

Please return to:

DIW Berlin  
Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung  
Mr. Mundelius

Contact :  
Tel.: 030-89789-224  
Mail: mmundelius@diw.de

**14195 Berlin**

*The following is a questionnaire used for data collecting purposes only. The DIW ensures that the information given by you in the following will be protected and deleted on completion of the experiment at hand.*

## 1. General Questions

### 1.1 Which firm activity results in the largest turnover?

IT		Media	
	Radio-, Television- und News Broadcast		Publishing
	Manufacturing, Data Processing - Introduction		Printing
	Data Processing Work		Music
	Software consulting und -Development		Film
	Hardware		TV, Listening Radio
	Telecommunication		Advertising /PR
			Multimedia

	Others; Not mentioned above :
--	-------------------------------

### 1.2 Since when is your company at the current location?

### 1.3 Did the company have headquarters outside Berlin/Brandenburg earlier?

No	<input type="checkbox"/>	Yes, in:	
----	--------------------------	----------	--

### 1.4 Is the current location of the company the same as the headquarter location?

Yes	<input type="checkbox"/>	No, the Headquarters are located in:	
-----	--------------------------	--------------------------------------	--

**1.5 . If you were to re-locate your company, what would be the ideal place?**

The ideal place: \_\_\_\_\_  
 (You may chose more than one location.)

<b>2. Personnel</b>
---------------------

**2.1 Number of Employees in Berlin/Brandenburg**

No. of total full-time employees (Period in Question: 03/04):	
No. of total freelancers employed(Period in Question: 03/04):	

**2.2 Personnel Development: Full Time Employees**

How many full-time employees were laid off in the last two years?	
How many full-time employees were instated in the last two years?	

**2.3 Personnel Development: Freelancers**

Increasing		Constant		Decreasing	
------------	--	----------	--	------------	--

**2.4 Perspectives of Personnel Development: If you can determine whether the number of employees will change in the medium term (by 2006) please mark the appropriate box.**

	More Full-time Employees		Less Full-time Employees
	More Freelancers		Less Freelancers

<b>3. Turnover and Investment</b>
-----------------------------------

**3.1 How high was your company turnover in 2003 in € ? (Please Mark the Correct Option)**

Till 0,05 Million		Till 0,25 Million		Till 0,5 Million		Till 1,0 Million		Till 2,5 Million	
Till 5 Million		Till 10 Million		Till 25 Million		Till 50 Million		> 50 Million	

**3.2 What are your turnover forecasts for 2004 and 2005? (Please Mark the Correct Option)**

2004	Increasing		Constant		Decreasing	
2005	Increasing		Constant		Decreasing	

**3.3 How do you foresee investment pattern of your company during the next years?**  
 (Bitte Zutreffendes ankreuzen)

Increasing	<input type="checkbox"/>	Constant	<input type="checkbox"/>	Decreasing	<input type="checkbox"/>	No Investment	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------	----------	--------------------------	------------	--------------------------	---------------	--------------------------

**3.4 In the last two years have you received any subsidies from the state?**

Yes	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	----	--------------------------

**3.5 How innovative is your company in comparison to the rest of the industry?**

Highly Innovative	<input type="checkbox"/>	Partially Innovative	<input type="checkbox"/>	Similarly Innovative	<input type="checkbox"/>	Less Innovative	<input type="checkbox"/>
-------------------	--------------------------	----------------------	--------------------------	----------------------	--------------------------	-----------------	--------------------------

**3.6 Which sources of new ideas and trends would you identify as contributing most to you and your employees' creative ideas and innovations?**  
 (Due to overlaps, more than one answer is possible)

<input type="checkbox"/>	From Customers	<input type="checkbox"/>	From Sellers
<input type="checkbox"/>	From Cooperating Partners	<input type="checkbox"/>	From Patents
<input type="checkbox"/>	From Competitors	<input type="checkbox"/>	From the Local Art and Cultural Environment
<input type="checkbox"/>	Through Instating New Employees	<input type="checkbox"/>	From Technology Transfer
<input type="checkbox"/>	From Company Fairs, Exhibitions and Meetings	<input type="checkbox"/>	From Related Literature
<input type="checkbox"/>	Private Contacts	<input type="checkbox"/>	From Electronic Internet Databases
<input type="checkbox"/>	From Universities	<input type="checkbox"/>	Continued Education

<input type="checkbox"/>	From Other namely: ..... .....
--------------------------	--------------------------------------

## 4. Company Relations

### 4.1. How do you evaluate the following factors for your company and the actual situation at your site location ?

(Please encircle one of the numbers between 1 and 6)

	Valuation for your company <i>(1 = very important 6 = highly irrelevant)</i>	Valuation for your site location <i>(1 = very important 6 = inadequate)</i>
Proximity to Customers and Clients	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Proximity to Suppliers and Service Providers	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Proximity to Potential Cooperation Partners	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Proximity to Qualified and Skilled Personnel	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6

### 4.2 From which region do your customers come ? (Please provide answers in percentage values!)

%	Berlin/Brandenburg
%	Germany (excluding Berlin/Brandenburg)
%	International: West Europe
%	International: East Europe
%	Outside Europe, namely _____

### 4.3 From which industrial or economic sector do your customers mainly come ? (More than one option is possible)

	Industry, Manufacturing Sector		New Media
	Energy Supplier		IT
	Commerce		Design
	Banks, Insurance, Financial Service Providers		Tourism (Hotel, Restaurants)
	Film, TV, Radio		Transport
	Music		Medicine/Pharmaceuticals
	Advertising		Public Sector
	Printing and Publishing		

	Other; Not mentioned above: .....
--	--------------------------------------

**4.4 From which region do your suppliers and service providers come ?**  
*(Please provide answers in percentage values!)*

%	Berlin/Brandenburg
%	Germany (excluding Berlin/Brandenburg)
%	International: West Europe
%	International: East Europe
%	Outside Europe, Namely _____

**4.5 From which industrial or economic sector do your suppliers and service providers mainly come ?**  
*(More than one option is possible)*

	Industry, Manufacturing Sector
	Energy Supplier
	Commerce
	Banks, Insurance, Financial Service Providers
	Film, TV, Radio
	Music
	Advertising
	Printing and Publishing

	New Media
	IT
	Design
	Tourism (Hotel, Restaurants)
	Transport
	Medicine/Pharmaceuticals
	Public Sector

	Other; Not mentioned above: .....
--	--------------------------------------

**4.6 Where do you find cooperating partners for the realization of projects and orders?**  
*(Please provide answers in percentage values!)*

%	Berlin/Brandenburg
%	Germany (excluding Berlin/Brandenburg)
%	International: West Europe
%	International: East Europe
%	Outside Europe, Namely _____

**4.7 From which economic sector do your cooperating partners mainly come?**  
 (More than one answer is possible)

	Industry, Manufacturing Sector
	Energy Supplier
	Commerce
	Banks, Insurance, Financial Service Providers
	Film, TV, Radio
	Music
	Advertising
	Printing and Publishing

	New Media
	IT
	Design
	Tourism (Hotel, Restaurants)
	Transport
	Medicine/Pharmaceuticals
	Public Sector

	Other; Not mentioned above: .....
--	--------------------------------------

**4.8 From which region do you recruit full-time employees or freelancers?**  
 (Please provide answers in percentage values )

%	Berlin/Brandenburg
%	Germany (excluding Berlin/Brandenburg)
%	International: West Europe
%	International: East Europe
%	Outside Europe, Namely _____

**4.9 How do you recruit full-time employees and freelancers?**  
 (More than one answer is possible)

	Based on previous experience and teamwork skills.
	Through contacts of other employees.
	From enquiries made to other companies.
	Announcements in the Newspaper and other appropriate magazines.
	Internet Job Market.
	Job Applications.
	Apprenticeships.
	Employment Agency
	Part-time Job Agencies
	Others; not mentioned above: .....

**4.10 How stable are your company's relationships...**

*(Please provide a grading between 1 (very stable) and 6(very unstable))*

Customers	1	2	3	4	5	6
Suppliers and Service Providers	1	2	3	4	5	6
Cooperating Partners	1	2	3	4	5	6
Freelancers	1	2	3	4	5	6

**5. Site Value**

**5.1 How do you value the meaning of the following for your company and the actual situation at your site location?**

*(Please encircle a value between 1 and 6!)*

	<b>Value for your Company</b> <i>(1 = very important 6 = highly unnecessary)</i>	<b>Value for your site location</b> <i>(1 = very good 6 = inadequate)</i>
Offer for Qualified Personnel		
In Creative Fields	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
In Management Fields	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
In Administrative Fields	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
In Technical Fields	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Offers for Continued Education and Training	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Transport Infrastructure	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Telecommunications Infrastructure	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Costs Related to Trade Areas	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Taxes and Tariffs	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Personnel Costs	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Individual Financial Options	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Public Offering of Subsidies	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Proximity to Universities and Research Institutes	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Support from Politics and Public Authorities	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Support from Chambers and Various Associations	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Congresses and Company Fairs	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Proximity to New Member States of the EU	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Quality of Life and Leisure	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Image of Site location	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
Inspired Creative Climate and Culture	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6

**6. Suggestions for Economic Policy**

**6.1 Which concrete events, decisions and developments, in your view, in your region over the last years;**

- Most beneficial to your site location

.....  
.....  
.....

- Most detrimental to your site location

.....  
.....  
.....

**6.2 Which expectations and demands do you have from political associations and other interest groups with regard to the design and further development of IT and Media in the Berlin/Brandenburg region?**

.....  
.....  
.....

**Thank you for your effort!**

.....Wird vom DIW abgeschnitten und getrennt abgelegt:.....

Für Rückfragen: Dieser Fragebogen wurde bearbeitet von

Frau/Herrn: \_\_\_\_\_ Telefon: \_\_\_\_\_

Firmenname: \_\_\_\_\_

	Bitte senden Sie mir die Ergebnisse per <b>e-Mail</b> an folgende Adresse
--	---





Liebe Künstlerinnen, liebe Künstler,  
das Atelierbüro bittet Sie, die für Sie zutreffenden Fragen zu beantworten.  
Ihre Angaben sind für uns sehr wichtig um einen Überblick über die Ateliersituation in Berlin zu erhalten und unsere Planung zu ermöglichen. Bitte alles Zutreffende auch im Sinne von Mehrfachantworten ankreuzen und auf Sie nicht zutreffende Fragen einfach unbeantwortet lassen!  
Speicherung der Daten ausschliesslich zu statistischen Zwecken und 100% anonym!

### I. Immobilienwirtschaftliche Fragen

<b>1. Aktuelle Ateliersituation</b>	
z.Zt. keine Arbeitsmöglichkeit	<input type="checkbox"/>
arbeite in der Wohnung	<input type="checkbox"/>
habe Atelier	<input type="checkbox"/>
habe eine Atelierwohnung	<input type="checkbox"/>
<b>2. Grund der Ateliersuche</b>	
Familiäre Gründe (Wohnung wird zu klein)	<input type="checkbox"/>
Bisheriges Atelier zu teuer	<input type="checkbox"/>
Kann mir jetzt ein besseres Atelier leisten	<input type="checkbox"/>
berufliche Gründe (Arbeitstechnik)	<input type="checkbox"/>
Neuzuzug nach Berlin	<input type="checkbox"/>
Berufsanfänger/in	<input type="checkbox"/>
Bisheriges Atelier vom Vermieter gekündigt	<input type="checkbox"/>
<b>3. Seit wann suchen Sie?</b>	
kürzer als 6 Monate	<input type="checkbox"/>
länger als 6 Monate	<input type="checkbox"/>
länger als 12 Monate	<input type="checkbox"/>
<b>4. Eigentlich notwendige Ateliergröße (ohne Berücksichtigung der Bezahlbarkeit)</b>	
10 - 20 m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>
20 - 50 m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>
50 - 80 m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>
80 - 120 m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>
größer 120 m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>
<b>5. Überwiegende Arbeitsweise</b>	
Malerei	<input type="checkbox"/>
Grafik (Zeichnung)	<input type="checkbox"/>
Grafik (Digital)	<input type="checkbox"/>
Druckgrafik	<input type="checkbox"/>
Bildhauerei	<input type="checkbox"/>
Keramik	<input type="checkbox"/>
Fotografie	<input type="checkbox"/>
Film/Video	<input type="checkbox"/>
Konzeptkunst	<input type="checkbox"/>
Installation	<input type="checkbox"/>
Performance	<input type="checkbox"/>
Klangkunst	<input type="checkbox"/>
<b>6. Bevorzugte Arbeitssituation</b>	
in der Wohnung, weil am billigsten	<input type="checkbox"/>
Einzelatelier	<input type="checkbox"/>
Arbeitsplatz in Großatelier	<input type="checkbox"/>
Atelier in Atelieretage	<input type="checkbox"/>
Atelier in Atelierhaus	<input type="checkbox"/>
Kulturwirtschaftliches Zentrum mit anderen kreativen Berufsgruppen	<input type="checkbox"/>
<b>7. Was suchen Sie?</b>	
Nur Atelier	<input type="checkbox"/>
Atelierwohnung (1 Person)	<input type="checkbox"/>
Atelierwohnung (2 Personen)	<input type="checkbox"/>
Atelierwohnung für Mehrpersonenhaushalt	<input type="checkbox"/>
<b>8. Bevorzugte Verfügbarkeit</b>	
Projektarbeitsplatz, temporär	<input type="checkbox"/>
langfristig gesichert mit einseitiger Ausstiegsmöglichkeit für Sie	<input type="checkbox"/>
befristet ohne Ausstiegsmöglichkeit	<input type="checkbox"/>
Zwischennutzung (unbefristeter Vertrag, jederzeit kündbar, aber billig)	<input type="checkbox"/>
<b>9. Maximal bezahlbare Ateliermiete</b>	
Atelier, monatlich bruttowarm ohne Strom	<input type="text"/>
Atelierwohnung, monatliche Warmmiete	<input type="text"/>

## 10. Wohn- und Arbeitsort (Bezirk)

Ich wohne in  
Ich arbeite in


## 11. Gründe der Stadtteilpräferenz

Soziale Infrastruktur (Kinder, Familie)   
Kulturelles Angebot   
Image als Kreativstandort   
Verkehrsanbindung   
Nähe zu Kunden und Auftraggebern   
Nähe zu Kooperationspartnern, Zulieferern und Dienstleistern   
Nähe zu Kollegen   
Atelier und Wohnung sollen nah beieinander liegen   
Stadtteil ist mietpreisgünstig

## 12. Wo suchen Sie? (Alte Bezirke als Orientierung)

Mitte   
Tiergarten   
Wedding   
Friedrichshain   
Kreuzberg   
Prenzlauer Berg   
Weißensee   
Pankow   
Charlottenburg   
Wilmerdorf   
Spandau   
Steglitz   
Zehlendorf   
Tempelhof   
Schöneberg   
Neukölln   
Treptow   
Köpenick   
Marzahn   
Hellersdorf   
Lichtenberg   
Hohenschönhausen   
Reinickendorf

## II. Erwerbssituation und Einkommensarten, Umsätze

### 1. Geschlecht

weiblich   
männlich

### 2. Alter

25 - 30 Jahre   
30 - 40 Jahre   
40 - 60 Jahre   
älter

### 3. Herkunft

Berlin   
D ("alte Bundesländer")   
D ("neue Bundesländer")   
EU   
andere Länder   
In Berlin tätig seit dem Jahr

### 4. Lebenssituation

Single   
Paargemeinschaft   
Familie mit Kind(ern)   
Wohngemeinschaft   
Alleinerziehend

### 5. Ausbildung

Habe Kunst an einer Hochschule mit Abschluß studiert   
Ausbildung Kunstschule   
Ausbildung anderer Künstlerischer Beruf   
Autodidakt/in

## 6. Tätigkeitsschwerpunkte

- ausschließlich künstlerische Tätigkeit
- Überwiegend künstlerisch tätig
- Überwiegend nicht künstlerisch tätig
- Nebenerwerb -angestellt
- Nebenerwerb -freiberuflich

## 7. Nebenerwerbsbereiche

- pädagogische Tätigkeit
- gestalterische Tätigkeit
- handwerkliche Tätigkeit
- Verwaltung, Dienstleistung, Handel, Erwachsenenbildung
- andere

## 8. Einkünfte und Einnahmen

- Arbeitslosengeld
- ALG II
- "1€--Job"
- SAM/ABM
- andere Arbeitsförderung
- Sozialhilfe
- Rente
- Mäzenatische Unterstützung
- Familie trägt mich mit
- Nicht künstlerische Festanstellung
- Einkommen überwiegend aus künstlerischer Tätigkeit
- Einkommen überwiegend aus Nebenerwerb
- Stipendien
- Privatkredite

### Jährliche Gesamteinkünfte in € (letzte bekannte Zahl)

- Keine eigenen Einnahmen
- bis 3000
- bis 6000
- bis 12000
- bis 18000
- bis 24000
- bis 30000
- über 30000

### Durchschnitt der 5 Jahre davor

- bis 3000
- bis 6000
- bis 12000
- bis 18000
- bis 24000
- bis 30000
- über 30000

### Einnahmen aus künstlerischer Tätigkeit (jährlich in €)

- aus Kunstverkäufen
- aus künstlerischen Aufträgen
- Ausstattungsvergütungen
- Verwertungsrechte (z.B. VG Bild/Kunst)
- Festanstellung künstlerische Tätigkeit (z.B. Kurator etc.)
- aus künstlerischen Projekten
- aus Kunst im öffentlichen Raum Projekten
- aus kunstpädagogischer Lehrtätigkeit
- aus kunsttherapeutischer Tätigkeit
- aus regulärem Kunstunterricht an Schulen
- aus Kunstpädagogischen Randgruppenprojekten

### Gesamtjahreseinkünfte künstlerische Tätigkeiten

- bis 1000
- bis 2000
- bis 3000
- bis 4000
- bis 5000
- bis 6000
- bis 7000
- bis 8000
- bis 9000
- bis 10000
- bis 11000
- bis 15000
- bis 30000
- über 30000

### Durchschnitt der 5 Jahre davor

bis 1000	<input type="checkbox"/>
bis 2000	<input type="checkbox"/>
bis 3000	<input type="checkbox"/>
bis 4000	<input type="checkbox"/>
bis 5000	<input type="checkbox"/>
bis 6000	<input type="checkbox"/>
bis 7000	<input type="checkbox"/>
bis 8000	<input type="checkbox"/>
bis 9000	<input type="checkbox"/>
bis 10000	<input type="checkbox"/>
bis 11000	<input type="checkbox"/>
bis 15000	<input type="checkbox"/>
bis 30000	<input type="checkbox"/>
über 30000	<input type="checkbox"/>

### 9. Ausgaben

Jährliche Aufwendungen für Material	<input type="checkbox"/>
Jährliche berufsbezogene Fahrt- und Reisekosten	<input type="checkbox"/>
Jährliche sonstige berufsbezogene Aufwendungen und Werbungskosten	<input type="checkbox"/>
Jährliche Aufwendungen für soziale Sicherung	<input type="checkbox"/>

### 10. Soziale Sicherung

ohne jede soziale Sicherung	<input type="checkbox"/>
Mitglied der KSK	<input type="checkbox"/>
Freiwillig Krankenversichert (gesetzliche)	<input type="checkbox"/>
Private Krankenversicherung	<input type="checkbox"/>
Private Rentenversicherung	<input type="checkbox"/>
Sicherung über Festanstellung	<input type="checkbox"/>

### 11. Berufliche Entwicklung

Verkäufe sind besser geworden	<input type="checkbox"/>
Verkäufe sind schlechter geworden	<input type="checkbox"/>
Verkäufe sind gleich geblieben	<input type="checkbox"/>
Ausstellungsmöglichkeiten sind besser geworden	<input type="checkbox"/>
Ausstellungsmöglichkeiten sind schlechter geworden	<input type="checkbox"/>
Ausstellungsmöglichkeiten sind gleich geblieben	<input type="checkbox"/>
Nebenerwerbsmöglichkeiten sind besser geworden	<input type="checkbox"/>
Nebenerwerbsmöglichkeiten sind schlechter geworden	<input type="checkbox"/>
Nebenerwerbsmöglichkeiten sind gleich geblieben	<input type="checkbox"/>
Künstlerische Nebenerwerbsmöglichkeiten sind besser geworden	<input type="checkbox"/>
Künstlerische Nebenerwerbsmöglichkeiten sind schlechter geworden	<input type="checkbox"/>
Künstlerische Nebenerwerbsmöglichkeiten sind gleich geblieben	<input type="checkbox"/>
Festanstellung erlangt	<input type="checkbox"/>
Festanstellung verloren	<input type="checkbox"/>
Festanstellung bleibt gleich	<input type="checkbox"/>

### 12. Bewertung berufliche Perspektiven

Berufliche Perspektiven künstlerischer Nebenerwerb sind gut	<input type="checkbox"/>
Berufliche Perspektiven künstlerischer Nebenerwerb sind schlecht	<input type="checkbox"/>
Berufliche Perspektiven Kunstbetrieb sind gut	<input type="checkbox"/>
Berufliche Perspektiven Kunstbetrieb sind schlecht	<input type="checkbox"/>
Berufliche Perspektiven Nebenerwerb sind gut	<input type="checkbox"/>
Berufliche Perspektiven Nebenerwerb sind schlecht	<input type="checkbox"/>

## III. Marktverflechtung

### 1. Vorwiegender Produktcharakter

Erstelle Unikate auf Vorrat	<input type="checkbox"/>
Arbeite auftragsbezogen und kontextorientiert	<input type="checkbox"/>
Erstelle ereignisbezogene gestalterische Konzepte	<input type="checkbox"/>
andere	<input type="checkbox"/>

### 2. Künstlerische Kooperationsbeziehungen

Zusammenarbeit mit Kollegen bei Kunstproduktionen	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Theater	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Musik	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Literatur	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Architektur	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Design (Mode)	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Design (Grafik)	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Film-, Fernseh-, Radio- und Videoproduktion	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Webdesign, Computerspiele, Multimedia, Software	<input type="checkbox"/>
Zusammenarbeit mit Werbung	<input type="checkbox"/>

<b>3. Kunst-Verkäufe</b>	
Feste Vertragsbeziehung zu Galerie	<input type="checkbox"/>
Lose Galerieanbindung	<input type="checkbox"/>
Selbstvermarktung aus Atelier	<input type="checkbox"/>
Beteiligt an Produzentengalerie	<input type="checkbox"/>

<b>4. Ausstellungsmarkt und öffentliche Sammlungen</b>	
Bin über Galerie auf Kunstmessen präsent	<input type="checkbox"/>
Kommunaler Ausstellungsbetrieb (Atelierrundgänge, kommunale Galerien)	<input type="checkbox"/>
Nehme an selbst organisierten Gemeinschaftsausstellungen teil	<input type="checkbox"/>
Museumspräsenz Berlin	<input type="checkbox"/>
Museumspräsenz Deutschland	<input type="checkbox"/>
Museumspräsenz International	<input type="checkbox"/>
Ankäufe staatliche Sammlungen	<input type="checkbox"/>
Präsenz durch Kunstvereine	<input type="checkbox"/>

<b>5. Künstlerische Präsenz Bildungsmarkt</b>	
Kindertagesstätten	<input type="checkbox"/>
Schulen	<input type="checkbox"/>
Jugendfreizeiteinrichtungen	<input type="checkbox"/>
Volkshochschule	<input type="checkbox"/>
Private Erwachsenenbildung	<input type="checkbox"/>
andere	<input type="checkbox"/>

<b>6. Künstlerische Präsenz Unterhaltungsmarkt</b>	
Events	<input type="checkbox"/>
Animation Urlaubsländer, Kreuzfahrtschiffe	<input type="checkbox"/>
Film/TV/Radio	<input type="checkbox"/>
andere	<input type="checkbox"/>

<b>7. Künstlerische Tätigkeit Arbeitsmarkt Gesundheit und Soziales</b>	
Ergotherapie Krankenhäuser	<input type="checkbox"/>
Ergotherapie Rehasentren	<input type="checkbox"/>
Psychotherapie	<input type="checkbox"/>
Altenbetreuung	<input type="checkbox"/>
andere	<input type="checkbox"/>

<b>8. Präsenz- und Absatzgebiete (Prozentuale Gewichtung)</b>		%
Bezirk		
Berlin/Region		
Norddeutschland		
Rhein-/Maingebiet		
Süddeutschland		
Europäisches Ausland		
Übersee		

<b>9. Bewertung Kunst- und Kulturförderangebote (Schulnote 1-6, 0 für nicht befasst)</b>	
Atelierförderung (Atelier-Anmietprogramm)	
Geförderte Atelierwohnungen	
Projektförderung Senat	
Katalogförderung Senat	
Stipendien Senat	
Hauptstadtkulturfonds	
Kulturstiftung des Bundes	
Kunst am Bau Wettbewerbe und Stipendien	
Private Stiftungsförderung, Wettbewerbe und Stipendien	
Förderung und Projektfinanzierung Quartiersmanagement	
Artists in Residence Aufenthalte mit kuratorischer Betreuung	
Serviceangebot des BBK (Rechts-, Steuer-, Sozialberatung etc.)	
Serviceangebot des BBK-Kulturwerks (Internet-Serviceportal)	
Atelierbüro (Dienstleistungsqualität, Beratung)	
Kunst im öffentlichen Raum Consulting	
Bildhauerwerkstatt	
Druck und Neue Medien Werkstatt	
Serviceangebot des BBK-Bildungswerks	

**Ihre Angaben werden grundsätzlich anonymisiert und sind damit ohne Einfluß etwaige Förderentscheidungen.**

Die Daten werden ausschließlich für statistische Zwecke benötigt und werden selbstverständlich personenunabhängig gespeichert.  
Herzlichen Dank für die Beantwortung meiner Fragen.  
Ihr Atelierbeauftragter



DIW Berlin Postanschrift 14191 Berlin

DIW Berlin  
Königin-Luise-Straße 5  
14195 Berlin  
Tel. 030-897 89-0  
Fax 030-897 89-200  
postmaster@diw.de  
www.diw.de

**Abteilung Innovation,  
Industrie, Dienstleistungen**  
Marco Mundelius

Tel. 030-897 89-224  
Fax 030-897 89-103  
mmundelius@diw.de

Berlin, den

## Interviewleitfaden

### Angaben zum Unternehmen

- Beschreiben Sie bitte Ihre Tätigkeitsfelder? In welchem Bereich liegt ihr Umsatzschwerpunkt?
- Geben Sie bitte einige Eckdaten ihres Unternehmens an? [Gründungsjahr, Zahl der Mitarbeiter (freie, feste), Hauptsitz bzw. weitere Standorte (falls vorhanden)]
- Wie hat sich Ihr Unternehmen in Bezug auf die Anzahl der Mitarbeiter und den Umsatz seit dem Bestehen verändert (verringert, konstant, erhöht)? Sehen Sie bei der Entwicklung Bezüge zum Standort?
- Einschätzung des eigenen Erfolges am Standort Berlins?
- Worin sehen Sie Unterschiede von ihrer Unternehmung zu „herkömmlichen“ Unternehmen? (Beitrag zur Kulturwirtschaft / Anteil eigener Kreativität)

### Fragen zum Standort

- Seit wann befinden Sie sich mit Ihrem Unternehmen an diesem Standort? Wurde das Unternehmen hier gegründet? Wenn nicht, wo befand es sich früher?
- Was hat Berlin / Bezirk (oder auch OT) Ihnen als Unternehmen der Kultur- bzw. Kreativwirtschaftsbranche zu bieten? Was sind die Wettbewerbsvorteile der Stadt und speziell des Stadtteils?



- Was waren die entscheidenden Gründe für die Standortwahl?
- Welche Rolle spielen aus Ihrer Sicht neben den „harten“ die „weichen“ Standortfaktoren (kreatives Potential, Image des Standortes, Nähe zu Kunden, Auftraggebern und evtl. Kooperationspartnern, Lebensqualität) bei der Standortwahl? (einerseits Bedeutung für das Unternehmen, andererseits Einschätzung des Standorts)
- Welche Infrastruktur benötigen Sie am Standort für Ihre Arbeit? Fehlen Unternehmen Ihrer Wertschöpfungskette am Standort? Wenn ja, welche? Wie kompensieren Sie den Mangel bisher?
- Sind Sie mit der Standortwahl zufrieden? Wenn nicht, wo wäre der perfekte Standort für Ihr Unternehmen und warum?
- In welcher Art und Weise nutzen Sie den Stadtteil, in dem Ihr Unternehmen sich befindet (geschäftlich, privat)? Identifizieren Sie sich mit der Szene, dem Lifestyle?
- Gibt es einen Bezug Ihres Produkts zum Standort?

### **Netzwerkbeziehungen**

- Mit welchen branchengleichen Unternehmen arbeit(et)en Sie derzeit und im vergangenen Jahr zusammen? Wenn ja, wo befinden sich deren Standorte [in Ihrer Nähe (Stadtteil), in Berlin, in Deutschland, im Ausland]?
- Beschreiben Sie bitte den Inhalt der Zusammenarbeit und wie sie zustande gekommen ist? Welche Rolle spielen dabei persönliche und freundschaftliche Kontakte?
- Wie würden Sie die Qualität der bestehenden Kooperationen bewerten? Inwieweit sind Sie im Tagesgeschäft auf Netzwerkarbeit angewiesen?
- Sind Ihnen Netzwerke und Kooperationen in der Berliner Kultur- bzw. Kreativwirtschaft bekannt? Wenn ja, nehmen Sie regelmäßig an deren Treffen teil?

### **Wirtschaftsförderung**

- Erfährt Ihr Unternehmen finanzielle bzw. beratende Unterstützung durch die Senatsverwaltung, den Bezirk oder weitere Einrichtungen?
- Wie schätzen Sie die Förderpraxis und die Arbeit der Senatsverwaltung bzw. des Bezirksamtes ein? Sind Sie zufrieden? Wenn nicht, in welchen Bereichen wünschen Sie sich Verbesserungen?

### **Einschätzungen zur Kultur- und Kreativwirtschaft (übergeordnete Fragen)**



- Sehen Sie sich mit Ihrer Unternehmung als Bestandteil der Kulturwirtschaft?
  
  - Wie schätzen Sie die Bedeutung der Kreativwirtschaftsbranchen für den Wirtschaftsstandort Berlin ein?
  
  - Wie schätzen Sie die Bedeutung Berlins / Bezirk (OT) als Standort kreativer Branchen ein? Was ist das Typische?
  
  - Worin sehen Sie die strukturellen Mängel der Berliner (Bezirk) Kulturwirtschaft?
  
  - Worin sehen Sie die größten Probleme bei der Umsetzung ihres Tagesgeschäfts, ihrer Geschäftsidee grundsätzlich?
- 
- 
-





DIW Berlin Postanschrift 14191 Berlin

DIW Berlin  
Königin-Luise-Straße 5  
14195 Berlin  
Tel. 030-897 89-0  
Fax 030-897 89-200  
postmaster@diw.de  
www.diw.de

**Abteilung Innovation,  
Industrie, Dienstleistung**

Marco Mundelius  
Wencke Hertzsch

Tel. 030-897 89-224/300  
Fax 030-897 89-103  
mmundelius@diw.de  
whertzsch@diw.de

## **Interview- bzw. Gesprächsleitfaden Experten mit Kontextwissen**

Der verwendete Interviewleitfaden umfasst folgende Themenbereiche, die an die jeweilige Interviewsituation angepasst und entsprechend den Partnern modifiziert wird.

### **Angaben zu den Institutionen**

Beschreibung des Aufgabenbereichs (in Bezugnahme zur Kultur- bzw. Kreativwirtschaft bzw. des jeweiligen Teilmarktes, die der Interviewpartner vertritt)

### **Pankows Profil als Standort der Kultur- bzw. Kreativwirtschaft**

Wettbewerbsvorteile der Stadt Berlin, speziell Bezirk Pankow

Beschreibung der räumlichen Konzentrationen der Kreativwirtschaftsbranchen (analog ihrer Teilmärkte) innerhalb des Großbezirks Pankow und Benennen der Ursachen

Gründe für die Standortwahl der Unternehmen

Erfolgseinschätzung der Kreativwirtschaftsbranchen für Berlin bzw. Bezirk Pankow / Zuzug weiterer nach Berlin

Typisierung der Berliner (Pankower) Kreativwirtschaftsbranchen

Image und Profilbildung („Stadt des Design“, „Musikhauptstadt“ etc.) und deren Auswirkungen auf Pankow

Organisationsstruktur und Beschaffenheit (Art, Funktion und Qualität) der Netzwerkstrukturen (analog verschiedener Teilmärkte bzw. in Gesamtschau der Kreativwirtschaftsbranchen)

Eruierung der Handlungskorridore für die Kreativwirtschaftsbranchen aus Sicht der Experten

Handlungsspielräume von Politik und Verwaltung und Einschätzung der Defizite

Handlungsspielräume des interviewten Experten