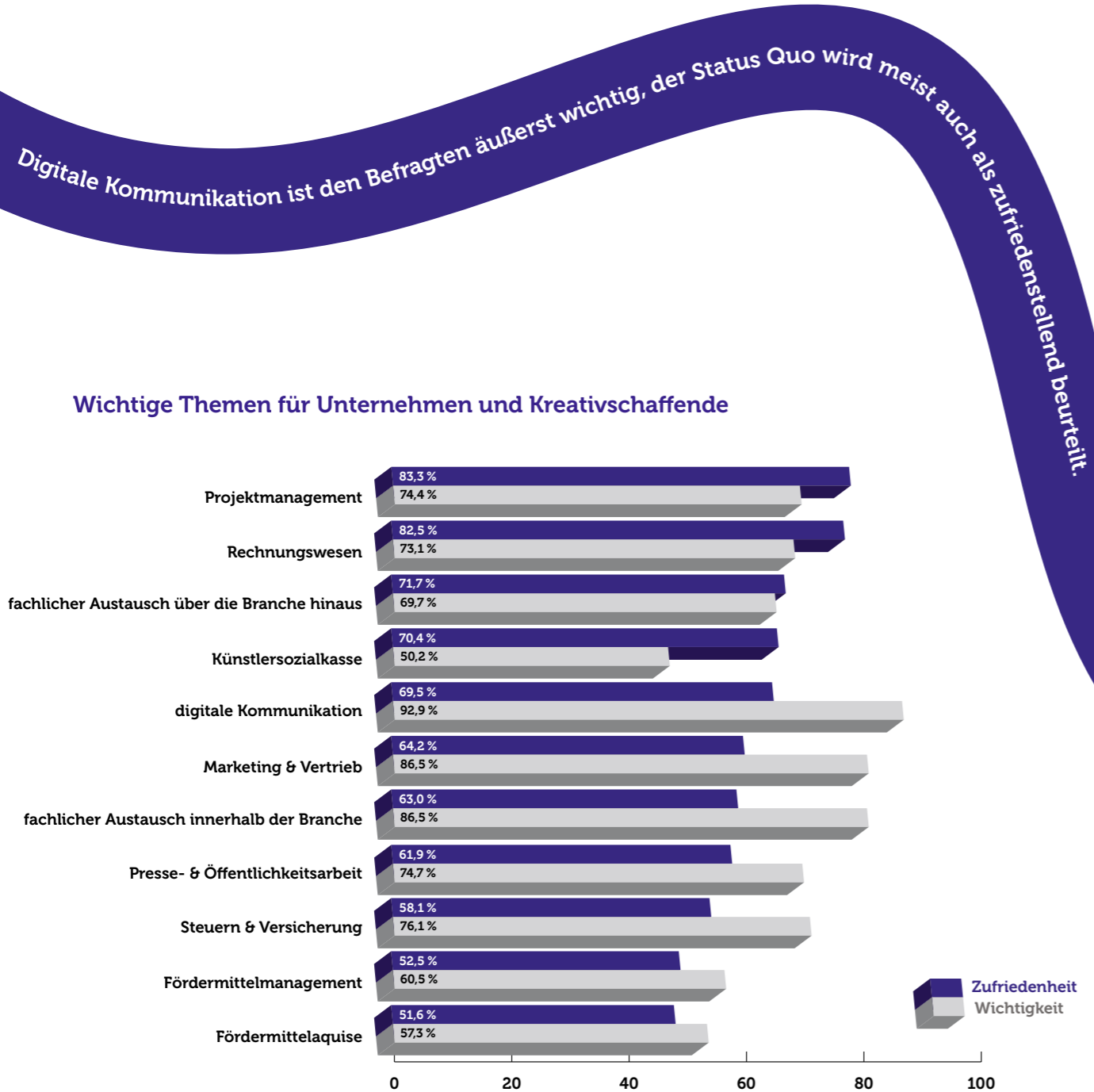


Abb. 10: „Wie wichtig sind folgende Themen für Ihre Arbeit und wie zufrieden sind Sie mit der aktuellen Situation bei Ihnen im Betrieb?“; Angaben in Prozent, Top 2 Angaben, Mehrfachnennungen; Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

### Merkmale der Branchen in OWL

Fast zwei Drittel der Unternehmen betreiben ihre Tätigkeit im Haupterwerb. Lediglich bei der Einzelbranche Musikwirtschaft ist die Verteilung umgekehrt. Hier sind 64,4% im Nebenerwerb unternehmerisch tätig. Rund 42% der Unternehmen wurden dabei seit 2011 gegründet, weitere 41% zwischen 1911 und 2010. Drei Unternehmen aus der Stadt Bielefeld sind zudem zwischen 1860 und 1900 gegründet worden.

### Umsatzgrößenklassen

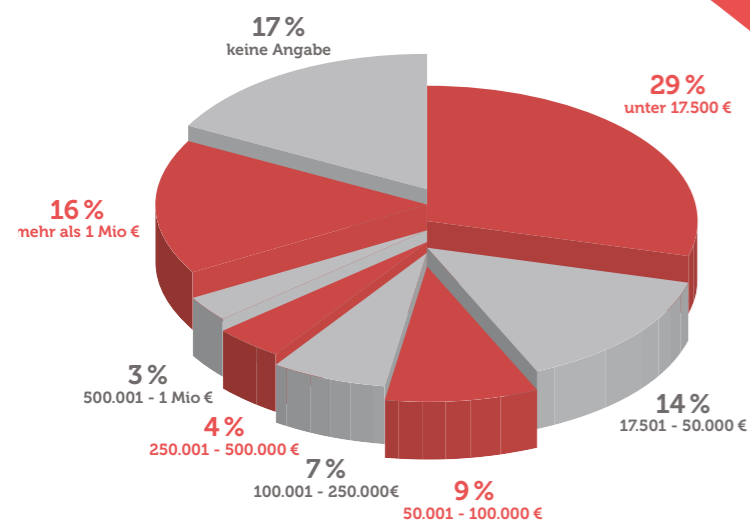


Abb. 11: Umsatzgrößenklassen  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

Die Nebenerwerbstätigkeiten bei so vielen Unternehmen dieser Branchenklassen spiegeln sich auch in der Zuordnung der Umsatzgrößenklassen wider, denn 44% der Unternehmen haben einen Umsatz von bis zu 50.000 Euro. Ein Großteil des Kunstmarktes und der Musikwirtschaft ist schwerpunktmäßig sogar unterhalb der Umsatzgrößenklasse von 17.500 Euro tätig.

### Umsatz und Kundenbeschreibung

Auf die Frage, mit wem der Umsatz überwiegend erzielt wird, zeigt sich, dass in unserem Datensatz 54% gewerbliche Auftraggebende, 32% private und 14% öffentliche Auftraggebende sind – und zwar zumeist aus der Region, 34% aus dem Bundesgebiet und acht Prozent aus dem internationalen Ausland. Diese Angaben sind fast deckungsgleich zu 2017.

### Beschäftigung und Ausbildung

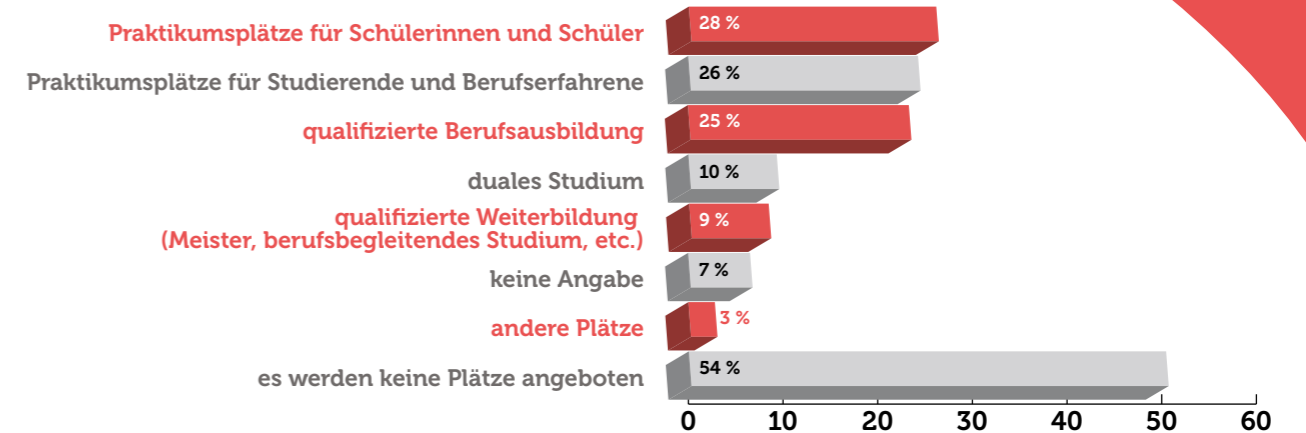


Abb. 12: „Welche Formen von Ausbildungs-, Orientierungs- und Qualifizierungsplätzen bieten Sie an?"; Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen;  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

Jeweils mehr als ein Viertel der antwortenden Unternehmen bieten Praktikumsplätze für Schülerinnen und Schüler sowie für Studierende an. 25% bilden in kreativen Ausbildungsberufen des klassischen dualen Systems aus, zehn Prozent bieten sogar duales Studium an. Etwas mehr als die Hälfte der Antwortenden bietet gemäß der Unternehmensgröße allerdings keinerlei Plätze zur Qualifizierung und Ausbildung an.

Deutliche Defizite bei der Verfügbarkeit von Fachkräften.

**Standortbewertung: Qualifizierung und Bildung**

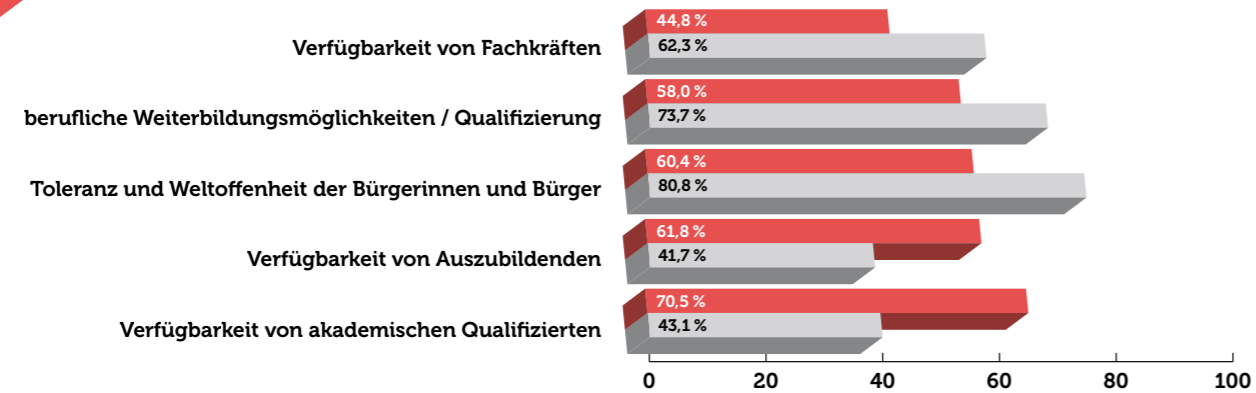


Abb. 13: „Bitte beurteilen Sie nachfolgend zuerst die Wichtigkeit des Merkmals für Ihren Betrieb und anschließend Ihre Zufriedenheit mit der aktuellen Situation an Ihrem Standort.“; Angabe in Prozent, Top 2-Anteile, Mehrfachnennungen;  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

**Mitarbeitende im Unternehmen**

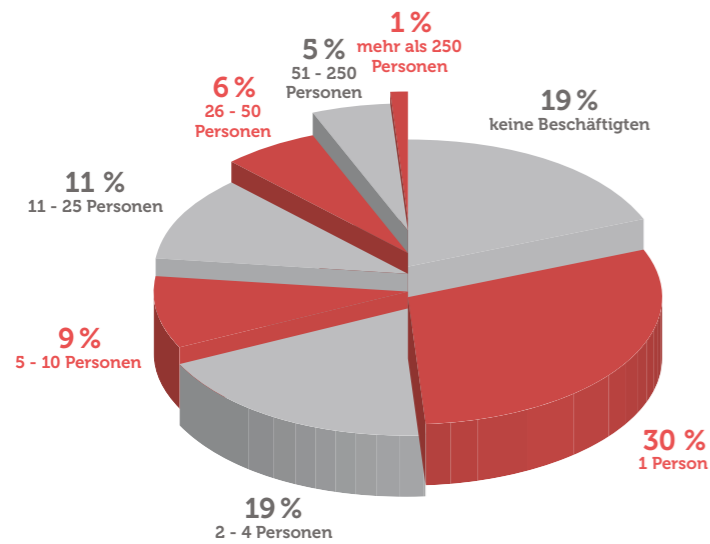


Abb. 14: „Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen an Ihrem Standort?"; Angabe in Prozent  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

**Einfluss durch Corona-Pandemie**

- Die Branche der darstellenden Künste wurde besonders negativ durch die Pandemie beeinträchtigt.
- Die am häufigsten genannten Folgen der Corona-Pandemie sind Planungsunsicherheit (60%), verändertes Konsumverhalten (57 %) und starke Preissteigerung bei Materialien (55%). Letzteres macht sich besonders in der Designwirtschaft bemerkbar.
- Darüber hinaus geben 51% der Befragten an, neue digitale Möglichkeiten und einen digitalen Wandel durch die Corona-Pandemie zu erleben.

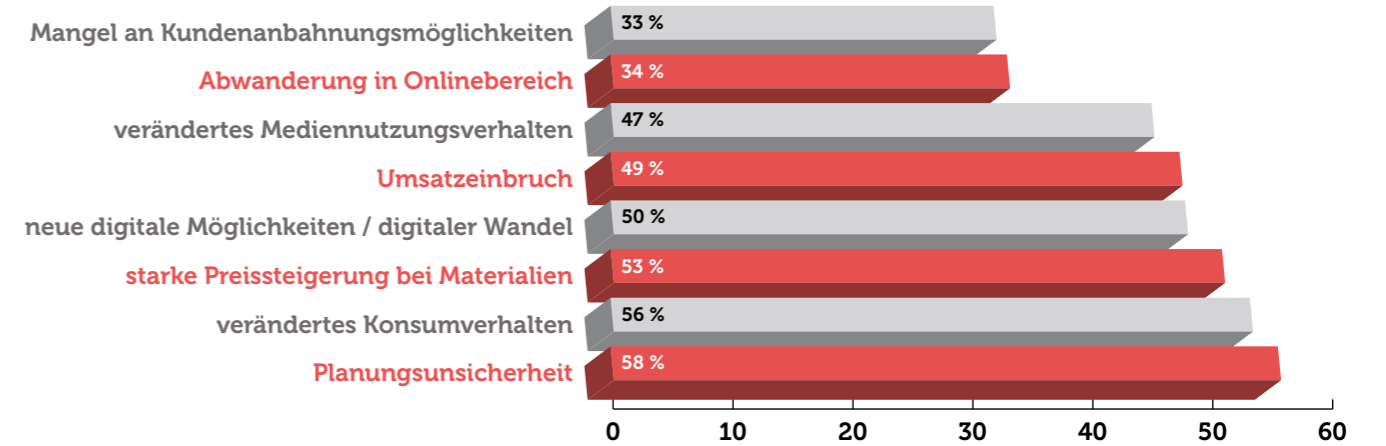


Abb. 15: „Welche Folgen hat die Corona-Pandemie für Ihre Geschäftstätigkeit?"; Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen;  
Quelle: OWL-Umfrage der IHKs Lippe und Ostwestfalen und des OWL Kulturbüros im Sommer 2023

# Fazit und Schluss- betrachtung

## Fazit und Schlussbetrachtung

Mit der Neuauflage der Befragung wurde auch im Jahr 2023 die heterogene Zielgruppe der KKW erreicht. Neben etablierten Betrieben haben sich auch junge Unternehmen sowie Kulturschaffende beteiligt.

Die grundlegende Zufriedenheit mit dem Standort Ostwestfalen-Lippe als Wohnort und Heimat ist sehr erfreulich. Es ist Fakt: OWL ist ein Standort, an dem die Kultur- und Kreativwirtschaft durch die Menschen vor Ort als positiv wahrgenommen wird. Auch die Zusammenarbeit in (Branchen-)Netzwerken wird von über der Hälfte der Befragten als bereichernd bewertet.

Im Themenfeld „Fachkräfte und Qualifizierung“ zeigt sich eine durchwachsene Zufriedenheit, die sich jedoch nicht mit der großen Unzufriedenheit in anderen dienstleistungsbezogenen Branchen wie zum Beispiel der Gastronomie vergleichen lässt.

Dass die Breitband- und Mobilfunkinfrastruktur vielerorts nicht zufriedenstellend ist, wurde bereits 2017 als Problem erkannt, erfährt aber langsam Besserung. Die formulierte Unzufriedenheit der Branche mit der Unterstützung durch Politik und Verwaltung ist wiederum eine neue Erkenntnis und ein neues Handlungsfeld. Hier schließen sich Themen wie Fördermittelmanagement und -akquise sowie der Ruf nach günstigen Gewerbeflächen an.

Die Ergebnisse der Umfrage wurden durch die beiden Industrie- und Handelskammern und das OWL Kulturbüro verdichtet. Die erkennbaren Herausforderungen werden über zielgruppenspezifische Formate weiter konkretisiert bearbeitet.

0525.1einfallsreich	<a href="http://www.05251fallsreich.de">www.05251fallsreich.de</a>
ART.d Driburg	<a href="http://www.artdriburg.com">www.artdriburg.com</a>
Berufsverband Bildender Künstler OWL	<a href="http://www.bbk-owl.de/start.html">www.bbk-owl.de/start.html</a>
Bielefelder Kulturpact e.V.	<a href="http://www.kulturpact.de">www.kulturpact.de</a>
CrossMentoring OWL	<a href="http://www.crossmentoring-owl.de">www.crossmentoring-owl.de</a>
CRS.Kompetenzzentrum OWL	<a href="http://www.csr-kompetenz.de">www.csr-kompetenz.de</a>
Das kommt aus Bielefeld	<a href="http://www.das-kommt-aus-bielefeld.de">www.das-kommt-aus-bielefeld.de</a>
KreativInstitut.OWL	<a href="http://www.kreativ.institute">www.kreativ.institute</a>
Kultur- und Kreativmotor e.V.	<a href="http://www.kulturkreativmotor.de">www.kulturkreativmotor.de</a>
Kulturvereinigung OWL – Das Veranstalternetzwerk	<a href="http://www.kulturvereinigung-owl.de">www.kulturvereinigung-owl.de</a>
Kuppel e.V.	<a href="http://www.diekuppel.de">www.diekuppel.de</a>
Mentoren-Service Ostwestfalen	<a href="http://www.ostwestfalen.ihk.de/unternehmen-gruenden/von-der-idee-zum-businessplan/mentoren-service/">www.ostwestfalen.ihk.de/unternehmen-gruenden/von-der-idee-zum-businessplan/mentoren-service/</a>
Museumsinitiative OWL	<a href="http://www.museumsinitiative-owl.de">www.museumsinitiative-owl.de</a>
Paderborner Kreaturen	<a href="http://www.paderborner-kreaturen.de">www.paderborner-kreaturen.de</a>
So kann es gehen – Netzwerk für inklusive und diverse Kultur	<a href="http://www.theaterwerkstatt-bethel.de/so-kann-es-gehen.html">www.theaterwerkstatt-bethel.de/so-kann-es-gehen.html</a>
Typisch paderbörsch	<a href="http://www.typischpaderboersch.de">www.typischpaderboersch.de</a>
Verein für aktuelle Kunst im Kreis Minden-Lübbecke e.V.	<a href="http://www.aktuelle-kunst-ev.de">www.aktuelle-kunst-ev.de</a>
Wirtschaftsförderer in OWL	<a href="http://www.ostwestfalenlippe.de/region-ostwestfalenlippe/wirtschaft-fachkraefte/wirtschaftsfoerderer">www.ostwestfalenlippe.de/region-ostwestfalenlippe/wirtschaft-fachkraefte/wirtschaftsfoerderer</a>
Wirtschaftsjunioren Ostwestfalen e.V.	<a href="http://www.wj-o.de">www.wj-o.de</a>
Wirtschaftsjunioren Paderborn + Höxter	<a href="http://www.wj-pb-hx.de">www.wj-pb-hx.de</a>
Wirtschaftsjunioren Lippe e.V.	<a href="http://www.wj-lippe.de">www.wj-lippe.de</a>
Women in Business Espelkamp	<a href="http://www.win-b.de">www.win-b.de</a>

# Netzwerke<sup>\*</sup>

## OWL

\* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit

# überregionale Netzwerke<sup>\*</sup>

AIKA e.V.	<a href="http://www.aika.de/">www.aika.de/</a>
Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit für Kultur und Medien	<a href="http://www.aktionsnetzwerk-nachhaltigkeit.de">www.aktionsnetzwerk-nachhaltigkeit.de</a>
Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk	<a href="http://www.privatfunk.de">www.privatfunk.de</a>
Arbeitsstelle Kulturelle Bildung NRW	<a href="http://www.kulturellebildung-nrw.de/home">www.kulturellebildung-nrw.de/home</a>
Architektenkammer Nordrhein-Westfalen	<a href="http://www.aknw.de">www.aknw.de</a>
Assitej International	<a href="http://assitej-international.org">assitej-international.org</a>
BDIA – Bund Deutscher Innenarchitekten	<a href="http://www.bdia.de">www.bdia.de</a>
BDFA – Bundesverband Deutscher Film-Autoren e.V.	<a href="http://www.bdfa.de">www.bdfa.de</a>
Bundesverband game – NRW	<a href="http://www.game.de/games-nrw">www.game.de/games-nrw</a>
Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) e. V.	<a href="http://www.bkj.de">www.bkj.de</a>
Büro Medienwerk.NRW	<a href="http://www.medienwerk.nrw">www.medienwerk.nrw</a>
Börsenverein des Deutschen Buchhandels	<a href="http://www.boersenverein.de">www.boersenverein.de</a>
Culture für Climate	<a href="http://www.culture4climate.de">www.culture4climate.de</a>
Convention Europäischer Verband der Veranstaltungszentren	<a href="http://www.evvc.org">www.evvc.org</a>
creative.nrw	<a href="http://www.creative.nrw">www.creative.nrw</a>
Create Music NRW	<a href="http://www.create-music.info">www.create-music.info</a>
Der Mittelstandsverbund ZGV	<a href="http://www.mittelstandsverbund.de">www.mittelstandsverbund.de</a>
Deutscher Bühnenverein Landesverband Mitte	<a href="http://www.landesverbandmitte.de/de/home">www.landesverbandmitte.de/de/home</a>
Didacta Verband	<a href="http://www.didacta.de">www.didacta.de</a>
DJF – Deutsche Jazz Föderation	<a href="http://www.djf.de">www.djf.de</a>

\* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit

DTIV – Deutsche Tanzschulinhaber Vereinigung e.V.	www.dtiv-ev.de
EEN - Enterprise Europe Network	www.een.ec.europa.eu
eucrea e.V.	www.eucrea.de
Fachverband Außenwerbung e.V.	www.faw-ev.de
Filmbüro NW e.V. Verein für unabhängige Filmkultur	www.filmbuero-nw.de
flausen+ Netzwerk freier Theater	www.flausen.plus
GVL – Verwertungsgesellschaft für Künstler und Labels	www.gvl.de
Handelsverband Deutschland HDE	www.einzelhandel.de
Initiative Freie Darstellende Künste	www.darstellende-kuenste.de
Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes	www.kreativ-bund.de
Kulturpolitische Gesellschaft e.V.	www.kupoge.de
Kulturrat NRW	www.kulturrat-nrw.de
LAG Arbeit Bildung Kultur NRW e.V.	www.arbeit-bildung-kultur.de/cms
Landesbüro freie Darstellende Künste	www.nrw-ldk.de
Landesbüro Bildende Kunst LAB K	www.labk.nrw
Landesmusikrat NRW	www.lmr-nrw.de/aktuell
Literaturland Westfalen	www.literaturlandwestfalen.de
Netzwerk Filmkultur NRW	www.filmkultur.nrw
Regionales Kultur Programm NRW	regionaleskulturprogrammnrw.de
Soziokultur NRW	soziokultur-nrw.de
Tamalpa Germany Kunstgeragogik	www.tamalpa-germany.de
VGSD - Gründer und. Selbstständigen Deutschland e.V.	www.vgsd.de
Verband Druck + Medien NordWest	www.vdmnw.de
VUT - Verband unabhängiger Musik- unternehmer*innen	www.vut.de/vut/aktuelles-vut
Westdeutscher Künstlerbund WBK	www.westdeutscher-kuenstlerbund.de

## ...weitere überregionale Netzwerke\*

\* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit

## Ansprechpartner:innen in der Region

### Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold

Christina Flöter  
Leonardo-da-Vinci-Weg 2  
32760 Detmold  
Telefon: 05231 7601 640  
floeter@detmold.ihk.de  
www.ihk.de/lippe-detmold

### Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld

Marco Rieso  
Elsa-Brändström-Str. 1-3  
33602 Bielefeld  
Telefon: 0521 554 197  
m.rieso@ostwestfalen.ihk.de  
www.ostwestfalen.ihk.de

### OWL Kulturbüro der OstWestfalenLippe GmbH

Dr. Jana Duda  
Walther-Rathenau-Str. 33-35  
33602 Bielefeld  
j.duda@owl-kulturbuero.de  
www.owl-kulturbuero.de

## Impressum

### Herausgeber:innen

Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold  
Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld  
OWL Kulturbüro der OstWestfalenLippe GmbH

### Umfrageerhebung

rc - research & consulting GmbH  
Mauerstraße 8  
33602 Bielefeld

### Redaktion

Dr. Jana Duda (OWL Kulturbüro)  
Christina Flöter (IHK Lippe zu Detmold)  
Marco Rieso (IHK Ostwestfalen zu Bielefeld)

### Stand: August 2023

**Titelbild:** KreativInstitut.OWL

**Layout und Satz:** KreativInstitut.OWL, Cindy Turczynski

**Alle Rechte vorbehalten.** Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung der Herausgeber:innen. Alle Angaben werden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernehmen die Herausgeber:innen keine Gewähr.





