

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010

Auftraggeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Auftragnehmer:

Michael Söndermann

Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Köln

- Langfassung -

INHALT

1	Einleitung	7
1.1	Auftrag	7
1.2	Definition	7
2	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung im Überblick	15
2.1	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland	16
2.2	Anteil an der Wertschöpfung	19
2.3	Erwerbstätige	22
2.4	Export	27
2.5	Unternehmenstypen	28
2.6	Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Automobilindustrie	31
2.7	Exkurs: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	33
3	Strukturen und Trends der elf Teilmärkte	36
3.1	Musikwirtschaft	37
3.2	Buchmarkt.....	43
3.3	Kunstmarkt.....	49
3.4	Filmwirtschaft.....	56
3.5	Rundfunkwirtschaft	62
3.6	Markt für darstellende Künste.....	67
3.7	Designwirtschaft	72
3.8	Architekturmarkt.....	78
3.9	Pressemarkt.....	82
3.10	Werbemarkt	87
3.11	Software-/Games-Industrie	91
4	Spezialthemen	96
4.1	Kulturhandwerk.....	96
4.2	Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa	101

5	Abschließende Bewertung	107
5.1	Zusammenfassung der empirischen Befunde	107
5.2	Besonderer Fokus: Selbständige Künstler/innen.....	110
5.3	Besonderer Fokus: Kultursektor	114
5.4	Zukünftige Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	118
6	Anhang.....	120
6.1	Methodische Hinweise.....	120
6.2	Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.....	123
6.3	Statistische Daten.....	126
6.4	Literaturliste	138
6.5	Liste der aktuellen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte in Deutschland	141
6.6	Statistische Abgrenzung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft	148

Abbildungen

Abbildung 1-1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft	9
Abbildung 1-2: Binnensegmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft	13
Abbildung 2-1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2009-2010	18
Abbildung 2-2: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2008 – 2009	21
Abbildung 2-3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich 2009	23
Abbildung 2-4: Struktur der Erwerbstätigen insgesamt in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft 2009	24
Abbildung 2-5: Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009	26
Abbildung 2-6: Export in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009	28
Abbildung 2-7: Unternehmenstypologie nach offizieller EU-Definition	29
Abbildung 2-8: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen 2009	30
Abbildung 2-9: Unternehmensgrößen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf statistischen Teilgruppen 2009	31
Abbildung 2-10: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009	32
Abbildung 2-11: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Automobilindustrie 2009	32
Abbildung 2-12: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 Gliederung nach statistischen Teilgruppen	34
Abbildung 2-13: Entwicklung der freiberuflichen Künstler/innen in der Künstlersozialkasse 2000 – 2010	35
Abbildung 3-1: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Musikwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010	38
Abbildung 3-2: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Musikwirtschaft 2009	39
Abbildung 3-3: Entwicklung der Musikwirtschaft 2009-2010	40
Abbildung 3-4: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Buchmarkt nach Wirtschaftszweigen 2010	44
Abbildung 3-5: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Buchmarkt 2009	45
Abbildung 3-6: Entwicklung des Buchmarktes 2009-2010	46
Abbildung 3-7: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Kunstmarkt nach Wirtschaftszweigen 2010	50

Abbildung 3-8: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Kunstmarkt 2009	52
Abbildung 3-9: Entwicklung des Kunstmarktes 2009-2010	53
Abbildung 3-10: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Filmwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010	57
Abbildung 3-11: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Filmwirtschaft 2009	58
Abbildung 3-12: Entwicklung der Filmwirtschaft 2009-2010	59
Abbildung 3-13: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Rundfunkwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010	63
Abbildung 3-14: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Rundfunkwirtschaft 2009	64
Abbildung 3-15: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft 2009-2010	65
Abbildung 3-16: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Markt für darstellende Künste nach Wirtschaftszweigen 2010	68
Abbildung 3-17: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Markt für darstellende Künste 2009	69
Abbildung 3-18: Entwicklung des Marktes für darstellende Künste 2009-2010	70
Abbildung 3-19: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Designwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010	73
Abbildung 3-20: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Designwirtschaft 2009	74
Abbildung 3-21: Entwicklung der Designwirtschaft 2009-2010	75
Abbildung 3-22: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Architekturmarkt nach Wirtschaftszweigen 2010	78
Abbildung 3-23: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Architekturmarkt 2009	79
Abbildung 3-24: Entwicklung des Architekturmarktes 2009-2010	80
Abbildung 3-25: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Pressemarkt nach Wirtschaftszweigen 2010	82
Abbildung 3-26: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Pressemarkt 2009	84
Abbildung 3-27: Entwicklung des Pressemarktes 2009-2010	85
Abbildung 3-28: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Werbemarkt nach Wirtschaftszweigen 2010	87
Abbildung 3-29: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Werbemarkt 2009	88
Abbildung 3-30: Entwicklung des Werbemarktes 2009-2010	89

Abbildung 3-31: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Software-/Games-Industrie nach Wirtschaftszweigen 2010	92
Abbildung 3-32: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Software-/Games-Industrie 2009	93
Abbildung 3-33: Entwicklung der Software-/Games-Industries 2009-2010	94
Abbildung 4-1: Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010	97
Abbildung 4-2: Die Rangfolge der Länder in der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft – in Milliarden Euro Wertschöpfung - 2009	104
Abbildung 4-3: Die Rangfolge der Länder der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft - in relativen Werten – 2009	105
Abbildung 5-1: Entwicklung des Umsatzes der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 im Vergleich zum Vorjahr in Prozent	108
Abbildung 5-2: Entwicklung der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft 2011 gegenüber 2010 in Prozent	110
Abbildung 5-3: Selbständige Künstler/Schriftsteller/innen einschließlich Journalisten/innen 2009	112
Abbildung 5-4: Verteilung der selbständigen Künstler/innen nach Umsatzgrößenklassen 2009	113
Abbildung 5-5: Erwerbstätige im Kultursektor nach den Domänen 2009	115
Abbildung 5-6: Struktur der Erwerbstätigkeit des Kultursektors nach Stellung im Beruf 2009	116

1 Einleitung

1.1 Auftrag

Im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft wird jährlich über die aktuellen wirtschaftlichen Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft berichtet. Daher hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie dem Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln, den Auftrag erteilt, die jährliche Aktualisierung ausgewählter wirtschaftlicher Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft einschließlich deren Bewertung auf der Basis der Daten des Statistischen Bundesamtes - ergänzt durch eigene Berechnungen - durchzuführen.

Mit dem aktuellen Monitoringbericht 2010 erfolgt die Aktualisierung des Monitoringberichtes 2009¹. Beide Monitoringberichte basieren auf dem Forschungsgutachten „Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der "Kulturwirtschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht“ (kurz: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, 2009).

Das Forschungsinteresse richtet sich auf folgenden Kernfragen:

- Welches ökonomische Gewicht hat die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft und im Vergleich zu anderen klassischen Branchen?
- Was zeichnet die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Besonderen aus?
- Wo liegen Stärken und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft?

1.2 Definition

Definitionskern

Die Wirtschaftsministerkonferenz definiert die Kultur- und Kreativwirtschaft wie folgt:

Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung,

¹ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010): Monitoringbericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Forschungsbericht Nr. 594, Berlin

Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.

Das wesentliche Kriterium der Definition ist der erwerbswirtschaftliche Charakter der Unternehmen. Zu diesem Kreis der Unternehmen gehören demnach alle marktwirtschaftlichen Unternehmen, die mehrwertsteuerpflichtig sind oder die einfach mit Kunst, Kultur und Kreativität Geld verdienen wollen.

Nicht zu diesem Kreis zählen all jene Unternehmen, Einrichtungen oder sonstigen vereinsartigen Formen, die sich weitgehend nicht durch den Markt finanzieren, sondern durch öffentliche Finanzierung getragen, durch Gebührenfinanzierung unterhalten oder durch gemeinnützige Gelder bzw. private Geldgeber gefördert werden.

Eine solche Unterscheidung zwischen erwerbswirtschaftlichen oder marktwirtschaftlichen einerseits und nicht-marktwirtschaftlichen Unternehmen andererseits ist aus ordnungs- und steuerungspolitischen Gründen für die Lage in Deutschland von besonderer Bedeutung.

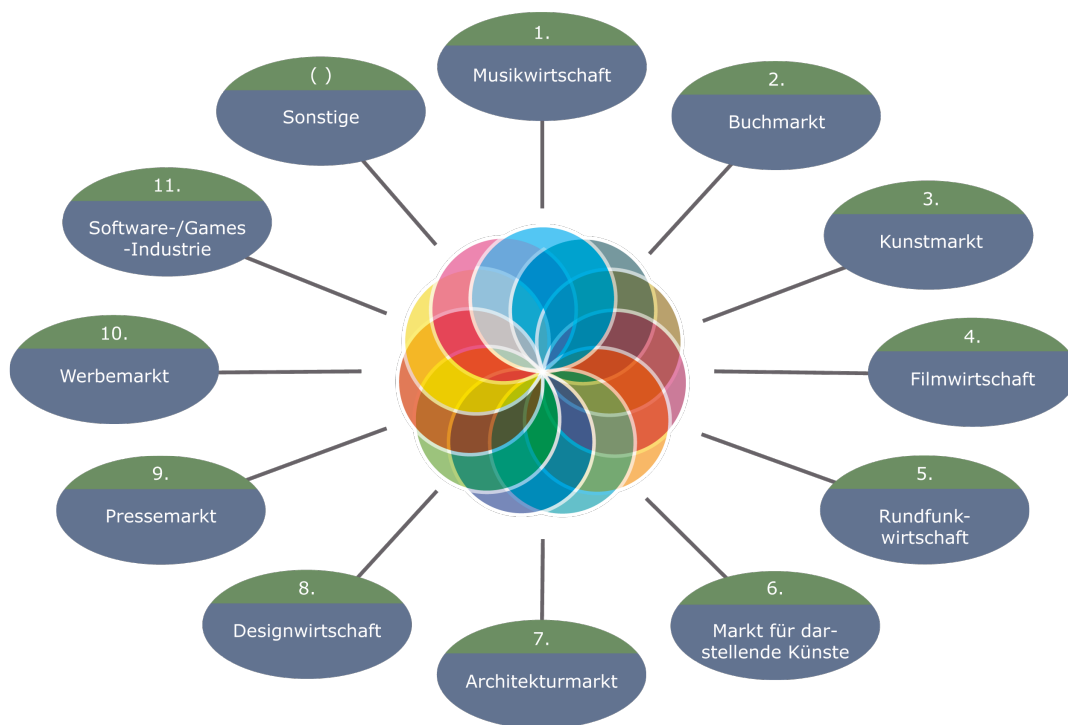
Abschließend ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die klare Bezugnahme auf den erwerbswirtschaftlichen Unternehmenstypus von zentraler Bedeutung für das Gesamtverständnis des kultur- und kreativwirtschaftlichen Feldes ist.

Branchenorientierung

Die Wirtschaftsministerkonferenz hat ebenfalls die Kernbranchen benannt, die zur Kultur- und Kreativwirtschaft gezählt werden sollen:

Die neun Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt und Pressemarkt werden unter dem Begriff „Kulturwirtschaft“ zusammengefasst. Zusätzlich werden die beiden Teilmärkte Werbemarkt sowie Software/Games-Industrie als sogenannte Kreativbranchen mit einbezogen. Mit den elf Teilbranchen ist das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt abgegrenzt.

Abbildung 1-1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

Die Wirtschaftsministerkonferenz hat sich damit für eine branchengegliederte oder teilmarktbezogene Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgesprochen. Die Branchengliederung stellt die in der Kultur- und Kreativwirtschaftsforschung² am weitesten verbreitete Form der Erfassung des Wirtschaftsfeldes dar.

Es gibt jedoch ebenso alternative Ansätze zur Strukturierung des Wirtschaftsfeldes, wie diejenige des britisch-australischen Ansatzes³, die nicht nach Branchen, sondern nach Berufsgruppen gliedert. Die zentrale Gliederungsstruktur geht von der Unterscheidung nach Kunst-, Kultur- und Kreativberufen aus, da die Forscher der Auffassung sind, dass der „kreative Kern“ durch die beruflichen Aktivitäten und Tätigkeiten besser erfasst werde als in der Darstellung nach wirtschaftlichen Aktivitäten bzw. nach wirtschaftlichen Branchen.

Ein anderer prominenter Ansatz wird von UNCTAD⁴ im Creative Economy Report 2010 vertreten. Die Autoren des UNCTAD-Reports stellen in der internationalen Debatte zur Creative Industries eine starke Heterogenität der Zuordnung von Teilbranchen fest und plädieren deshalb für die grundsätzliche Orientierung des Wirtschaftsfeldes nach Gütern und Dienstleistungen. Durch den Zugang zu Daten der Welthandelsstatistik kann UNCTAD die ökonomischen Potenziale der meisten Länder tatsächlich auch empirisch untersuchen.

² Zum Beispiel gliedern alle bisherigen deutschen Kulturwirtschaftsberichte nach Teilbranchen oder Teilmärkten.

³ Higgs, P./Cunningham, S./Bakhshi, H. (2008): Beyond the Creative Industries. Mapping the Creative Economy. NESTA, London

⁴ UNCTAD (2010): Creative Economy Report, Genf

Gegen die Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten wird immer wieder ins Feld geführt, hier würden unterschiedlichste Teilmärkte zusammengefasst, die zum Teil durch keinerlei wirtschaftliche Aktivitäten miteinander verbunden seien. Worin etwa besteht zum Beispiel die Gemeinsamkeit zwischen dem Kunstmarkt und der Filmwirtschaft? Was verbindet einen Architekten mit einem Buchhändler? Der Branchenkomplex Kultur- und Kreativwirtschaft verfügt tatsächlich über wirtschaftliche Felder und Teilmärkte, die sowohl miteinander verbunden sind als auch unverbunden nebeneinander existieren können. Zusätzlich wird die Einbeziehung einzelner Teilmärkte, wie die Software-/Games-Industrie kritisch gesehen, da sie wohl überwiegend durch Software- und weniger durch Games-aktivitäten geprägt sei (Flögel et al. 2011)⁵.

Diese konzeptionell strukturellen Defizite teilt die Kultur- und Kreativwirtschaft im Übrigen mit anderen verwandten Branchenkomplexen. So listet die Medienwirtschaft ebenfalls elektronische Medien und Printmedien der unterschiedlichsten Art auf, ohne dass diese in stringenter Weise miteinander wirtschaftlich verbunden wären.

Die Verwendung der unterschiedlichsten Begriffsbezeichnungen der Medienwirtschaft, vom IuK-, über IT-, und TIME- bis zum IKT-Markt belegen, wie schwierig es ist, den Branchenkomplex einheitlich zu verstehen und zu erfassen. Ein ähnliches Schicksal muss hier auch die Kultur- und Kreativwirtschaft hinnehmen, die ebenfalls boomende Begriffsvarianten von der „Kreativen Ökonomie“ bis zur „Kreativen Klasse“ kennt.

Insgesamt wird für die vorliegende Untersuchung nach dem Konzept der Branchengliederung verfahren, da hier die pragmatische Orientierung an vorhandene Marktstrukturen gegeben ist.

Schöpferischer Akt

Mit der Auflistung der elf Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft hat die Wirtschaftsministerkonferenz zwar das Wirtschaftsfeld abgesteckt, allerdings kann damit noch kein verbindendes Element identifiziert werden, welches den Branchenkomplex als eine Einheit erscheinen ließe.

Hier schlägt die Enquetekommission vor, den Begriff des „schöpferischen Aktes“ einzuführen.⁶ Die Autoren des Kapitels Kulturwirtschaft entwickeln dazu folgende Formulierung: „Es bleibt zu betonen, dass im Mittelpunkt der Kulturwirtschaft nicht der Beruf, sondern dessen Ausübung steht, also der schöpferische Akt der künstlerisch und kreativ

⁵Flögel, F./Gärtner, S. et al (2011): Kultur- und Kreativwirtschaft: mehr als Software? Internet-Dokument. Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik. Forschung Aktuell, Nr. 02/2011

⁶Enquetekommission (2007): Enquetekommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“, Kapitel Thema Kultur- und Kreativwirtschaft, S.348, Drucksache 16/7000 Deutscher Bundestag – 16. Wahlperiode

Tätigen ...“ Die Betonung des schöpferischen Aktes als zentraler Fokus der Kultur- und Kreativwirtschaft ist nachvollziehbar und führt zu folgenden Beschreibungen:

Der verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der schöpferische Akt von künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalten, Werken, Produkten, Produktionen oder Dienstleistungen.

Alle schöpferischen Akte, gleichgültig ob als analoges Unikat, Liveaufführung oder serielle bzw. digitale Produktion oder Dienstleistung vorliegend, zählen dazu. Ebenso können die schöpferischen Akte im umfassenden Sinne urheberrechtlich (Patent-, Urheber-, Marken-, Designrechte) geschützt sein. Sie können jedoch auch frei von urheberrechtlichen Bezügen (zum Beispiel bei ausübenden Künstlern) sein.

Mit diesen Umschreibungen des schöpferischen Aktes sind nur jene Inhalte- oder Kreativproduktionen verbunden, die einen ästhetischen Kern oder Bezug aufweisen. Ohne diese ästhetische Bindung verlöre sich der Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft ins Uferlose, wie bei den Begriffen der „Kreativen Klasse“ oder der „Kreativen Ökonomie“.

Umgekehrt ist der schöpferische Akt im Konzept der Kultur- und Kreativwirtschaft auch wesentlich als eine wirtschaftliche Kategorie zu verstehen. Denn die ästhetische Inhalteproduktion muss mit einem wirtschaftlichen Prozess einhergehen oder zu diesem hinführen.

Die Idee der allgemeinen Inhalte- oder Ideenproduktion, wie sie Richard Florida mit seiner „Kreativen Klasse“⁷ verwendet und darunter an erster Stelle die Mathematiker, Ingenieure und andere Naturwissenschaftler aufzählt, muss im Konzept der Kultur- und Kreativwirtschaft wieder auf die ästhetischen Verbindungen reduziert werden.

Ebenso ist die „Kreative Ökonomie“ als neue wirtschaftspolitische Leitidee der Landesregierung Nordrhein-Westfalen eine begriffliche Formel, mit der vor allem die Industriebranchen Automobil, Chemie, Kunststoff oder Energie zu neuen Entwicklungen angetrieben werden können. Immerhin zählt die Kultur- und Kreativwirtschaft ebenfalls zu diesen neuen Leitbranchen in Nordrhein-Westfalen.

Mit der Bindung der Kultur- und Kreativwirtschaft an den schöpferischen Akt und seinen ästhetischen Bezug ist zugleich eine weitere Eingrenzung verbunden. Denn vorwiegend technologisch-orientierte Produktionen, insbesondere des IT- oder Multimediabereichs zählen damit nicht zum Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Jedoch wird keinesfalls unterstellt, der Technologiesektor sei völlig unbedeutend für die Substanz und die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Gegenteil wird ausdrücklich betont, dass

⁷ Florida, R. (2002): The Rise of the Creative Class, New York

die technologische Entwicklung für viele Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft der wesentliche Treiber war und auch zukünftig sein wird. Inzwischen wird daher der Begriff des schöpferischen Aktes in der aktuellen Debatte mitunter als unscharf kritisiert (Heinze 2012, 7)⁸.

Zusammenfassend kann der Begriff „schöpferischer Akt“ als ein komplizierter Begriff bewertet werden. Er ist als Schlüsselbegriff der Kultur- und Kreativwirtschaft eine abstrakte, idealtypische Bezugskategorie, die nur schwer konkret zu erfassen ist, denn er besitzt z. B. nicht die physische Präsenz wie dies etwa der Schlüsselbegriff „Auto“ für die Schlüsselindustrie Automobilindustrie darstellt. Der „schöpferische Akt“ ist vielmehr ein nicht-haptischer Begriff, der Teil einer immateriellen Wirtschaft ist, die sich trotz des nicht-physischen Charakters anschießt, immer größere Anteile der Bruttowertschöpfung zu erbringen und im Übrigen auch für die Automobilindustrie wertvolle immaterielle Dienstleistungen beiträgt.

Besonderer Fokus Künstler/Künstlerin

Auch wenn die Enquetekommission den Begriff des „schöpferischen Aktes“ (mit Betonung des Werkbegriffs) an Stelle des Künstlers/Künstlerin in den Mittelpunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft setzt, wird es in der empirischen Analysepraxis doch immer wieder auf den Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf als konkreten Anknüpfungspunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft hinauslaufen. Denn die Kategorie Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf kann nach mindestens vier unterschiedlichen Bezügen dargestellt werden, die sich für die Erfassung in der Kultur- und Kreativwirtschaft besonders eignen.

- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf schafft wie oben erläutert, den schöpferischen Akt, dies ist der verbindende Kern für alle Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft.
- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf kann als berufliche Kategorie sowohl soziologisch als auch berufsclassifikatorisch empirisch zugeordnet werden.
- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf ist als wirtschaftliche Kategorie des freiberuflich Tätigen, des Selbständigen oder des Unternehmers ebenso wirtschaftsklassifikatorisch empirisch zu erfassen.
- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf ist in der Regel der Originärproduzent oder Urheber eines Werkes oder schöpferischen Aktes, der in einer fundamentalen

⁸Heinze, R./Hoose, F. (2012): Perspektiven der Wirtschaftsförderung für den Kultur- und Kreativsektor (Manuskript)

Beziehung zu seinen Verwertern steht. Diese Beziehung zwischen Urheber und Verwerter ist vermutlich eine der zentralen Fragestellungen für die Gesamtentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft.

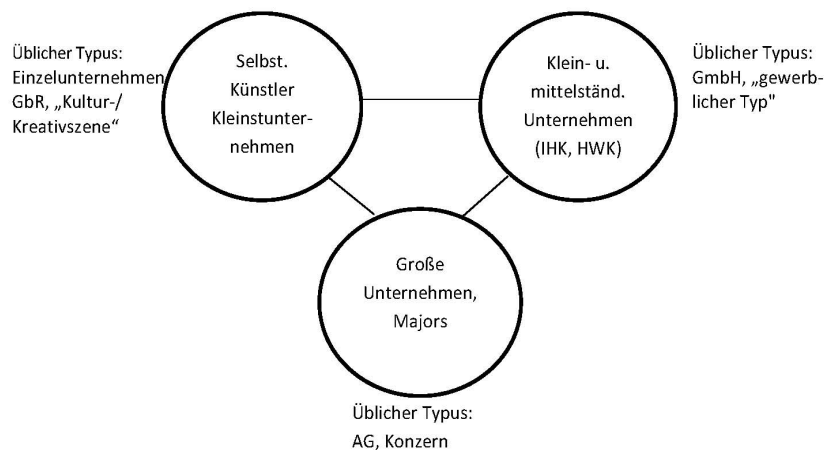
Zum Beispiel vereint das konstruierte Bild des Bildenden Künstlers und der Künstlerin alle genannten Aspekte: Der Bildende Künstler und die Künstlerin ist Schöpfer seines/ihres Werkes, arbeitet in seinem/ihrem professionellen Beruf und führt als Selbständige/r ein Künstleratelier. Er/sie setzt seine/ihre Werke entweder bei einem Galeristen/in oder Kunsthändler/in als Verwerter ab oder betätigt sich selbst als Verwerter/in am Markt.

Der Begriff des „schöpferischen Aktes“ ist eine gedankliche Konstruktion, die empirisch entweder durch das „Werk“ oder durch den „Schöpfer/Urheber“ konkretisiert werden kann. Aus empirisch-pragmatischen Gründen wird für die vorliegende Untersuchung der Künstler, die Künstlerin oder Kreative als Träger des schöpferischen Aktes eingeführt.

Binnensegmentierung

Abbildung 1-2: Binnensegmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Relevante Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: In Anlehnung an Kulturwirtschaftsbericht Köln⁹

Für alle Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft lassen sich verschiedenartige Akteure und Unternehmenstypen identifizieren. Die Binnensegmentierung nach Unternehmenstypologien unterscheidet in idealtypischer Form drei Unternehmenstypen: die Kleinstunternehmen, die klein- und mittelständischen Unternehmen sowie die Großunternehmen.

⁹Fesel, B./Söndermann, M. (2008): Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007, Hrsg. RheinEnergieStiftung Kultur, Köln

Typus **Kleinstunternehmen**: Zu den Kleinstunternehmen zählen die Künstler-, Kultur- und Kreativberufe in freiberuflicher Tätigkeit oder als selbständige Unternehmer. Die Büros, Ateliers, Agenturen oder Kleinbetriebe werden in der Regel als Einzelunternehmen, als GbR oder als loses Netzwerk organisiert. Sie arbeiten oftmals in experimenteller Form und entwickeln die Prototypen der Kultur- und Kreativitätsproduktion. Im Modell der Kultur- und Kreativwirtschaft nehmen sie nicht mehr, wie in der Medienwirtschaft meist üblich, die Rolle des Zulieferers ein. Die Kleinstunternehmen sind der erste wichtige Akteurstypus, der innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft gleichwertig zu den beiden anderen Unternehmenstypen betrachtet wird.

Typus **Klein- und mittelständische Unternehmen**: Die Klein- und mittelständischen Unternehmen bilden das Rückgrat der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie sind meist in GmbH-Form gewerblich organisiert und in Wirtschaftskammern zusammengefasst. Es handelt sich häufig um etablierte Unternehmen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft, deren Produktions- und Kommunikationsprozesse weitestgehend in normierten Strukturen ablaufen. In Abgrenzung zum ersten Akteurstypus gewinnen hier Geschäftsprinzipien wie Stabilität, Langfristigkeit oder Zuverlässigkeit an Gewicht. An die Stelle von Experiment und Entwicklung von Prototypen treten meist überschaubare Produkte und Dienstleistungen.¹⁰ Die Klein- und mittelständischen Unternehmen sind vielfach der wichtigste Träger hinsichtlich Wertschöpfung und Beschäftigung innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Typus **Großunternehmen**: Zum dritten Akteurstypus zählen die sogenannten Majors (Konzerne), die Leistungen der Kulturwirtschaft aufnehmen, sie weltweit vermarkten und dadurch Einkaufs- und Vertriebsmacht erlangen. Es handelt sich um etablierte große oder sehr große Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die nach meist vertrauten Geschäftsmodellen auf Standards basierende Reproduktionen schaffen und global verbreiten. Im Vergleich zu den beiden erstgenannten Akteurstypen, stellt die Refinanzierungsstrategie eine erheblich größere Bedeutung dar.

Insgesamt gilt für alle drei Akteurstypen: Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein hoch riskanter Bereich mit extrem schwankendem Markterfolg. Dies gilt ebenso für global agierende Kultur-/Kreativ-Unternehmen wie für lokale Kultur-/Kreativateliers oder regional agierende Klein- und mittelständische Unternehmen. Deshalb ist die differenzierte Kenntnis der jeweiligen funktionalen Strukturen und der Entwicklungsbedingungen jedes einzelnen der drei Unternehmenstypen von überragender Bedeutung. Eine erfolgreiche Wirtschaftspolitik kann nur dort die Erschließung neuer wirtschaftlicher Potenziale fördern, wo sie genaue und differenzierte Struktur- und Prozesskenntnisse erlangt.

¹⁰ Vgl. Gerig, M./Söndermann, M./Weckerle, C. (2008): *Kreativwirtschaft Schweiz. Daten. Modelle. Szenen.* Basel

2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung im Überblick

Vorbemerkung: Die statistische Datengrundlage unterscheidet sich von dem vorhergehenden Monitoringbericht¹¹ und dem Forschungsgutachten zur Kultur- und Kreativwirtschaft¹² aus dem Jahr 2009 in einigen grundsätzlichen Aspekten:

Die Ablösung der alten Klassifikation WZ-2003 durch die neue Klassifikation WZ-2008 hat zu starken Verschiebungen und Neuordnung von einzelnen Wirtschaftszweigen geführt. Im Zuge einer internationalen Vergleichbarkeit der Daten wurden nationale Aktivitäten den international gebräuchlichen Aktivitäten zugeordnet. So zählt das Verlagsgewerbe nicht mehr zu „Papier und Druck“ im verarbeitenden Gewerbe, sondern zum Abschnitt „Information und Kommunikation“. Ebenso wurden die Software- und Gamesverlage aus der früheren Wirtschaftsgruppe „Softwarehäuser“ herausgenommen und entsprechend der internationalen Praxis nunmehr der Wirtschaftsgruppe „Verlagsgewerbe“ zugeordnet.

Die Neuzusammenstellung von Wirtschaftsaktivitäten nutzten die amtlichen Stellen zugleich auch zur Überprüfung der Zuordnung der einzelnen Unternehmen zum „richtigen“ Wirtschaftszweig. Dadurch kommt es zum Teil zu drastischen Veränderungen der Unternehmens- oder Leistungszahlen. So reduzierte sich zum Beispiel die Zahl der Film-/TV-Produktionsunternehmen von 7.200 (im Jahr 2008) auf rund 5.800 (im Jahr 2009). Auch in anderen Wirtschaftszweigen, wie zum Beispiel beim Rundfunk und beim Verlagsgewerbe, ist es durch die Neuordnung teilweise zu starken Veränderungen bei den Grunddaten gekommen.

Beide Aspekte führen deshalb zu einem starken Bruch beim Vergleich der beiden Jahre 2008 und 2009. Für die Umsatzsteuerstatistik wurde jedoch keine sogenannte Rückrechnung zum Jahr 2008 auf der Basis der neuen WZ-2008 erstellt. Zur Beschäftigtenstatistik hingegen liegen die Übergangsjahre ab 2007 und 2008 nach neuer WZ-2008 vor. Da jedoch drei Kategorien - Unternehmen, Umsatz und Erwerbstätigkeit - unmittelbar von dem statistischen Neuordnungsprozess 2008/2009 betroffen sind wird grundsätzlich darauf verzichtet, die Zeitreihe von 2003 bis 2008 fortzusetzen. Stattdessen beginnt der vorliegende Monitoringbericht mit dem Basisjahr 2009 und der darauf beruhenden neuen Definition mit den neuen Datenbeständen. Für den vorliegenden Bericht kann deshalb lediglich der Vergleichszeitraum 2009/2010 angeboten werden.

¹¹ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010): Monitoringbericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Forschungsbericht Nr. 594, Berlin

¹² Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2009): Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft. Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der "Kulturwirtschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Köln, Bremen, Berlin Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Die folgenden empirischen Analysen stützen sich auf die Daten aus der amtlichen Statistik. Dazu haben das Statistische Bundesamt und die Bundesagentur für Arbeit neben den allgemein zugänglichen Statistiken jeweils Sonderauswertungen zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden die Daten der Künstlersozialkasse ergänzend einbezogen.

Für die Interpretation der Ergebnisse sei an dieser Stelle nochmals auf die Gültigkeit der Daten hingewiesen. Bei allen Datenangaben der Jahre 2009 bis 2010 handelt es sich in der Regel um endgültige statistische Daten, sofern sie der Umsatzsteuerstatistik entnommen sind. Dies bezieht sich auf die Angaben zu den Unternehmen und ihren Umsätzen.

Die statistischen Daten zu den Jahren 2009 und 2010 aus der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit (BA) gelten als sogenannte vorläufige Daten. Sie können somit zu einem späteren Zeitpunkt gegebenenfalls nochmals geändert werden.

Die Angaben zu den Erwerbstätigen beruhen auf einer Kombination der Umsatz- und Beschäftigtenstatistik und haben somit ebenfalls vorläufigen Charakter.

Die Daten zur Bruttowertschöpfung der Jahre 2009 und 2010 wurden auf Basis der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) ermittelt.

Die absoluten Zahlen

Im Jahr 2010 existieren in der Kultur- und Kreativwirtschaft knapp 240.000 Unternehmen. Sie erzielen zusammen ein Umsatzvolumen von insgesamt mehr als 137 Milliarden Euro und bieten knapp 720.000 abhängig Beschäftigten einen Voll- oder Teilzeitarbeitsplatz. Zusammen mit den Selbständigen arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland eine knappe Million Erwerbstätige. Insgesamt leistet die Kultur- und Kreativwirtschaft damit im Jahr 2010 schätzungsweise einen Beitrag in Höhe von 63,7 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung.

Die prozentualen Anteilswerte

Gemessen an der Gesamtwirtschaft erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 bei den Unternehmen einen Anteil von knapp 7,6 Prozent, beim Umsatz einen Anteil von 2,6 Prozent, bei den abhängig Beschäftigten einen Anteil von 2,6 Prozent und bei den Erwerbstätigen einen Anteil von rund 3,1 Prozent. Der Anteil der Bruttowertschöpfung am Bruttoinlandsprodukt (BIP) liegt für die Jahre 2009 bis 2010 bei jeweils 2,6 Prozent.

Alle Beschäftigungs- und Erwerbstätigendaten enthalten einen sogenannten Kernbestand der Erwerbstätigkeit, soweit diese sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze umfasst oder Freiberufler bzw. selbständige Unternehmer bei den Steuerbehörden, die als Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft registriert sind. Minijobs bzw. geringfügig Beschäftigte und Tätige werden in den folgenden Angaben in der Regel extra ausgewiesen oder nachrichtlich angegeben.

Die kurzfristige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft verläuft im jüngsten Vergleichsjahr insgesamt in allen untersuchten Kategorien positiv.

- Im Einjahresvergleich 2009 zu 2010 steigt die Zahl der Selbständigen und Unternehmen um 0,4 Prozent an. Die Unternehmenslandschaft entwickelt sich damit deutlich schwächer als in der früheren Vergleichsperiode (2003-2008).
- Die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt aktuell einen Umsatzzuwachs an: Mit einem Plus von 2,2 Prozent wächst das Umsatzvolumen des Jahres 2010 gegenüber dem Vorjahr 2009. Dieser Umsatzzuwachs in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Verbindung mit der konjunkturellen Erholung der Gesamtwirtschaft zu sehen, die im Jahr 2010 allerdings mit einem Plus von 7 Prozent erheblich mehr zulegt als die Kultur- und Kreativwirtschaft.
- Der Erwerbstätigenmarkt hingegen stagniert im Vergleich zur wirtschaftlichen Entwicklung. Im Jahr 2010 schrumpft die Zahl der Erwerbstätigen um 0,2 Prozent gegenüber 2009.

Die Gründe für die stagnierende Entwicklung im Erwerbstätigenmarkt liegen zum einen in der schwachen Entwicklung der Unternehmenszahlen. Zum anderen ist die Zahl der abhängig Beschäftigten in den Jahren 2009 und 2010 – minimal – um 0,4 Prozent geschrumpft. Dieser neue Trend konterkariert das positive Bild aus dem Krisenjahr 2009, in dem die Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft noch entgegen der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung gewachsen war.

Die Befunde signalisieren eine nachlassende oder schwächelnde Wachstumsdynamik bei den Unternehmen und Selbständigen, die nach der Krise 2009 nun auf eine stärkere wirtschaftliche Dynamik der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft hoffen. Im Hinblick auf die Beschäftigungslage kann die stagnierende Lage allerdings auch als stabilisierender Faktor bewertet werden. Wie erste Daten zum Jahr 2011 deutlich machen, wird die Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft voraussichtlich einen starken Zuwachs erfahren.

Die Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft machen deutlich, dass dieser Branchenkomplex durch einen hohen Anteil an Kleinst- und Kleinunternehmen

gekennzeichnet ist. Der Umsatz je Unternehmen liegt im Jahr 2010 bei 573.000 Euro und erreicht damit lediglich ein Drittel des Umsatzwertes eines durchschnittlichen Unternehmens in der Gesamtwirtschaft.

Wie der Vergleichswert zum Vorjahr (2009: 563.000 Euro) anzeigt, ist der Umsatzwert je Kultur- oder Kreativunternehmen angestiegen, allerdings steigt die Anzahl der Kreativunternehmen in diesem Zeitraum nicht entsprechend.

Insgesamt bleibt die Tendenz zu den Kleinstunternehmensstrukturen in der Kultur- und Kreativwirtschaft bestehen. Dies belegen auch die Kennzahlen zur Beschäftigung und Erwerbstätigkeit. Im Durchschnitt verfügt ein Kultur- oder Kreativunternehmen über 3,0 Arbeitsplätze mit sozialversicherungspflichtigen Verträgen; der entsprechende Wert steigt bei den Erwerbstätigen je Unternehmen auf 4,0 Arbeitsplätze.

Abbildung 2-1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2009-2010

Kategorie	2009	2010*	Veränderung in % 2010/ 2009
Anzahl Unternehmen in Tsd. (1)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	238	240	0,4%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,6%	7,6%	-
Umsatz in Mrd. €			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	134,3	137,3	2,2%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,7%	2,6%	-
Anzahl Beschäftigte in Tsd.(svB) (2)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	723	720*	-0,4%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,6%	2,6%	-
Anzahl Erwerbstätige in Tsd. (3)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	962	960*	-0,2%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,2%	3,1%	-
Anzahl geringfügig Tätige in Tsd. (4)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	194	205*	5,6%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,6%	4,8%	-
Anzahl geringfügig Beschäftigte in Tsd. (5)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	510	505*	-1,0%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,1%	6,9%	-
Anzahl Erwerbstätige total in Tsd. (6)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	1.666	1.675*	0,5%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,3%	4,3%	-
Bruttowertschöpfung in Mrd. € (7)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	62,7	63,7*	1,7%
- Anteil KKW am BIP	2,6%	2,6%	-
- Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.374,5	2.476,8	4,3%
Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft			
Umsatz je Unternehmen in Tsd. €	563	573	1,8%
Umsatz je Beschäftigter in Tsd. €	186	191	2,6%
Umsatz je Erwerbstätiger in Tsd. €	140	143	2,4%
Beschäftigte je Unternehmen	3,0	3,0	-0,8%
Erwerbstätige je Unternehmen	4,0	4,0	-0,6%

BWS je Erwerbstätiger in Tsd. €	65,2	66,4	1,9%
---------------------------------	------	------	------

Hinweise: (*) vorläufige Angaben bzw. Schätzungen. (1) Steuerpflichtige Unternehmer/n mit 17.500 € Jahresumsatz und mehr. (2) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte. (3) Erwerbstätige umfassen: steuerpflichtige Unternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB). (4) Zusätzlich geringfügig Tätige (Freiberufler, Selbständige mit weniger als 17.500 € Jahresumsatz auf Basis Mikrozensus). (5) Zusätzlich statistisch nachweisbare geringfügig Beschäftigte und Schätzungen auf Basis Mikrozensus. (6) Erwerbstätige total umfasst sämtliche Selbständige und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Beschäftigter und Tätige auf Basis Mikrozensus. (7) Bruttowertschöpfung 2009 basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und umfasst nur Mindestangaben (VGR, Stand: Oktober 2011, WZ-Auswahl: 58-60, 73, 90-92, ohne 62, 71, 74); BWS 2010 Schätzung. Quelle: Destatis 2012; Bundesagentur für Arbeit 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

2.2 Anteil an der Wertschöpfung

Vorbemerkung: In der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Bundesamtes wird die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht eigenständig ausgewiesen. Als Querschnittsbranche ist sie – nach der traditionellen Statistik – über eine Vielzahl von Wirtschaftsbereichen verteilt. Sie ähnelt darin dem größeren Branchenkomplex der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) oder auch der verästelten Struktur der Medienwirtschaft.

Mit der Einführung der neuen Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008 wird es allerdings möglich, wichtige Gruppen der Kultur- und Kreativwirtschaft aus der VGR herauszurechnen. So liegen inzwischen Wertschöpfungsangaben für das Verlagsgewerbe (WZ-Nr. 58), die Musik-, Film- und Rundfunkwirtschaft (WZ-Nr. 59-60), den Werbemarkt (mit Marktforschung, WZ-Nr. 73) und für die Gruppe Kunst und Kultur (WZ-Nr. 90-92). In letzterer sind vorwiegend die darstellenden Künste und die selbständigen Künstler/innen erfasst – allerdings auch das Glücksspiel. Die genannten Gruppen werden im Folgenden erstmals zu einer vorläufigen Berechnung der bundesweiten Wertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Jahre 2008 und 2009 zurückgerechnet.

In Abweichung zum oben erläuterten Hinweis des Basisjahres 2009 für alle Datenbestände, wird hier zusätzlich das Jahr 2008 dargestellt. Dies ist möglich, da das Statistische Bundesamt die VGR-Daten sowohl für das Jahr 2008 als auch für das 2009 nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation aufbereitet hat.

Im Jahr 2008 erwirtschaftet die Kultur- und Kreativwirtschaft nach dieser Abgrenzung eine Bruttowertschöpfung von schätzungsweise etwas mehr als 61 Milliarden Euro.¹³ Im Folgejahr 2009 steigt sie auf knapp 63 Milliarden Euro. Das macht einen Zuwachs von 1,9 Prozent aus. Der Anteil am Bruttoinlandsprodukt liegt im Jahr 2009 bei rund 2,6 Prozent.

¹³ Ausweislich der VGR-Abteilung des Statistischen Bundesamtes handelt es sich hier um vorläufige Daten, die erstmals nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008 erstellt wurden. Dieser Vorbehalt gilt in geringerem Maße auch für die zum Vergleich herangezogenen klassischen Branchen wie dem Fahrzeug- und Maschinenbau, dem Finanzgewerbe oder der Chemieindustrie.

Der positive Befund für das Krisenjahr 2009 überrascht, da der Monitoringbericht 2009¹⁴ noch von einem deutlichen Rückgang ausgegangen war. Möglicherweise liefert der Blick auf die Binnenergebnisse der ausgewählten Gruppen eine erste Erklärung für das Wachstum:

- Nach den neuen VGR-Angaben erzielt das Verlagsgewerbe im Jahr 2009 eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 18,3 Milliarden Euro und legt damit zweistellig um knapp 13 Prozent (!) gegenüber dem Jahr 2008 zu.
- Noch stärker sind die Wertschöpfungsbeiträge bei den Musik-, Film- und Rundfunkwirtschaftsgruppen gestiegen. Ihr gemeinsames Plus liegt bei fast 14 Prozent.
- Die Gruppe Kunst und Kultur erreicht im Jahr 2009 inklusive des ihr zugeordneten Segmentes Glücksspiel einen Bruttowertschöpfungsbeitrag von 20,1 Milliarden Euro, was einem Zuwachs von 1,1 Prozent gegenüber dem Jahr 2008 entspricht. Davon entfallen auf den reinen Kunst- und Kulturbetrieb rund 7 Milliarden Euro.
- Dagegen schrumpfen Werbemarkt und Marktforschung um knapp 18 Prozent. Nun gilt gerade dieser Bereich wegen seiner Konjunkturanfälligkeit als wichtiger Indikator für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Man nimmt bisher an, dass er die Entwicklung anderer kultur- und kreativwirtschaftlicher Teilmärkte konjunkturell vorweg nimmt oder doch mindestens beeinflusst (insbesondere den Pressemarkt, die Rundfunkwirtschaft und die Filmwirtschaft). Die hier vorgestellten Daten weisen jedoch eher auf eine deutlich größere Distanz der Teilmärkte hin.
- Ein Teil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Branchen (u.a. Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen etc., Architektur-, Ingenieur- und Designbüros) werden in den aufgeführten Gruppen Verlagsgewerbe bis Werbung erfasst bzw. sind noch nicht in diese Auswertung einbezogen.

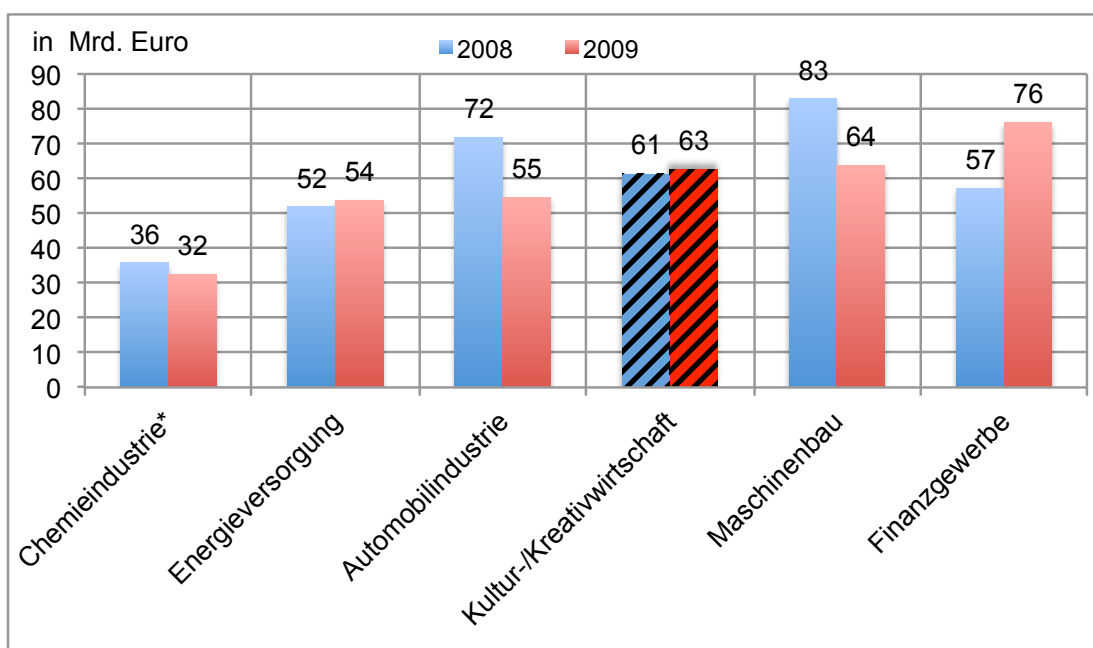
Vergleicht man den Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft nach der obigen Definition zur Wertschöpfung im Jahr 2009 mit wichtigen deutschen Wirtschaftszweigen, so ist das Ergebnis verblüffend. Die Chemische Industrie¹⁵ liegt bei 32 Milliarden Euro, der Maschinenbau bei 64 Milliarden Euro, das Finanzgewerbe bei 76 Milliarden Euro. Besonders spektakulär ist der Vergleich mit dem Fahrzeugbau. Dieser schrumpfte von 72 Milliarden Euro (2008) auf nunmehr 55 Milliarden Euro. Für 2010 erwartet das Statistische Bundesamt allerdings eine deutliche Steigerung auf knapp 68 Milliarden Euro. Für 2011 rechnet es mit einem neuen Höchstwert von knapp 75 Milliarden Euro.

¹⁴ BMWI (Hrsg.): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Berlin 2010

¹⁵ nach neuer Abgrenzung ohne Pharmazie und deshalb mit deutlich geringerem Wertschöpfungsvolumen

Die Erfahrungen aus dem Krisenjahr 2009 lassen den vorsichtigen Schluss zu, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft im direkten Vergleich mit klassischen Industriebranchen deutlich geringeren Schwankungen ausgesetzt ist. Das dürfte mit ihrer breiten Aufstellung zusammenhängen: ihre Kundschaft umfasst sowohl den Produktions- und Handelssektor wie private und öffentliche Dienstleister. Dadurch werden die Auswirkungen eines krisenhaften Konjunkturverlaufs in gewissen Grenzen abgefedert. Hier scheint sich die oft als Schwäche gezeigte geringe Exportorientierung als Stärke zu erweisen.

Abbildung 2-2: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2008 – 2009



Hinweise: Die Schätzungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf den Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen, Angaben in jeweiligen Preisen
 Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Detailergebnisse 2010, Stand: Sept. 2011, Destatis; eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die neue Klassifikation hat auch im europäischen Kontext zu erheblich besseren Grunddaten für die Kultur- und Kreativwirtschaft geführt. Eine Auswertung auf der Basis des statistischen Materials des europäischen Statistikamtes Eurostat ergibt für den Ländervergleich der 10 größten Mitgliedstaaten eine quantitative Spitzenstellung für Deutschland. Mit mehr als 60 Milliarden Euro Wertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt Deutschland im Jahr 2009 vor dem Vereinigten Königreich, welches nach den Eurostat-Daten einen Wertschöpfungsbeitrag von rund 51 Milliarden Euro erzielt, gefolgt von den französischen Nachbarn mit einem Wertschöpfungsbeitrag von rund 43 Milliarden Euro. Alle drei EU-Staaten erwirtschaften bereits deutlich mehr als die Hälfte der insgesamt in der Europäischen Union erzielten Bruttowertschöpfung Kultur- und Kreativwirtschaft in Höhe von rund 277 Milliarden.

Die erwartbaren Größenverhältnisse der drei Mitgliedstaaten ändern sich jedoch, sobald das Gewicht der Kultur- und Kreativwirtschaft für die jeweilige Gesamtwirtschaft in Betracht gezogen wird. Hier stehen die Niederlande mit einem Anteilswert von 3,4 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft am gesamten Bruttoinlandsprodukt an der Spitze des Rankings der Mitgliedstaaten, gefolgt von Schweden und dem Vereinigten Königreich mit jeweils 3,3 Prozent. Deutschland erreicht ein solides Mittelfeld und liegt mit 2,6 Prozent Anteil im ungefähren Mittelfeld der Europäischen Union (Anteil 2,4 Prozent). Zu den weiteren Befunden siehe das Spezialkapitel Europäische Kultur- und Kreativwirtschaft (Kap. 4.2).

2.3 Erwerbstätige

Die Zahl der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht im Jahr 2009¹⁶ einen Umfang von 962.000 Personen. Rund 25 Prozent der Erwerbstätigen zählen zu den Selbständigen, während die restlichen 75 Prozent mit 723.000 Personen die Gruppe der abhängig Beschäftigten bilden. Insgesamt erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft damit einen Anteil von 3,2 Prozent an der Erwerbstätigkeit der Gesamtwirtschaft.

Diese Eckdaten umfassen ausschließlich den Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die zusätzlichen Gruppen der geringfügig Tätigen (Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz) und geringfügig Beschäftigten (mit insgesamt mehr als 700.000 Beschäftigungsfälle) werden an dieser Stelle ausgeklammert, da hier ein Branchenvergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit den klassischen Wirtschaftsbranchen vorgestellt werden soll.

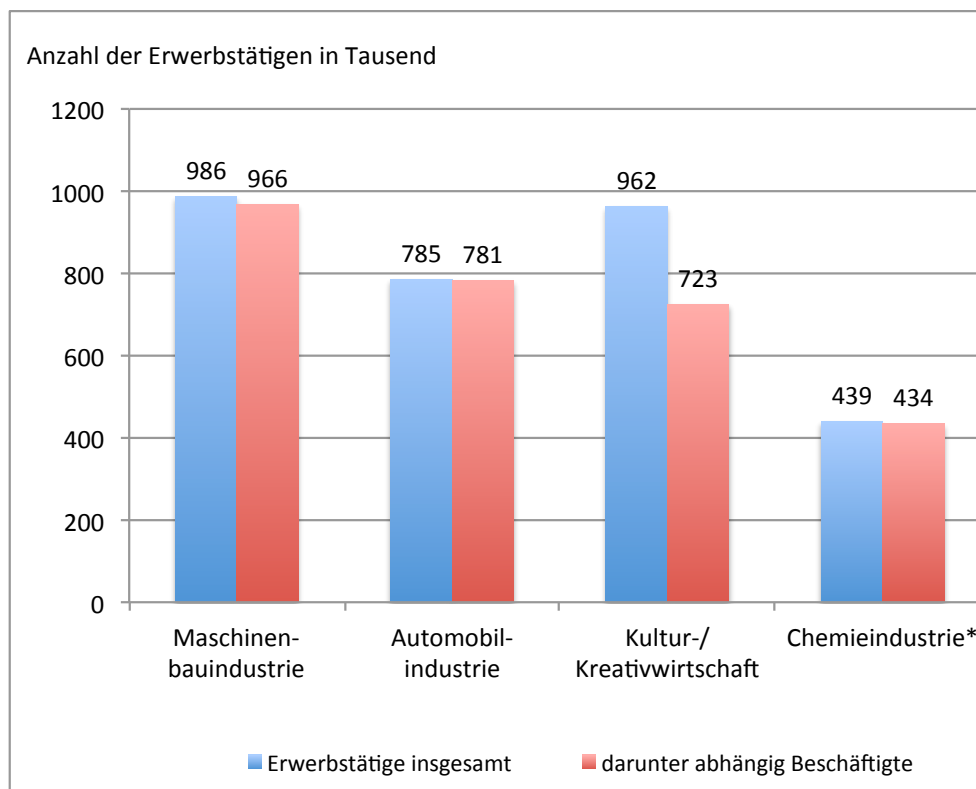
Die klassischen Wirtschaftsbranchen Maschinenbau, Automobilindustrie und chemische Industrie zeichnen sich durch einen hohen Anteil an Vollerwerbsarbeitsplätzen aus. Deshalb werden nur solche Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft einbezogen, die entweder in Vollzeit arbeiten, oder in Teilzeit (in der Regel mit 19 Wochenstunden und mehr).

Wie die Abbildung deutlich macht, liegt der Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft mit rund 723.000 abhängig Beschäftigten fast auf gleicher Höhe mit dem Vergleichsmarkt der Automobilindustrie, der 781.000 abhängig Beschäftigte umfasst. Die weiteren Branchenmärkte, der Maschinenbau, der 966.000 abhängig Beschäftigte umfasst, liegt mit einem Viertel über dem Niveau der Kultur- und Kreativwirtschaft, die chemische Industrie hingegen liegt mit etwas mehr als einem Viertel unter dem Niveau der Kultur- und Kreativwirtschaft.

¹⁶ Die Darstellung der Erwerbstätigen bezieht sich in diesem Abschnitt abweichend auf das Jahr 2009, da die Vergleichsdaten der klassischen Wirtschaftsbranchen Maschinenbau etc. für das Jahr 2010 zum Redaktionsschluss noch nicht vorlagen.

Im Hinblick auf die Zahl der Selbständigen ragt die Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem Anteil von 25 Prozent an der Gesamtzahl der Erwerbstätigen im Branchenvergleich deutlich hervor. Diese Gruppe spielt in den klassischen Wirtschaftsbranchen in quantitativer Hinsicht eine untergeordnete Rolle. Rund 4.000 Selbständige in der Automobilindustrie und 5.000 Selbständige in der chemischen Industrie bilden nur einen Bruchteil des Anteils der Kultur- und Kreativwirtschaft, die mit etwa 238.000 bis 239.000 Selbständige einen überdurchschnittlichen Anteil der Erwerbstätigen ausmachen. Lediglich die Maschinenbauer verfügen mit mehr als 20.000 Selbständigen über ein gewisses quantitatives Kontingent.

Abbildung 2-3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich 2009



Hinweise: Erwerbstätige umfassen die Selbständigen nach der Umsatzsteuerstatistik und die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Beschäftigtenstatistik, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2011; eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bekanntermaßen bilden die großen nationalen und internationalen Unternehmen in den klassischen Industriebranchen für viele tausende Beschäftigte eine tragende Rolle als Arbeitgeber. Deshalb hatte die Wirtschaftskrise 2009 für viele Menschen dieser Branchen besondere schwerwiegende Folgen. So arbeiteten nach der neuen Zählung (Klassifikation WZ-2008) in der Automobilindustrie im Jahr 2008 noch 813.000 abhängig Beschäftigte. Diese Zahl verringerte sich im Jahr 2009 auf 781.000 abhängig Beschäftigte. Die Automobilindustrie hat demnach mehr als 30.000 abhängig Beschäftigte in diesem Zeitraum

verloren. Die Kultur- und Kreativwirtschaft musste nach neuer Zählung (WZ-2008) ebenfalls mit einem Beschäftigungsverlust zurechtkommen. So verloren rund 8.000 abhängig Beschäftigte zwischen den Jahren 2008 und 2009 ihre Arbeitsplätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im direkten Vergleich mit der Automobilindustrie hat die Kultur- und Kreativwirtschaft allerdings erheblich weniger an Beschäftigten verloren.

Insgesamt kann mit diesem Branchenvergleich die relativ große Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar gemacht werden, denn dieser Branchenkomplex muss nach wie vor um seine Anerkennung in der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit ringen.

Abbildung 2-4: Struktur der Erwerbstätigen insgesamt in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft 2009

	Kultur- und Kreativwirtschaft		Gesamtwirtschaft	
	Anzahl 2009	%-Anteil	Anzahl 2009	%-Anteil
Kernbereich				
I. Erwerbstätige ohne geringfügig Tätige/ Beschäftigte	961.768	57,7	30.515.638	78,9
<i>davon:</i>				
- <i>Selbständige/ Unternehmer</i> <i>(ab 17.500 € Jahresumsatz) (1)</i>	238.479	14,3	3.135.54	8,1
- <i>Abhängig Beschäftigte</i> <i>(sozialversicherungspflichtig (2))</i>	723.289	43,4	27.380.09	70,8
Zusätzlich				
II. geringfügig Tätige nach Mikrozensus (4)	194.339	11,7	1.079.458	2,8
III. geringfügig Beschäftigte nach BA(3)	296.800	17,8	7.066.904	18,2
Zusätzlich geringfügig Beschäftigte nach Mikrozensus	213.040	12,8	-	-
I.-III. Insgesamt	1.665.948	100,0	38.662.000	100,0

Hinweise: (1) Angaben aus Umsatzsteuerstatistik. (2) Angaben aus Beschäftigtenstatistik. (3) Angaben aus Statistik der geringfügig Beschäftigten und im Nebenjob Beschäftigte. (4) Angaben aus Mikrozensus, Selbständige mit weniger als 17.500 € Jahresumsatz.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Mikrozensus, Destatis 2011; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Über den Kernbereich der Erwerbstätigen hinaus existiert in der Kultur- und Kreativwirtschaft zusätzlich eine große Zahl von geringfügig Beschäftigten bzw. geringfügig Tätigen. Nach den statistischen Quellen der Bundesagentur für Arbeit und dem Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes können folgende Kontingente ermittelt werden:

Als sogenannte geringfügig Beschäftigte arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2009 nach den Angaben der Bundesagentur für Arbeit rund 297.000 Personen. Hier handelt es sich ausschließlich um geringfügig Beschäftigte und im Nebenjob Beschäftigte. Zusätzlich lassen sich aus der Mikrozensususerhebung nach neuer Zählung (WZ-2008) weitere Beschäftigungsgruppen ermitteln, die rund 213.000 geringfügig Beschäftigte umfassen.

Diese Gruppe zählt sich nach eigener Einschätzung, entsprechend dem Befragungskonzept des Mikrozensus, zu den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Zahl ist somit lediglich als grober Anhaltswert zu behandeln.

Des Weiteren gibt es eine große Zahl von freien Mitarbeitern oder sonstigen projektbezogen arbeitenden Personen, die zum kleineren Teil über den Mikrozensus erfasst und der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet werden kann. Demnach waren im Jahr 2009 mindestens rund 194.000 freiberuflich Tätige oder Personen mit einer Nebenerwerbstätigkeit mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv.

In der Gesamtübersicht konnte aus den verschiedenen statistischen Quellen ein Erwerbstätigenvolumen von insgesamt mehr 1,67 Millionen Personen für das Jahr 2009 ermittelt werden. Diese Zahl weicht von der im letzten Monitoringbericht ermittelten Gesamtzahl von 1,47 Millionen Personen wegen der zusätzlichen Aufnahme der aus dem Mikrozensus ermittelten Gruppe der geringfügig Beschäftigten ab.

Im Strukturvergleich der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit den Erwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft ergeben sich folgende Unterschiede:

Im Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten rund 14 Prozent (238.500 Personen) aller Erwerbstätigen als Selbständige. Nimmt man das Kontingent der geringfügig Tätigen, die nach dem Mikrozensus mindestens rund 12 Prozent (194.000 Personen) in der Kultur- und Kreativwirtschaft ausmachen, hinzu, steigt der Anteil der Selbständigen auf 26 Prozent an allen Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

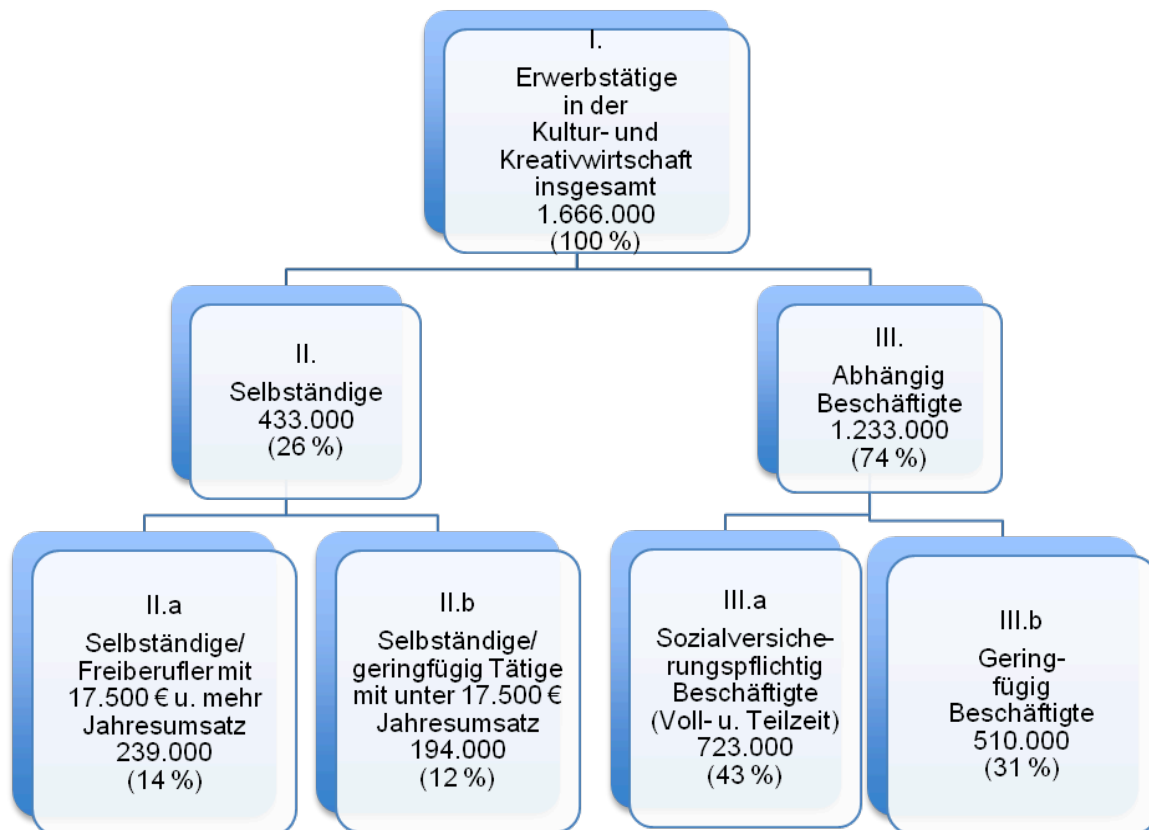
Der Vergleich zur Struktur der Gesamtwirtschaft ergibt folgende Anteilswerte: 8 Prozent aller Erwerbstätigen (3,14 Millionen Personen) sind im vergleichbaren Kernbereich als Selbständige tätig. Hinzu kommen weitere knapp 3 Prozent (1,08 Millionen Personen), die als geringfügig Tätige nach dem Mikrozensus erfasst werden können. Zusammen liegt die Zahl der Selbständigen in der Gesamtwirtschaft bei rund 11 Prozent. Der Selbständigenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist damit rund zweieinhalb mal höher als in der Gesamtwirtschaft.

In der Gruppe der abhängig Beschäftigten erreicht der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Wert von 43 Prozent (723.300 Personen), während der entsprechende Anteil in der Gesamtwirtschaft knapp 71 Prozent ausmacht (27,38 Millionen Personen). Somit ist der Beschäftigtenanteil mit sogenannten existenzfähigen Arbeitsplätzen in der Gesamtwirtschaft deutlich höher.

Umgekehrt stellen sich wiederum die Vergleichsrelationen in der Gruppe der geringfügig Beschäftigten dar: In der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es mehr als 30 Prozent (510.000 Personen) geringfügig Beschäftigte. Demgegenüber erreicht die vergleichbare Gruppe in der

Gesamtwirtschaft ein Anteil von 18 Prozent (7,07 Millionen Personen). In der Kultur- und Kreativwirtschaft besteht somit im Vergleich zur Gesamtwirtschaft bei den geringfügig Beschäftigten ein deutliches Übergewicht.

Abbildung 2-5: Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009



Hinweise: Überblick über die statistisch nachweisbaren Teilgruppen der Erwerbstätigen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusätzlich ist eine große Zahl von projektbezogenen Jobs oder temporären freien Mitarbeitern vorhanden, die statistisch derzeit nicht erfassbar sind. Die Gruppen II.a und II.b werden in der vorliegenden Studie als Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft verstanden, da diese Gruppen die wesentlichen Aussagen über die wirtschaftlichen Trends erlauben. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Mikrozensus, Destatis 2011; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Gesamtbetrachtung des Erwerbstätigenmarktes in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem Kernbereich und den zusätzlichen geringfügigen Beschäftigungen und Tätigkeiten zeigt im Vergleich zur Gesamtwirtschaft das erwartete fragmentierte Bild.

Im Verlauf des vorliegenden Monitoringberichtes wird auf den Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft Bezug genommen, um in der Darstellung der elf Teilmärkte eine möglichst vergleichende einheitliche Erfassung der wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Aktivitäten zu erzielen. Dazu zählen die Gruppe II.a: Selbständige mit mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz und die Gruppe III.a sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Voll- und Teilzeit).

2.4 Export

Vorbemerkung: Die statistische Erfassung zur Ermittlung der Exporte in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist nach wie vor nur auf der Basis eines äußerst eingeschränkten Datenbestandes zu bearbeiten. Es ist deshalb geboten, diese für die Kultur- und Kreativwirtschaft wichtige Thematik in einer eigenständigen Untersuchung zu behandeln. Trotz des eingeschränkten Informationsgehalts werden die Exporte der Kultur- und Kreativwirtschaft an dieser Stelle auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik dargestellt.

Danach erreichte die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2009¹⁷ einen Gesamtumsatz von 137,9¹⁸ Milliarden Euro und einen exportrelevanten Umsatz von 9,0 Milliarden Euro. Das entspricht einer Exportquote von 7 Prozent.

In Abweichung zu den früheren Auswertungen liegen nach der neuen WZ-Abgrenzung erstmals die Games-/Softwareverlage an der Spitze der Wirtschaftszweige mit hohem Exportanteil. Mit 65 Prozent wird der Umsatz in dieser Kategorie überwiegend durch Auslandsgeschäfte erzielt. Diese Spitzenstellung eines vorwiegend nicht-physisch oder digital geprägten Produktionszweiges verweist die bisherigen Wirtschaftsgruppen mit vorwiegend physischen Gütern auf die weiteren Plätze, z. B. die Musikinstrumentenherstellung mit 41 Prozent, gefolgt von der Schmuckherstellung etc. mit 25 Prozent und der Tonträgerindustrie einschließlich der Musikverlage mit 23 Prozent.

Die bisherige Bewertung, dass ein hoher Anteil an physischen Gütern tendenziell auch einen höheren Exportanteil aufweist, gilt nach der neuen Auswertung wohl nur noch eingeschränkt. Denn der hohe Rang der Games-/Softwareverlage dürfte nicht nur auf eine methodische Verbesserung der statistischen Datenbasis zurückzuführen sein. Er kann möglicherweise auch als ein realer Exportzuwachs der Games-/Softwareverlage interpretiert werden, berücksichtigt man beispielsweise die wachsende Bedeutung der Onlinespiele in diesem Markt.

Auf den weiteren Rangplätzen mit einstelligen Exportanteilen folgen die Fotografie (8 Prozent Exportquote), sowie die Buch-/Presseverlage, die Softwareentwickler, die Designbüros und die Museumsshops mit Exportquoten von jeweils 5 Prozent.

Am Ende der Rangfolge liegen die Architekturbüros, die Übersetzer, die Rundfunkveranstalter und die Webportale, die lediglich jeweils 1 Prozent oder weniger ihrer Umsätze mit Kunden im Ausland erzielen konnten, soweit die Daten der Umsatzsteuerstatistik dazu ein reales Bild vermitteln können.

¹⁷ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

¹⁸ *Gesamtwert der Kultur- und Kreativwirtschaft ist wegen Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) beim Umsatz um 2,6% erhöht (vgl. dazu Eckdaten für 2009: 134,3 Mrd. Euro).

Abbildung 2-6: Export in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009

Gesamtumsatz und Exportquote nach Wirtschaftsgruppen und -zweigen

Wirtschaftsgruppen und -zweige	Umsatz insgesamt	Steuerfreier Umsatz mit Vorsteuerabzug	Exportquote
	Mio. €	Mio. €	In %
Games-/Softwareverlage	4.408	2.854	65%
Musikinstrumentenherstellung	532	217	41%
Schmuckherstellung etc.	2.453	606	25%
Tonträger-/Musikverlage	1.895	433	23%
Fotografie und Fotolabors	1.669	126	8%
Buch- und Zeitschriftenverlage	35.804	1.797	5%
Softwareentwickler	19.564	961	5%
Designbüros	1.744	82	5%
Museumsshops	759	35	5%
Werbung	25.508	904	4%
Verlagshandel etc.	14.208	598	4%
Filmwirtschaft	7.553	158	2%
Künstlerische Gruppen	6.178	107	2%
Korrespondenz-/Nachrichtenbüros	516	8	2%
Architekturbüros	7.816	110	1%
Übersetzen und Dolmetschen	699	10	1%
Rundfunkveranstalter	6.237	21	0%
Webportale	324	0	0%
Kultur- und Kreativwirtschaft*	137.867	9.027	7%

Hinweis: Auswahl der statistischen Abteilungen, Gruppen und Klassen: Nr. 32.1, 32.2, 47.6*, 58-60, 62.01, 63.12, 63.91, 71.11, 73.1, 74.1-3, 90, 91. *Gesamtwert der Kultur- und Kreativwirtschaft ist wegen Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) beim Umsatz um 2,6% erhöht (vgl. dazu Eckdaten für 2009: 134,3 Mrd. Euro).
Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Trotz der insgesamt eingeschränkten Datenbasis ist zu vermuten, dass der Exportanteil der Kultur- und Kreativwirtschaft in vielen Wirtschaftszweigen eine äußerst geringe Rolle spielt, da die Kultur- und Kreativwirtschaft in hohem Maße durch Kleinunternehmen geprägt ist, die in der Regel einen lokal-regionalen oder höchstens überregionalen bzw. innerdeutschen Aktionsradius aufweisen. Grenzüberschreitende Dienstleistungen sind für diese Unternehmen mit einem überproportionalen Aufwand verbunden, den viele Kleinunternehmen bisher nicht erbringen können oder wollen.

2.5 Unternehmenstypen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird mittels einer Binnensegmentierung untersucht, um die verschiedenartigen Akteure der Unternehmenstypen identifizieren zu können. Die Binnensegmentierung unterscheidet die Unternehmenstypologien in idealtypischer Form nach drei Unternehmenstypen:

- die Kleinstunternehmen/Freiberufler
- die klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU)
- und die Großunternehmen

In der empirisch-quantitativen Analyse können verschiedene Größenklassen untersucht werden. Diese von der amtlichen Statistik für die Kultur- und Kreativwirtschaft angebotenen Grunddaten erlauben eine Differenzierung nach 13 Umsatzgrößenklassen. Die maximal mögliche Größenklassenstruktur wurde an das Unternehmenstypologiekonzept der EU-Kommission angepasst.

Folgende vier Unternehmenstypen werden nach EU-Definition unterschieden:

Abbildung 2-7: Unternehmenstypologie nach offizieller EU-Definition

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Kleinstunternehmen mit <10 Personal, Umsatz von bis zu 2 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 2 Millionen Euro • Kleine Unternehmen mit <50 Personal, Umsatz von bis zu 10 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 10 Millionen Euro • Mittlere Unternehmen mit <250 Personal, Umsatz von bis zu 50 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 43 Millionen Euro • Großunternehmen mit >250 Personal, Umsatz ab 50 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme ab 43 Millionen Euro |
|---|

Quelle: EU-Kommission (2003): Empfehlung zur KMU-Definition (2003/361/EG)

Verteilung der Unternehmenstypen nach Umsatzgrößenklassen

In der Übertragung des Modells der Binnensegmentierung in das EU-Definitionskonzept wurden vier Unternehmenstypen gebildet, wobei die Klein- und mittelständischen Unternehmen entsprechend der EU-Gliederung unterteilt wurden.

Bezogen auf die Gesamtstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft des Jahres 2009¹⁹ verteilen sich die vier Größenklassen wie folgt:

Rund 235.000 der Unternehmen zählen zur Gruppe der Kleinstunternehmen und belegen damit 97 Prozent der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft. Zur Gruppe der Kleinunternehmen gehören rund 5.200 Unternehmen. Den Rest des 1-Prozentbereichs

¹⁹ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

bilden die mittelständischen und Großunternehmen, die auf eine Anzahl von zusammen rund 1.400 Unternehmen kommen.

Bezogen auf das im Jahr 2009 erzielte Umsatzvolumen ist die Gruppe der Großunternehmen mit rund 41 Prozent die größte Teilgruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft, gefolgt von den Kleinstunternehmen, die mit knapp 28 Prozent die zweitgrößte Gruppe bilden. Die Klein- und mittleren Unternehmen erreichen jeweils einen Anteil rund 15 bis 16 Prozent am Gesamtumsatz.

Abbildung 2-8: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen 2009

Unternehmenstyp	Größenklasse In €	Unter- nehmen	Umsatz	%-Anteil	%-Anteil	Umsatz je
		Anzahl	Mio. €	Unter- nehmen	Umsatz	Unternehmen in Tsd. €
		2009	2009	2009	2009	
Kleinstunternehmen	bis 2 Mio.	235.011	38.398	97,3%	27,9%	163
Kleine Unternehmen	bis 10 Mio.	5.215	20.953	2,2%	15,2%	4.018
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio.	1.060	22.067	0,4%	16,0%	20.818
Großunternehmen	ab 50 Mio.	349	56.449	0,1%	40,9%	161.744
Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	241.635	137.867	100,0%	100,0%	571

Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 € und mehr; Auswahl der statistischen Abteilungen, Gruppen und Klassen: Nr. 32.1, 32.2, 47.6*, 58-60, 62.01, 63.12, 63.91,71.11, 73.1, 74.1-3, 90, 91. *Gesamtwert der Kultur- und Kreativwirtschaft ist wegen Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) bei der Zahl der Unternehmen (vgl. 238.479) um 1,3%, beim Umsatz (vgl. 134,3 Mrd. Euro) um 2,6% erhöht. Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

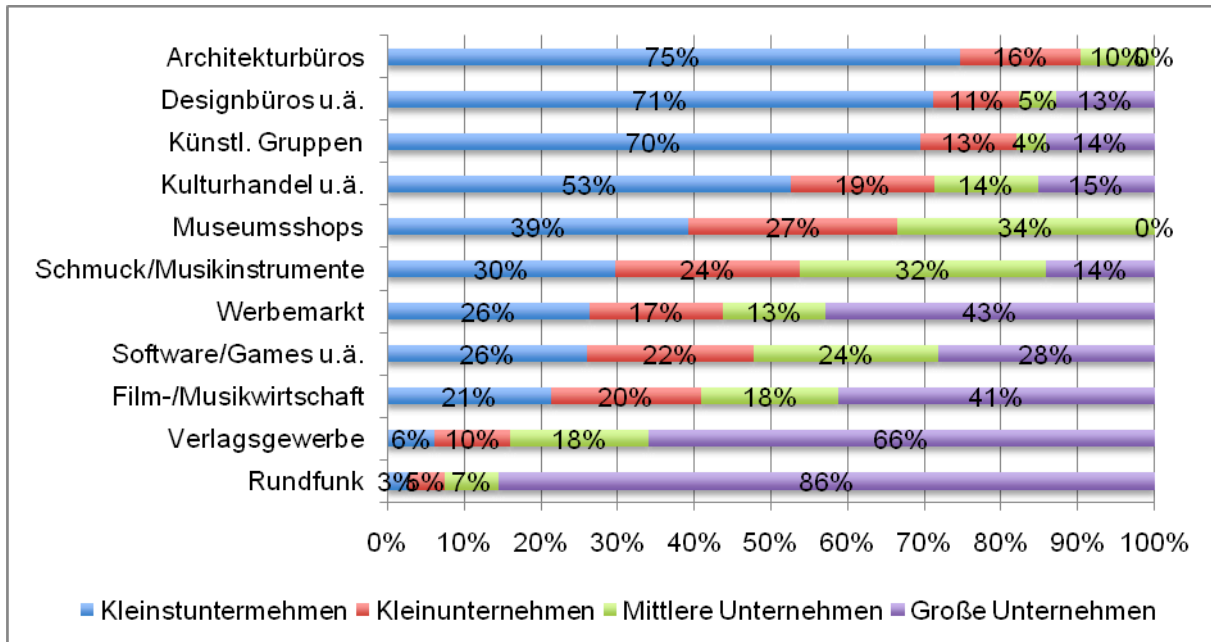
Verteilung der Unternehmenstypen nach elf Teilgruppen

Neben der Teilgruppe Rundfunkwirtschaft, deren Umsatz zu 86 Prozent von Großunternehmen erwirtschaftet wird, existiert nur noch die Teilgruppe des Verlagsgewerbes, deren überdurchschnittlicher Umsatzanteil in Höhe von 66 Prozent von Großunternehmen erzielt wird. In der Film- und Musikwirtschaft sowie im Werbemarkt spielen die Großunternehmen mit 41 bzw. 43 Prozent Umsatzanteilen auch noch eine relativ bedeutende Rolle.

In den weiteren sieben Teilgruppen stellen die Kleinstunternehmen mit unterschiedlichen Anteilen von 26 Prozent (Software-/Games-Industrie) bis zu 75 Prozent (Architektur) gemessen am Umsatzvolumen jeweils den größten Anteil. Interessanterweise zeigt die Teilgruppe Software-/Games-Industrie ein erstaunlich gleichmäßiges Verteilungsmuster der Umsatzanteile. Jeweils rund ein Viertel der Umsätze wird von den vier unterschiedlichen Unternehmenstypen getragen.

Insgesamt wird aus der Strukturverteilung der Umsätze nach den elf Teilgruppen²⁰ ersichtlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in weiten Teilbereichen durch die Kleinstunternehmen und Freiberufler wirtschaftlich geprägt wird.

Abbildung 2-9: Unternehmensgrößen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf statistischen Teilgruppen 2009



Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 € und mehr
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

2.6 Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Automobilindustrie

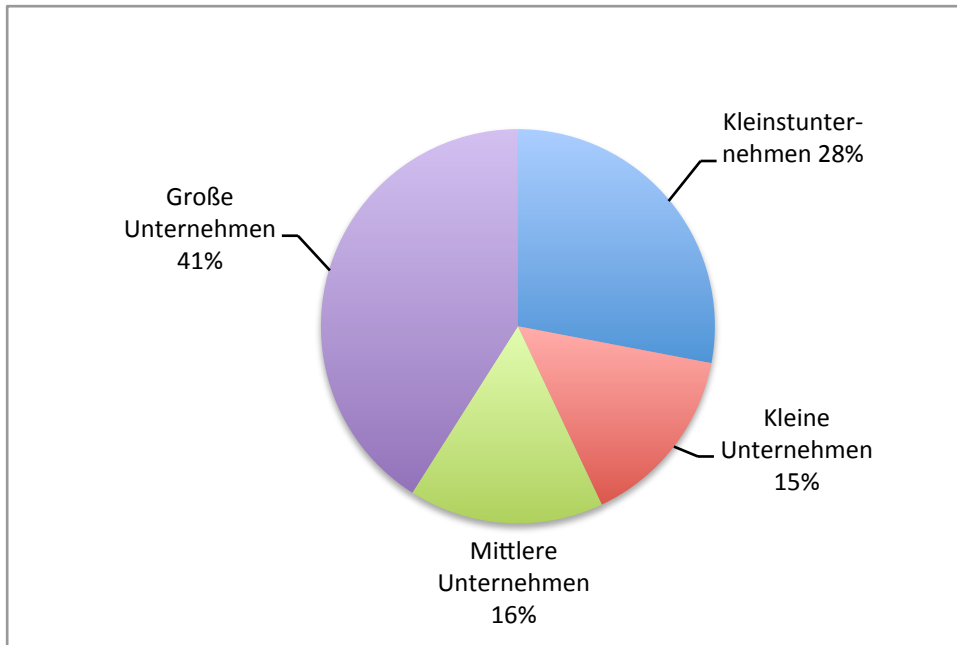
Ein Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit der Automobilindustrie illustriert, welche Bedeutung die verschiedenen Unternehmenstypen für die wirtschaftlichen Leistungen im jeweiligen Segment einnehmen.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die Kleinst- und Kleinunternehmen zusammen Träger von 43 Prozent des insgesamt erzielten Umsatzes. In der Automobilindustrie spielen die Kleinst- und Kleinunternehmen mit einem Umsatzanteil von 1 Prozent praktisch keine Rolle. Eine ähnlich geringe Bedeutung in wirtschaftlicher Hinsicht erlangen die mittleren Unternehmen der Automobilindustrie. Sie erwirtschaften lediglich 3 Prozent des gesamten

²⁰ Die Darstellung nach elf „Teilgruppen“ wurde den statistischen Gruppen entsprechend der Datenquelle angepasst, da die Gliederung nach „Teilmärkten“ wegen Datenschutz nicht möglich war.

Umsatzvolumens. Auch hier ist die relativ höhere Bedeutung in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem vergleichbaren Wert von 16 Prozent ersichtlich.

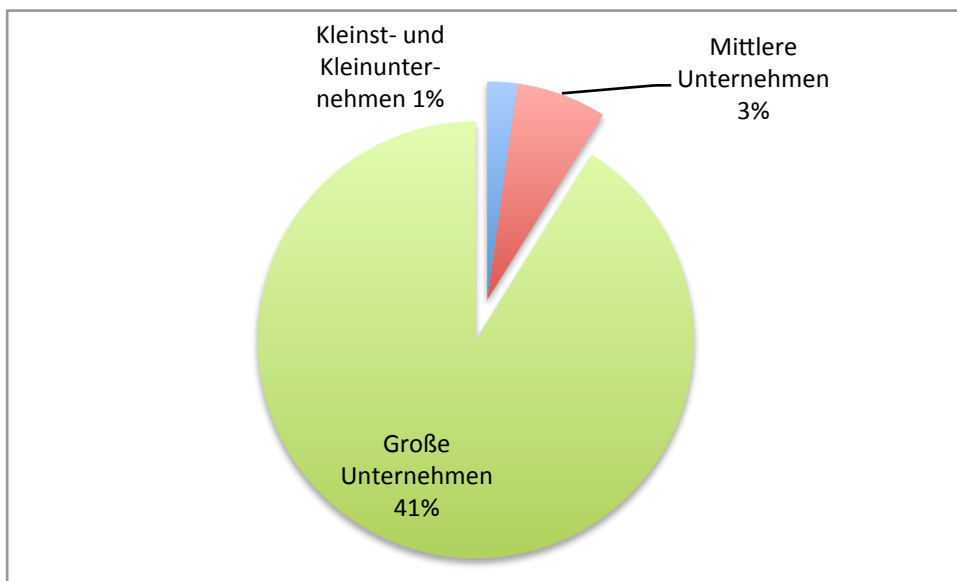
Abbildung 2-10: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009



Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 € und mehr

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abbildung 2-11: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Automobilindustrie 2009



Die überragende Bedeutung der Großunternehmen in der Automobilindustrie wird aus dem Umsatzanteil von 96 Prozent deutlich. Die Großunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaften hier vergleichsweise mit einem Umsatzanteil von 41 Prozent weniger als die Hälfte des Umsatzes.

Dieser direkte Vergleich mit einer klassischen Industrie zeigt die völlig unterschiedliche Gewichtung der kleinstteiligen Unternehmensstruktur in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Automobilindustrie.

Während die zentrale Position der Großunternehmen in den klassischen Branchen des Produktionssektors dem vorherrschenden Bild entspricht, gilt diese überragende Trägerschaft von Großunternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht.

Insgesamt ist es für die adäquate Bewertung des Branchenkomplexes der Kultur- und Kreativwirtschaft deshalb unabdingbar, den Blick außer auf die etablierten Unternehmen verstärkt auf die vielen Kleinunternehmen zu richten. Wirtschaftliche Prosperität findet in den unterschiedlich fragmentierten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Strukturen statt, die mit den bisherigen empirisch-quantitativen Methoden nur rudimentär deutlich gemacht werden konnten. Je präziser der Einblick in die ökonomische Struktur der unterschiedlichen Unternehmenstypen der Kultur- und Kreativwirtschaft ist, desto eher wird es gelingen, die Wertschöpfungseffekte des „schöpferischen Aktes“ zu stärken.

2.7 Exkurs: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft

An dieser Stelle wird ein kurzer Einblick zur Lage der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft geboten.

Der Anteil der Frauen an der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht nach der neuen statistischen Abgrenzung und Datenbasis nicht mehr die früher üblichen Anteilswerte von 50 und mehr Prozent. Dies liegt an der Neuaufnahme von Wirtschaftsgruppen, die früher aus statistischen Gründen in die Betrachtung nicht einbezogen werden konnten, wie die Fotografie, die Designbüros, die Musikwirtschaft, etc. In der Vergangenheit wurden für diese Wirtschaftsgruppen keine geschlechtsspezifischen Daten ausgewiesen.

Wie Abbildung 2-12 deutlich macht, erreichen die Frauen einen Anteil von 48 Prozent innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zum einen sind die Wirtschaftsgruppen mit unterdurchschnittlichen Frauenanteilen stärker vertreten, zum anderen sind die Frauen als

Selbständige nur mit einem Wert von 36 Prozent vertreten. Dadurch rückt das Gesamtergebnis der Erwerbstätigkeit von Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft unter die 50-Prozent-Marke. In der Gruppe der abhängig Beschäftigten kommen die Frauen auf einen überdurchschnittlichen Anteil von 54 Prozent (soweit die Wirtschaftsgruppen ausgewiesen sind).

**Abbildung 2-12: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010
Gliederung nach statistischen Teilgruppen**

Wirtschaftsgruppe	Insgesamt	Anteil der Frauen in %	
		an den Selbständigen	an den abhängig Beschäftigten
Herstellung von Schmuckwaren, etc.	54%	-	-
Einzelhandel mit Verlagsprodukten, etc.	62%	42%	66%
Verlagsgewerbe	54%	42%	56%
Games-/Softwareverlage	24%	-	-
Filmwirtschaft	40%	29%	44%
Tonträger-/Musikverlage etc.	31%	-	-
Hörfunkveranstalter	52%	-	-
Fernsehveranstalter	44%	-	-
Werbung	49%	35%	55%
Designaktivitäten	49%	45%	58%
Fotografie und Fotolabors	47%	36%	64%
Übersetzen und Dolmetschen	67%	62%	83%
Kreative, künstlerische Aktivitäten etc.	41%	38%	45%
Bibliotheken, Archive, Museen etc.	66%	-	-
Kultur- und Kreativwirtschaft	48%	36%	54%

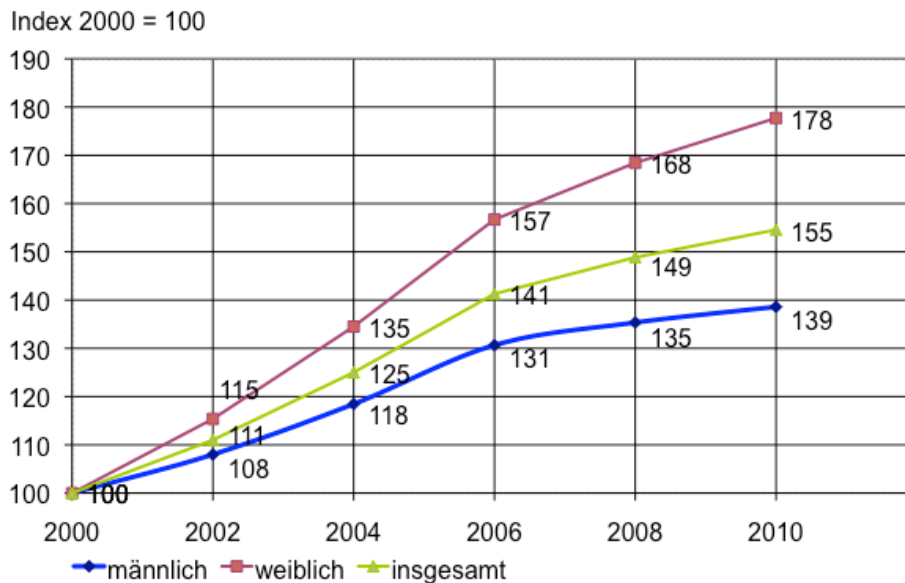
Hinweise: Ohne statistische Teilgruppe Architektur und Musikinstrumentenherstellung. (-) keine Angaben vorhanden
Quelle: Mikrozensus, Destatis, 2011, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Im Vergleich zum Frauenanteil in der Gesamtwirtschaft schneidet die Kultur- und Kreativwirtschaft etwas besser ab. 46 Prozent der Erwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft sind Frauen, bei den Selbständigen liegt der Frauenanteil in der Gesamtwirtschaft bei 32 Prozent und bei den abhängig Beschäftigten 48 Prozent.

Nach Angaben der Künstlersozialkasse ist die Zahl der freiberuflichen Künstlerinnen zwischen 2000 und 2010 um 78 Prozent gestiegen, während die Zahl der Männer im gleichen Zeitraum lediglich um 39 Prozent zugenommen hat.

In absoluten Angaben arbeiten im Jahr 2000 rund 43.800 Frauen als Künstlerinnen, während die Anzahl der Männer bei 63.400 liegt. Im Jahr 2010 sind 77.800 Frauen und 87.900 Männer in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv. Zusammen sind damit rund 165.600 freiberufliche Künstlerinnen und Künstler tätig. Das entspricht einem Frauenanteil von 47 Prozent.

Abbildung 2-13: Entwicklung der freiberuflichen Künstler/innen in der Künstlersozialkasse 2000 – 2010



Quelle: Angaben der Künstlersozialkasse 2011, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Insgesamt wird aus den wenigen Daten ersichtlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in zunehmendem Maße ein wichtiger Beschäftigungs- und Tätigkeitsmarkt für Frauen ist. Hier muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass eine substantielle Analyse zur Lage der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft längst überfällig ist.

Im folgenden Abschnitt erfolgt die Detaildarstellung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf Teilmärkten.

3 Strukturen und Trends der elf Teilmärkte

Im folgenden Abschnitt werden alle elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Form von statistischen Kurzporträts dargestellt. Durch die ausschließliche Bezugnahme auf die amtliche Statistik kann sichergestellt werden, dass die wirtschaftlichen Strukturen, die Größenverhältnisse und die Entwicklungstrends auf einer einheitlichen und vergleichenden empirisch-quantitativen Basis erfolgen. Mit der Bindung an die amtliche Datenbasis sind mehrere Vorteile verbunden:

Jeder Teilmarkt muss zwingend in der Begrifflichkeit der Wirtschaftszweigklassifikation definiert werden, sonst können keine amtlichen Wirtschafts- und Beschäftigungsdaten ausgewertet werden. Dieser Klassifikationszwang führt zu einer Sensibilisierung des Verständnisses des Teilmarktes, selbst wenn es sich bei der Wirtschaftszweigsystematik tendenziell um eine veraltete Definition von wirtschaftlichen Aktivitäten handelt.

Die wirtschaftlichen Aktivitäten aller Teilmärkte werden branchenübergreifend auf der Basis eines gleichartigen empirischen Ausgangsmaterials untersucht. So unterschiedliche Aktivitäten wie beispielsweise die eines Architekturbüros, einer Galerie, einer Filmproduktion oder eines Designerbüros werden sämtlich durch die gleichen ökonomischen Bezugsgrößen erfasst und beschrieben.

Da die verwendeten amtlichen Daten prinzipiell öffentlich zugänglich sind und in regelmäßigen Abständen mindestens jährlich vorliegen, können alle erforderlichen Grunddaten von jeder einschlägigen Forschungsstelle erhoben und fortgeschrieben werden.

Im Folgenden wird jeder der elf Teilmärkte als Kernbereich durch seine Wirtschaftszweige und die vier Bezugsgrößen Unternehmen, Umsatz (einschließlich der Größenklassen), Erwerbstätige sowie Beschäftigung erfasst. Abschließend erfolgt jeweils die Darstellung der Entwicklungstrends jedes Teilmarktes.

3.1 Musikwirtschaft

Zur Musikwirtschaft zählen die selbständigen Künstler-/Kulturberufe der Urheber (Komponisten, Textdichter, Producer/Musikregie) und sonstige Musiker/innen (Interpreten), sowie die unterschiedlichen Ensembleformen der erwerbswirtschaftlich tätigen Musikgruppen. Daneben existiert eine Vielzahl weiterer Musikberufe, die zum Beispiel den Bühnenkünstlern oder den Lehrern für musische Fächer zugeordnet werden.

Den produzierenden und verbreitenden Unternehmen zugeordnet sind die Verlage von Tonträgern, gemeinhin als Tonträgerindustrie bezeichnet, die Musikverlage, der Musikfachhandel, die Theater-/Konzertveranstalter, die Konzertdirektionen und die Agenturen, sowie kommerzielle Musiktheaterproduktionen, Musicalbühnen und Musikfestivals. Unter dem Wirtschaftszweig „Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst“ werden bühnentechnische Dienste und Vorverkaufsstellen zusammengefasst. Neu aufgenommen wurden – in Abweichung zum letzten Monitoringbericht 2009 – die beiden Wirtschaftszweige „Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.“ und die „Herstellung von Musikinstrumenten“.

Die Musikwirtschaft ist in vielfältiger Weise mit dem verwandten Markt für darstellende Künste verbunden. Dadurch werden mehrere Wirtschaftszweige sowohl der Kategorie Musik, als auch der Kategorie der darstellenden Kunst zugeordnet. Zusätzlich steht der Musiktheater- und Konzertbetrieb in hohem Maße mit dem nicht-kommerziellen Musikbetrieb, zum Beispiel den öffentlich finanzierten Opernhäusern oder den Rundfunkorchestern der öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen in engen komplementären Austauschbeziehungen. Am ehesten wird die Musikwirtschaft in der Medienöffentlichkeit jedoch mit dem Teil der Tonträger- oder Musikindustrie gleichgesetzt. Dieser Teilbereich wiederum ist wirtschaftlich eng verflochten mit der AV-Industrie (audiovisuellen Industrie), der digitalen Wirtschaft und der Internetwirtschaft.

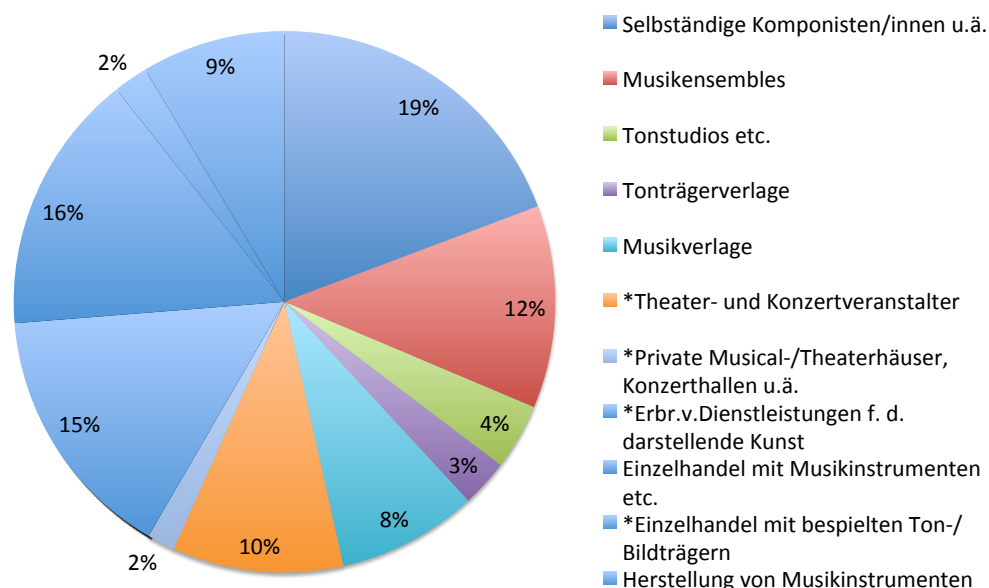
Tabelle 3-1: Kernwirtschaftszweige der Musikwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.03.1	Selbständige Musiker/innen etc.
90.01.2	Musik-/Tanzensembles
59.20.1	Tonstudios etc.
59.20.2	Tonträgerverlage
59.20.3	Musikverlage
90.04.1	*Theater-/Konzertveranstalter
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.
90.02	*Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.

47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 3-1: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Musikwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Die Musikwirtschaft beschäftigt im Jahr 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 46.800 oder 4,4 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von 33.000 Personen enthalten. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind in der Rangfolge die Musik- und Tanzensembles, die Theater-/Konzertveranstalter, die Musikinstrumentenhersteller, der Musikeinzelhandel und die Tonträger-/Musikverlage, die – gemessen an der Erwerbstätigkeit – jeweils Anteile von 12 Prozent und 15 Prozent erreichen.

Im Jahr 2010 erwirtschaftet die Musikwirtschaft ein Umsatzvolumen von knapp 6,3 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 4,1 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind die Theater-/Konzertveranstalter, die mit rund 1,5 Milliarden Euro knapp ein Viertel des gesamten Umsatzes erzielen. Die Tonträger-/Musikverlage und der Musikeinzelhandel

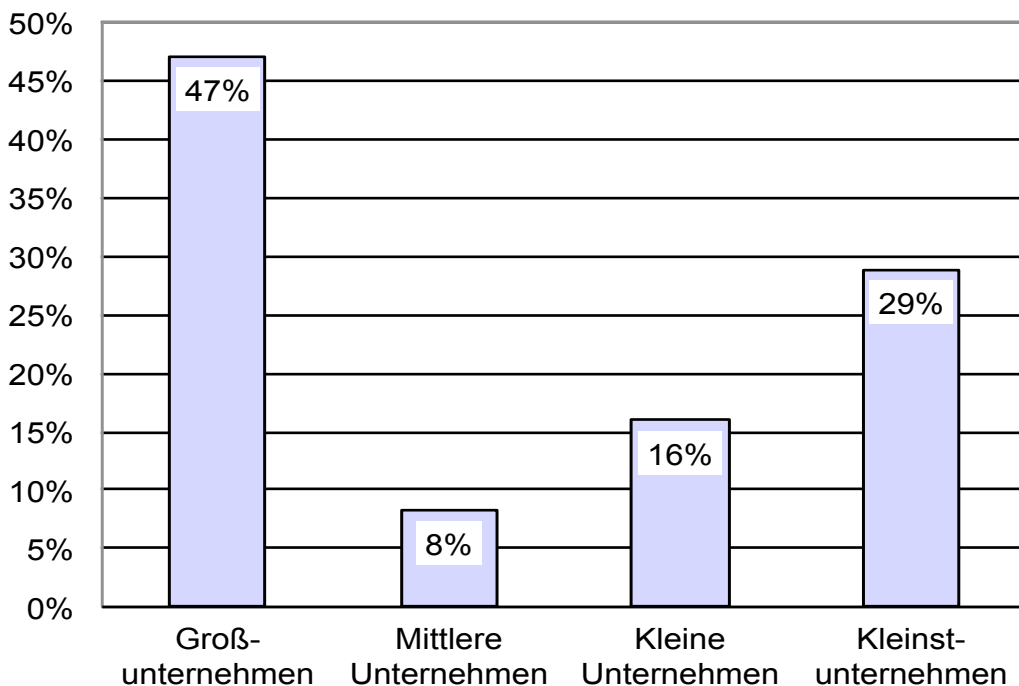
belegen mit 23 Prozent und 19 Prozent Marktanteilen innerhalb der Musikwirtschaft die weiteren Rangplätze.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Musikwirtschaft liegt im Jahr 2010 zusammen bei rund 13.700 oder 4,7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Davon zählen rund 4.300 (Anteil 31 Prozent) zu den selbständigen Musikberufen (selbst. Musiker/innen und Musikensembles), die in der Musikwirtschaft die größte Gruppe bilden. Bei den übrigen Unternehmen handelt es sich um Musikfirmen, die breit auf alle Musikzweige verteilt sind, mit Ausnahme der privaten Musical-/Theaterhäuser etc. und die Einzelhändler mit Tonträgern, die mit absoluten Zahlen von rund 220 bis 282 Unternehmen lediglich jeweils 2 Prozent der gesamten Musikwirtschaft ausmachen.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-2: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Musikwirtschaft 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl der Wirtschaftszweige Tonträger-/Musikverlage, Einzelhandel mit Musikalien etc.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009²¹ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

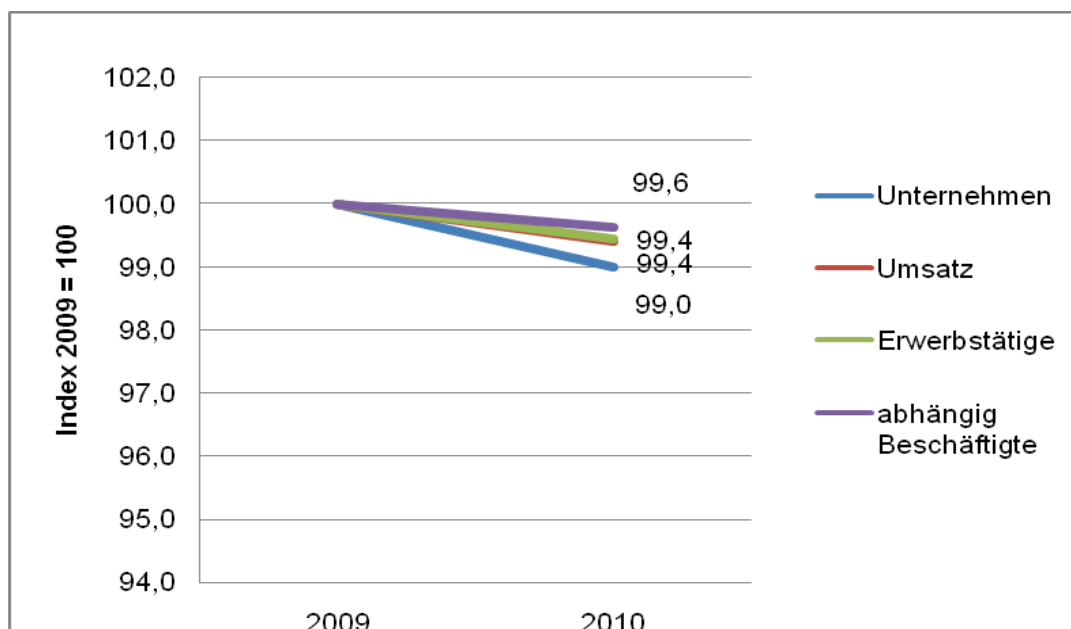
²¹ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

- Die knapp 4.200 oder 97 Prozent Kleinunternehmen erzielen einen Marktanteil am Umsatz von 29 Prozent.
- Die 136 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen rund 3 Prozent erreichen einen Marktanteil von 24 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit einer absoluten Zahl von 9 Unternehmen einen Marktanteil von 47 Prozent erzielen.
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 157 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinunternehmen 208.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008²² können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-3: Entwicklung der Musikwirtschaft 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

²² Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Wie die Abbildung deutlich macht, hat die Musikwirtschaft nach dem Krisenjahr 2009 in allen vier Kategorien: Unternehmen, Umsatz, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte noch keine positive Entwicklung starten können. Sie stagniert nahezu oder muss einen Rückgang von bis zu einem Prozent zum Jahr 2010 hinnehmen.

Entgegen der Erwartungen durch die Trends aus früheren Jahren schrumpft die Zahl der Musikunternehmen und Musiker/innen. Die Musikensembles verlieren 9 Prozent, die Musikverleger und Musikhändler verlieren jeweils 4 Prozent ihrer Unternehmen. Diese Verluste können durch zum Teil erstaunliche starke Zuwächse etwa bei den Tonstudios mit 12,5 Prozent Plus, dem Einzelhandel mit Tonträgern mit 18,5 Prozent Plus oder den Dienstleistungsunternehmen für die darstellende Kunst mit plus 4,2 Prozent fast ausgeglichen werden. Da aber die Mehrheit der elf musikwirtschaftlichen Wirtschaftszweige negative Entwicklungsraten aufweisen, ist der Verlauf in Bezug auf das Gesamtergebnis für die Musikunternehmen negativ.

Die Umsatzentwicklung mit einem minimalen Minus von 0,6 Prozent verdeckt zwei gegensätzliche Entwicklungen in der Musikwirtschaft. Während die Tonträger- und Musikverlage starke Verluste zu verzeichnen haben (minus 18,5 Prozent und minus 6,6 Prozent) können die Konzertveranstalter, die Musicalhäuser, die Dienstleistungsunternehmen für die darstellende Kunst, die Einzelhändler für Musikalien und Tonträger jeweils Zuwächse von 5 bis 12 Prozent erzielen. Selbst die Musikinstrumentenhersteller, die im Krisenjahr 2009 noch mit erheblichen Verlusten zu kämpfen haben, erzielen mit 3,6 Prozent wieder eine positive Entwicklung ihrer Umsätze zum Jahr 2010. Da jedoch auch die Musikensembles in wirtschaftlicher Hinsicht zu den Verlierern der Musikwirtschaft zählen (minus 6,7 Prozent in 2010 zu 2009) und für die Tonträger-/Musikverlage das Jahr 2010 gar durch große Umsatzverluste geprägt wird, ist die Musikwirtschaft insgesamt auch in wirtschaftlicher Hinsicht durch einen leicht schrumpfenden Trend geprägt.

Auch der Erwerbstätigenmarkt zeigt divergierende Entwicklungen. Während die großen Wirtschaftszweige Musikensembles (6.700 Erwerbstätige) und Musikinstrumentenhersteller (6.300 Erwerbstätige) um rund 5 bis 7 Prozent schrumpft, können die Konzertveranstalter (6.300 Erwerbstätige) und Musikalienhändler (6.200 Erwerbstätige) ihre Beschäftigungsmärkte halten oder geringfügig ausweiten. Unterschiedliche Trends können in den verwandten Wirtschaftszweigen Tonträger- und Musikverlage beobachtet werden. Die Tonträgerverlage verlieren knapp 6 Prozent ihrer Beschäftigten, hingegen wachsen diese bei den Musikverlagen um plus 18 Prozent an! Aber auch für den Erwerbstätigen- und Beschäftigungsmarkt gilt oben genannte Feststellung: Während die eine Hälfte der

Musikwirtschaft sich positiv aus der Krise heraus entwickelt, verharrt die andere Hälfte weiter in einem Minustrend.

Insgesamt befindet sich die Musikwirtschaft nach dem Krisenjahr 2009 noch in einer schwierigen wirtschaftlich stagnierenden Lage, die sich vor allem auf den Beschäftigungsmarkt auswirkt. Sollte sich jedoch die wirtschaftliche Situation der Tonträger-/Musikverlage als einer der größten Umsatzträger in den kommenden Jahren wieder besser gestalten bzw. weniger dramatisch einbrechen, dürfte die Musikwirtschaft wieder insgesamt positive Entwicklungsraten erreichen. Denn die Konzertveranstalter, die Musicalunternehmen und die Einzelhändler mit Musikalien/Tonträgern haben bereits positive Trends erreicht und werden diese voraussichtlich fortsetzen können.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-2: Verbands- und sonstige Quellen zur Musikwirtschaft

Allianz Deutscher Autorenverbände der Musik: www.komponistenverband.de
Bundesinnungsverband für das Musikinstrumenten-Handwerk: http://www.das-starke-handwerk.de
Bundesverband der deutschen Musikinstrumenten-Hersteller e.V.: www.musikinstrumente.org
Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e.V.: www.idkv.com
Bundesverband Musikindustrie e.V.: www.musikindustrie.de
CC Composers Club e.V.: www.composers-club.de
DEFKOM – die Deutsche Filmkomponistenunion, Fachgruppe des Komponistenverbandes
Deutscher Komponistenverband e.V.: www.komponistenverband.de
Deutscher Musikrat e.V.: www.musikrat.de
Deutscher Rock & Pop Musikerverband e.V.: www.drmv.de
DMV - Deutscher Musikverleger-Verband e.V.: www.dmv-online.com
Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e.V.: gdm-online.com/
mediamusic e.V.: www.mediamusic-ev.de
Verband der Deutschen Konzertdirektionen e.V.: www.vdkd.de
Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V.: www.vut-online.de/cms/
Künstlersozialkasse : www.kuenstlersozialkasse.de
MIZ - Deutsches Musikinformationszentrum, Themenportal Musikwirtschaft: www.miz.org/artikel_themenportale_vorbemerkungen_tpmwmusikwirtschaft.html

3.2 Buchmarkt

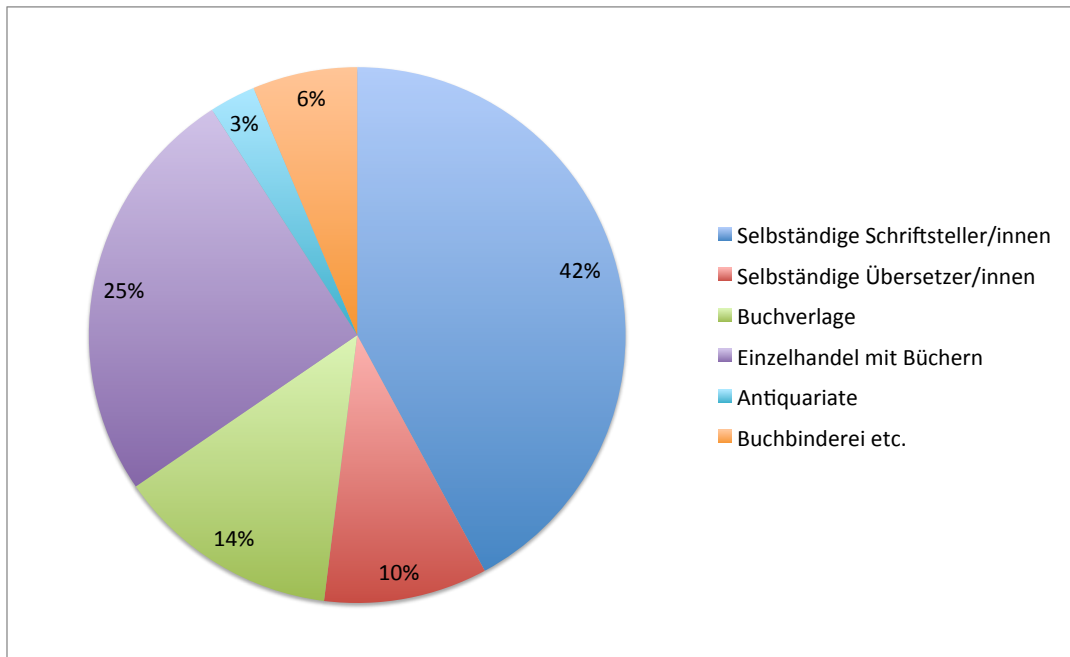
Zum Buchmarkt zählen die selbständigen Schriftsteller/innen. Darüber hinaus arbeitet eine wachsende Zahl von Journalisten als Selbständige, die entsprechend der Definition der Künstlersozialkasse ebenfalls zu den sogenannten Wortberufen gezählt werden, in dieser Studie jedoch dem Pressemarkt zugeordnet wurden. Zu den produzierenden und verbreitenden Unternehmen zählen die Buchverlage, der Zwischen- und Einzelhandel sowie die Literaturagenten. Neu aufgenommen wurden – in Abweichung zum letzten Monitoringbericht 2009 – die Wirtschaftszweige „selbständige Übersetzer/innen“, „Antiquariate“ sowie die „Buchbinderei etc“.

Die Besonderheit des Buchmarktes besteht darin, dass er sich nach wie vor unabhängig von den Print- und Medienmärkten als eigenständiger Teilmarkt behaupten kann. Buchverlage und Buchhandel verfügen noch immer über eine hohe eigene Marktidentität, die auch im brancheneigenen Fachverband „Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V.“ zum Ausdruck kommt. Darüber hinaus wird in der vorliegenden Teilmarktdarstellung die Gruppe der Schriftsteller/innen als ein selbstverständlicher Akteur des Buchmarktes mit einbezogen, da ohne ihre Leistungen kein Buchmarkt existieren würde.

Tabelle 3-3: Kernwirtschaftszweige des Buchmarktes

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/innen
74.30.1	Selbständige Übersetzer/innen
58.11	Buchverlage
47.61	Einzelhandel mit Büchern
47.79.2	Antiquariate
18.14	Buchbinderei etc.

Abbildung 3-4: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Buchmarkt nach Wirtschaftszweigen 2010



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Der Buchmarkt beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 77.400 oder 7,2 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 60.900 Personen einen erheblichen Anteil im Buchmarkt ausmachen. Gemessen an den Arbeitsplätzen liegt der Bucheinzelhandel mit rund 28.300 Erwerbstätigen (Anteil 37 Prozent) nach neuer Abgrenzung²³ vor den Buchverlagen, die mit knapp 25.000 Erwerbstätigen (Anteil 32 Prozent) nun auf dem zweiten Rangplatz folgen. Die selbständigen Schriftsteller/innen kommen auf eine Erwerbstätigenzahl von rund 7.300 (Anteil 9 Prozent), die selbständigen Übersetzer/innen zählen rund 4.700 Erwerbstätige (Anteil 6 Prozent). Der neue Wirtschaftszweig „Buchbinderei etc.“ liegt mit rund 11.400 Erwerbstätigen (Anteil 15 Prozent) an dritter Stelle innerhalb des Erwerbstätigenmarktes im Buchmarkt.

Im Jahr 2010 erwirtschaftet der Buchmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 14,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von etwas mehr als 9 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Buchverlage, die mit 8,8 Milliarden Euro knapp zwei Drittel des

²³ Durch die Einführung der WZ 2008 gegenüber der früheren WZ 2003 weist der Wirtschaftszweig „Buchverlag“ erheblich weniger sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach der amtlichen Statistik aus; diese Reduzierung ist jedoch keiner echten marktwirtschaftlichen Veränderung, sondern überwiegend einer statistischen Umsetzung geschuldet.

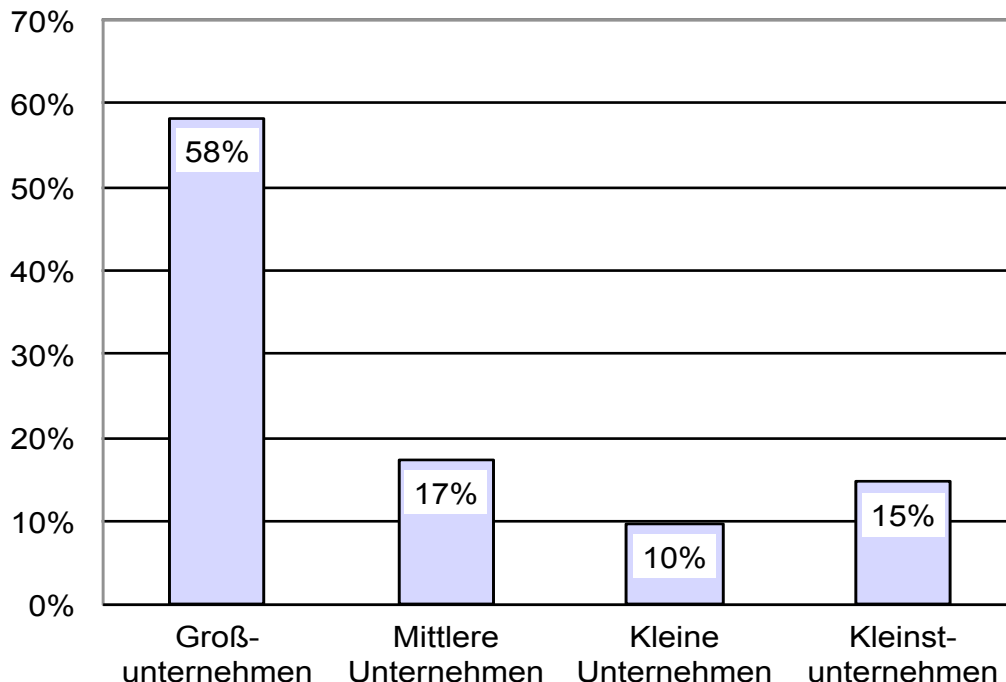
gesamten Umsatzes erzielen. Der Bucheinzelhandel erwirtschaftet mit 3,6 Milliarden Euro rund 25 Prozent, die Buchbinderei etc. schaffen mit 836 Millionen Euro rund 6 Prozent, während die selbständigen Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen mit einem ähnlichen Umsatzvolumen von zusammen 826 Millionen Euro ebenfalls 6 Prozent des Buchmarktumsatzes belegen.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Buchmarkt liegt im Jahr 2010 zusammen bei rund 16.500 oder 5,7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darunter zählen rund 8.600 (Anteil 52 Prozent) zu den selbständigen Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen, die im Buchmarkt die größte Gruppe bilden. Bei den übrigen Buchfirmen treten die Buchhändler mit rund 4.200 Unternehmen besonders hervor, gefolgt von den Buchverlagen mit 2.200 und den Buchbindereien etc. mit 1.200 Unternehmen. Die Antiquariate stellen mit 460 Unternehmen die kleinste Gruppe innerhalb des Buchmarktes dar.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-5: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Buchmarkt 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl der Wirtschaftszweige Buchverlage und Einzelhandel mit Büchern etc., ohne selbständige Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen sowie Buchbinderei etc.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

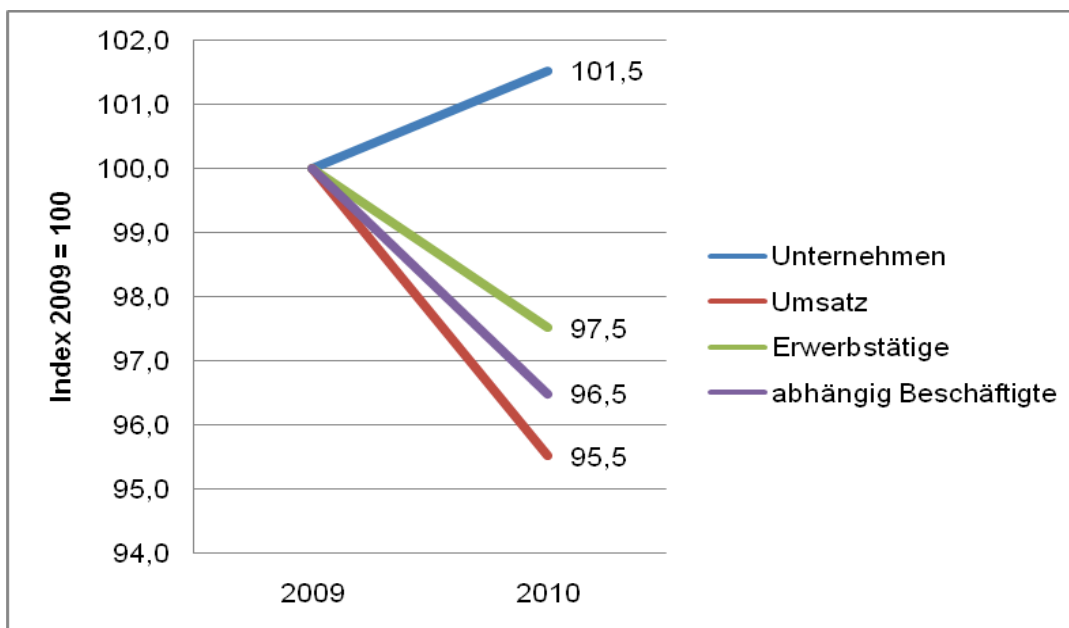
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009²⁴ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die rund 6.000 oder 93 Prozent Kleinstunternehmen erzielen einen Marktanteil am Umsatz von 15 Prozent
- Die rund 440 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen rund 7 Prozent erreichen einen Marktanteil von 27 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit einer absoluten Zahl von 30 Unternehmen einen Marktanteil von 58 Prozent erzielen
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 258 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 323.000 Euro Jahresumsatz erreicht

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008²⁵ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-6: Entwicklung des Buchmarktes 2009-2010



²⁴ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

²⁵ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Abbildung zeigt einen Anstieg von 1,5 Prozent bei den Unternehmen, alle weiteren Kategorien: Umsatz, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte weisen mit minus 2,5 bis minus 4,5 Prozent jeweils negative Ergebnisse auf.

Im Unterschied zu den Musikberufen sind die selbständigen Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen auch nach dem Krisenjahr 2009 weiter gewachsen. Rund 5 Prozent neue Schriftsteller/innen haben sich 2010 in den Markt gewagt. Auch die Buchverlage können Neuzugänge verzeichnen und wachsen im Vergleichsjahr immerhin um 2,6 Prozent. Hier dürfte es sich vor allem um Kleinverleger handeln, die eher geringe Umsätze erwirtschaften. Die restlichen Wirtschaftszweige wie der Einzelhandel mit Büchern, die Antiquariate sowie die Buchbindereien etc. haben Unternehmen verloren. Mit Minusraten von 2 bis 4 Prozent schrumpfen diese Wirtschaftszweige. Durch die zahlenmäßige Dominanz der selbständigen Schriftsteller/innen kann der Buchmarkt jedoch eine positive Bilanz in der Unternehmensentwicklung ziehen.

Der wirtschaftliche Trend des Buchmarktes verläuft im Jahr 2010 in eine negative Richtung, nachdem er noch im Krisenjahr 2009 zu den wenigen Teilmärkten gezählt hatte, die eine positive Umsatzentwicklung²⁶ erzielen konnten. Mit einem Minus von 4,5 Prozent muss der Buchmarkt einen deutlichen Umsatzeinbruch hinnehmen. Dieser Verlust ist vor allem dem dominierenden Buchverlagszweig geschuldet, der in 2010 allein knapp 8 Prozent an Umsatzvolumen einbüßt, während der Buchhandel ein Minus von 1,8 Prozent zu verzeichnen hat. Die anderen Buchmarktsegmente erzielen jeweils positive Umsätze, darunter mit überdurchschnittlichen Ergebnissen die Buchbindereien etc. mit 14,3 Prozent und die Antiquariate mit 10 Prozent. Selbst die Schriftsteller/innen legen mit einem Plus von 5,6 Prozent zu.

So wie das Umsatzwachstum des Buchmarktes insgesamt negativ verläuft, kann auch der Erwerbstätigenmarkt keine positive Entwicklung erreichen. Hier schrumpft der Markt insgesamt um 2,5 Prozent. Dieser Trend ist wiederum durch die beiden großen Segmente Buchverlage und Bucheinzelhandel geprägt, die zwischen 2 und 4 Prozent der Erwerbstätigen im Vergleichsjahr verlieren. Dieser Abwärtstrend ist allerdings bereits seit Jahren im Buchmarkt zu beobachten und wird insbesondere durch den Abbau von sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen geprägt.

Insgesamt gibt es im Buchmarkt seit Jahren strukturelle Umbrüche, die vor allem im Beschäftigungsmarkt als Schrumpfungsprozess zu erkennen sind. Zugleich bewegen sich

²⁶ Vgl. BMWI (2010): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2009

die Buchmarktunternehmen in einem ständigen wirtschaftlichen Wechsel zwischen Auf- und Abschwung. Dennoch schafft es der Buchmarkt mit seiner breiten Struktur von den Kleinst- und Kleinunternehmen bis zu den wenigen Großunternehmen immer wieder, sich innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zu behaupten. Es bleibt zu hoffen, dass der Buchmarkt als ein kulturell bedeutender Wirtschaftsmarkt die anstehenden Veränderungen durch die Digitalisierung und Onlinewirtschaft überstehen kann.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-4: Verbands- und sonstige Quellen zum Buchmarkt

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.: www.boersenverein.de
Dramatiker Union e.V.: www.dramatikerunion.de
Freier Deutscher Autorenverband, Schutzverband deutscher Schriftsteller e.V.: bundesverband@fda.de
Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren e. V.: www.vfl.de
Verband Deutscher Antiquare e.V.: www.antiquare.de
Verband deutscher Schriftsteller (VS) in ver.di: http://vs.verdi.de
Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de

3.3 Kunstmarkt

Zum Kunstmarkt zählen die selbständigen bildenden Künstler/innen. Den verbreitenden Unternehmen gehören die Galerien, Auktionshäuser/ Kunstversteigerer und der Kunsthandel an. Als Besonderheit ist darauf hinzuweisen, dass der Kunstmarkt in quantitativer Hinsicht zu den kleinsten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft zählt. Es ist deshalb schwierig, auf Basis der amtlichen Statistik angemessenes Datenmaterial für diesen Teilmarkt aufzubereiten.

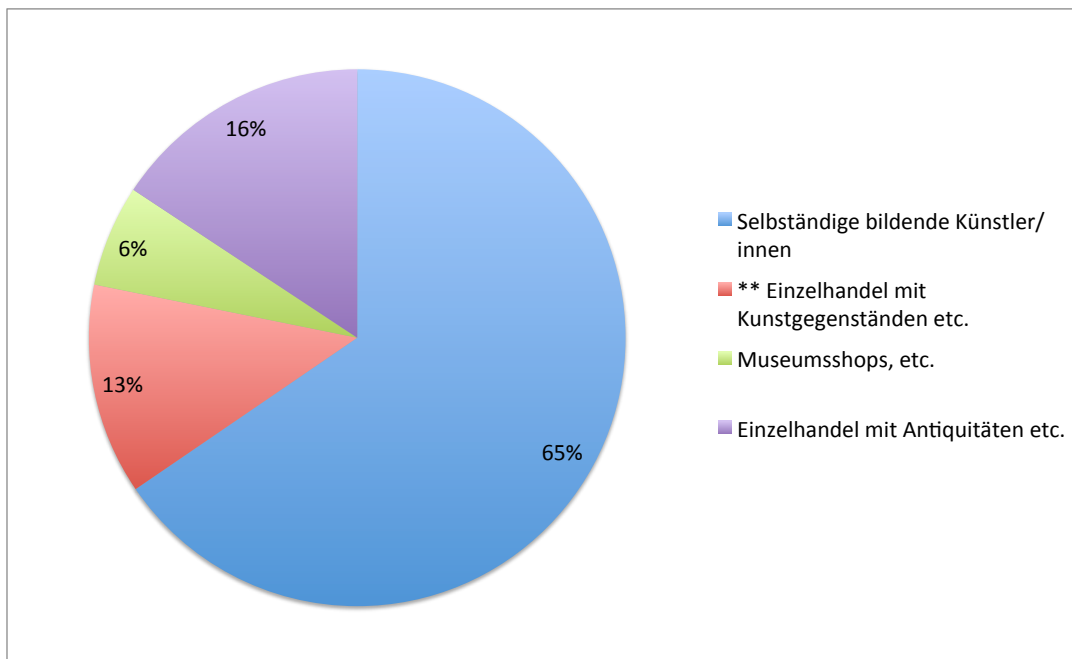
So wird der Kunsthandel in der amtlichen Statistik mit anderen artfremden wirtschaftlichen Aktivitäten zusammengelegt, wie zum Beispiel mit dem Verkauf von Geschenkartikeln, von Hirschgeweihen oder Briefmarken und anderem. Deshalb kann der in Deutschland gültige Wirtschaftszweig „Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.“ nicht ausschließlich für den Kunstmarkt angewendet, sondern lediglich in anteiliger Verwendung geschätzt werden. Zusätzlich enthält der Wirtschaftszweig „selbständige bildende Künstler/innen“ sowohl freie als auch angewandte Künstlerberufe.

Tabelle 3-5: Kernwirtschaftszweige des Kunstmarktes

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/innen
47.78.3	** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.
91.02	Museumsshops, etc.
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.

Hinweise: **Schätzung

Abbildung 3-7: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Kunstmarkt nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: **Schätzung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Der Kunstmarkt beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 19.200 oder 1,8 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind sozialversicherungspflichtig Beschäftigte enthalten, die mit einer Zahl von rund 5.800 Personen einen eher geringen Anteil im Kunstmarkt ausmachen.

Der wichtigste Wirtschaftszweig ist, gemessen an der Zahl der Erwerbstätigen, die Gruppe der selbständigen bildenden Künstler/innen, die rund 13.400 Personen (einschließlich einer geringen Zahl abhängig Beschäftigter) oder 65 Prozent im Kunstmarkt ausmacht. Neben dieser aus der amtlichen Statistik ermittelten Zahl arbeitet zusätzlich eine große Anzahl von freiberuflich tätigen bildenden Künstler/innen im Kunstmarkt. So sind bei der Künstlersozialkasse zum Jahresbeginn 2010 allein 58.700 Freiberufler in der Gruppe bildende Kunst registriert.

Die Zahl der verbreitenden Kunsthandelsunternehmen (Galerien, Auktionen, Handel) kann nur geschätzt werden und liegt vermutlich bei rund 1.700 Unternehmen, die Zahl der Museumsshops und kommerziellen Veranstalter von Kunstausstellungen etc. liegt bei rund 820 Unternehmen. Zusätzlich wird hier der Antiquitätenhandel in Folge der internationalen

Abgrenzungen²⁷ mit rund 2.100 Einzelhändlern neu aufgenommen. Diese bieten 9.000 Erwerbstätigen (Anteil am Kunstmarkt 47 Prozent) einen Arbeitsplatz.

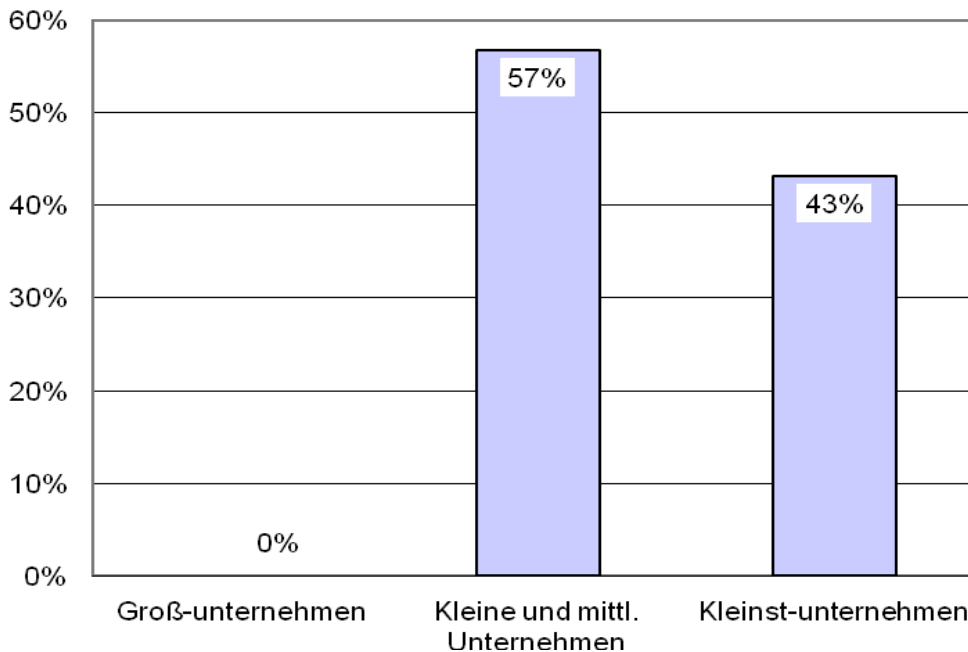
Im Jahr 2010 erwirtschaftet der Kunstmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 2,3 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 1,5 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der Kunstmarktumsatz verteilt sich zu einem Drittel auf die Gruppe der bildenden Künstler/innen (32 Prozent), der Wirtschaftszweig Kunsthandel ist mit 28 Prozent, Museumsshops etc. mit 22 Prozent und der Antiquitätenhandel mit 17 Prozent beteiligt. Die Gruppe der bildenden Künstler/innen erzielt knapp 750 Millionen Euro oder einen Anteil von 32 Prozent, der Kunsthandel rund 660 Millionen Euro oder 28 Prozent und die Museumsshops sowie Kunstaustellungen rund 520 Millionen Euro oder 22 Prozent am Marktvolumen des deutschen Kunstmarktes. Der Umsatzanteil des Kunsthandels fällt deshalb vergleichsweise geringer aus, da insbesondere die größeren marktbeherrschenden Galerien und Kunsthändler einen beachtlichen Anteil ihres Umsatzes im Ausland erzielen und diesen über ihre ausländische Dependancen bilanzieren. Hingegen versteuern die bildenden Künstler/innen ihre Umsätze in der Regel an ihrem deutschen Wohnsitz.

²⁷ vgl. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics; ESSnet Culture Statistics 2011

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-8: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Kunstmarkt 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl nur Museumsshops etc., ohne bildende Künstler/innen, Kunsthandel und Antiquitätenhandel

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Da der Wirtschaftszweig Kunsthandel mit den oben genannten Abgrenzungsproblemen behaftet ist, kann er nicht in die Größenklassenanalyse einbezogen werden, ebenso der Antiquitätenhandel, zu dem wegen des Datenschutzes keine Größenklassen ausgewertet werden können.

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009²⁸ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (Museumsshops, etc.) wie folgt:

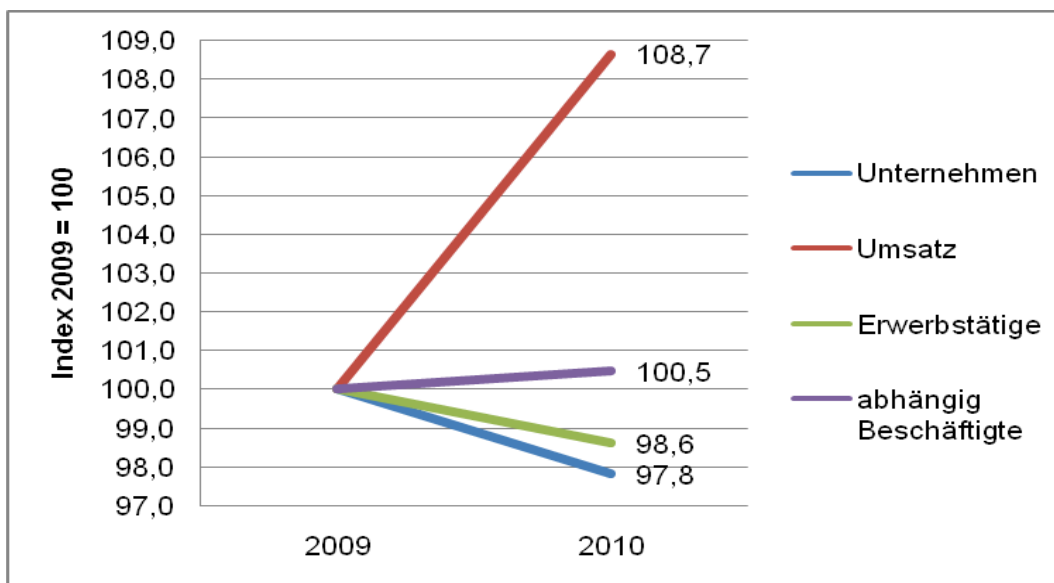
- Die rund 850 oder 96 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 43 Prozent.
- Die 36 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 4 Prozent erreichen einen Marktanteil von 57 Prozent, während im Jahr 2009 kein Großunternehmen in der amtlichen Statistik erfasst wurde.
- Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens liegt bei 6,5 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht einen Jahresumsatz von 208.000 Euro.

²⁸ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008²⁹ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-9: Entwicklung des Kunstmarktes 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung Michael Sondermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Umsatzkurve des Kunstmarktes lässt zwischen 2009 und 2010 einen überdurchschnittlichen Zuwachs von knapp 9 Prozent erkennen. Hingegen schrumpft die Zahl der Kunsthandelsunternehmen um mehr als 2 Prozent, während der Beschäftigtenmarkt mit den abhängigen Arbeitsplätzen auf einem relativ konstanten Niveau verharrt.

Hinter diesen divergierenden Entwicklungen verbirgt sich möglicherweise ein drastischer Wandel des Kunstmarktes. Bis auf die selbständigen Künstler/innen handelt es sich um Kunsthandelsunternehmen, die im Vergleichszeitraum schrumpfen. Nach der Wirtschafts- und Finanzkrise 2009 findet nun offensichtlich eine Marktbereinigung statt, die insbesondere die Handelsunternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft trifft. So verschwinden nicht nur im Kunsthandel, bei den Museumsshops oder im Antiquitätenhandel zahlreiche Unternehmen, ebenso ist auch in anderen Teilmärkten dieser Trend zu erkennen. In der

²⁹ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Musikwirtschaft, in den Buch- oder Pressemärkten sind es auch jeweils die Handelsunternehmen, deren Zahl im Vergleichszeitraum zurückgeht.

Zugleich wachsen die Umsätze in verschiedenen Handelsunternehmen zum Teil überdurchschnittlich an. Hier sind vor allem die Kunsthandelsunternehmen und die Museumsshops zu nennen, die in einem Jahr ihre Umsätze jeweils um mehr als 11 Prozent bzw. 26 Prozent steigern. Offensichtlich findet eine Entwicklung zu Gunsten der wirtschaftlich stärkeren Kunsthandelsunternehmen statt. Diese haben zusätzlich die Anzahl ihres Kunsthandelspersonals weiter vergrößert. Dadurch konnten die Beschäftigungsverluste im Antiquitätenhandel und bei den Museumsshops ausgeglichen werden. Insgesamt ist der Beschäftigungsmarkt im wirtschaftlich erfolgreichen Jahr 2010 stabil geblieben.

Die allgemeinen konjunkturellen Phasen haben einen erheblichen Einfluss auf die Veränderungen im Kunstmarkt. Der hochpreisige Kunstmarkt ist davon weniger betroffen, als die mittleren oder niedrigpreisigen Kunstmärkte. Die Finanzkrise 2009 hat allerdings auch den globalen hochpreisigen Kunstmarkt in einer selten zu beobachtenden Weise getroffen. Diese Phase scheint aktuell überwunden, wie auch die Entwicklung bei den Künstler/innen anzeigt. Zwar schrumpft die Zahl der selbständigen bildenden Künstler/innen um ein knappes Prozent im Vergleichszeitraum. Zugleich steigt jedoch der Umsatz um 2,7 Prozent an, was zur Folge hat, dass sich der durchschnittliche Umsatz je Künstler/in erhöht hat.

Insgesamt ist der Kunstmarkt als der kleinste Teilmarkt innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Image- und Identitätsbildung des gesamten Branchenkomplexes von immenser Bedeutung, weil er noch immer als Sinnbild für eine originäre künstlerische Werkproduktion gelten kann, die sich im spannungsvollen Wechselspiel zwischen Künstler/innen und Galeristen/Händlern erst im Markt realisiert.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-6: Verbands- und sonstige Quellen zum Kunstmarkt

Arbeitskreis Deutscher Kunsthandelsverbände: http://arbeitskreis-kunsthandel.de
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e.V.: www.bbk-bundesverband.de
Bundesverband des Deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels e.V.: www.bdka.de
Bundesverband Deutscher Galerien und Editionen e.V.: www.bvdg.de
Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer e.V.: www.kunstversteigerer.de

Deutscher Kunsthandelsverband e.V.: www.deutscherkunsthandel.org
GEDOK e. V.: www.gedok.de
Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de
Weitere Einzelverbände unter „Sektion Kunstrat“ im Deutschen Kulturrat: www.kulturrat.de

3.4 Filmwirtschaft

Zur Filmwirtschaft zählen die selbständigen Bühnenkünstler/innen, die stellvertretend für die Vielzahl der Filmberufe stehen.

Den produzierenden und verbreitenden Unternehmen werden die Film-/TV- und Videofilmherstellung, die Filmverleih- und Videoprogrammanbieter und die Kinos zugezählt. Neu aufgenommen wurden die Wirtschaftszweige Einzelhandel mit bespielten Tonträgern/Bildträgern und Videotheken gemäß internationaler Abgrenzung³⁰. Als Besonderheit ist darauf hinzuweisen, dass die Filmproduktion ebenso die Produktion von Fernsehfilmen einschließt und diese nicht zusätzlich in der Rundfunkwirtschaft erfasst wird. Außerdem umfasst die Filmherstellung alle Formen der Kino-, Fernseh-, Industrie-, Wirtschafts- und Werbefilme bis zu sonstiger Filmherstellung. Die Filmwirtschaft steht in enger Beziehung zur Rundfunkwirtschaft und anderen audiovisuellen Branchen.

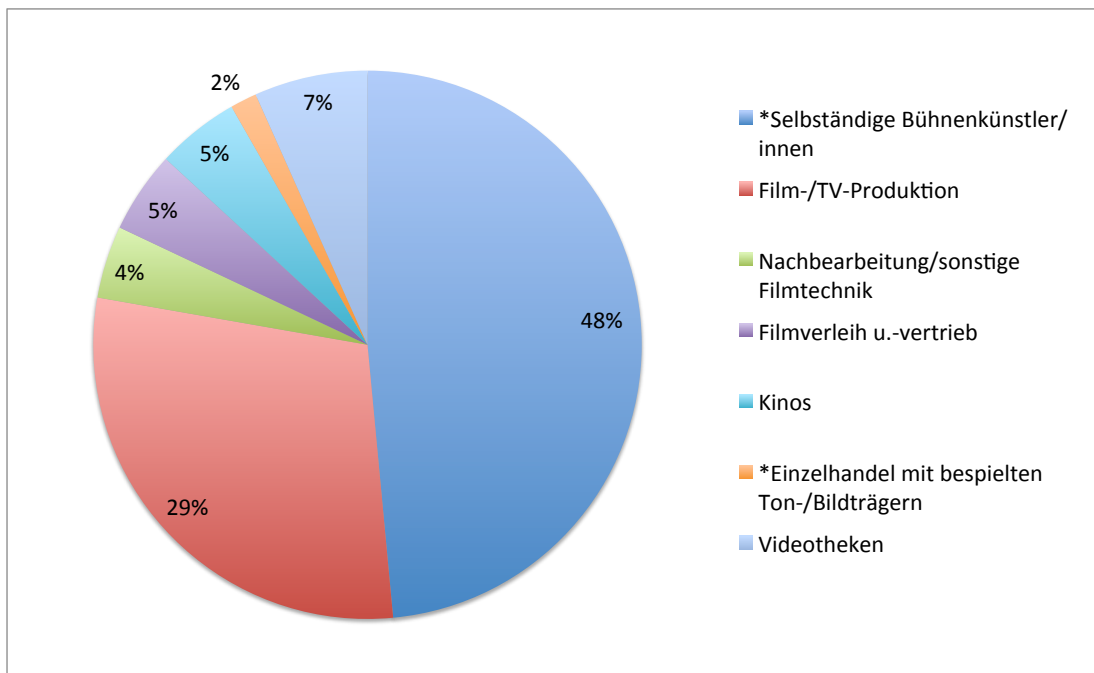
Tabelle 3-7: Kernwirtschaftszweige der Filmwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen
59.11	Film-/TV-Produktion
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik
59.13	Filmverleih u.-vertrieb
59.14	Kinos
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern etc.
77.22	Videotheken

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

³⁰ Vgl. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics; ESSnet Culture Statistics 2011

Abbildung 3-10: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Filmwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Die Filmwirtschaft beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 60.400 oder 5,6 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von knapp 42.400 Personen einen erheblichen Anteil in der Filmwirtschaft ausmachen. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist die Film-/TV-/Videoherstellung, die mehr als der Hälfte aller Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz bieten kann.

Im Jahr 2010 erwirtschaftet die Filmwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 8,9 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 5,8 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Film-/TV-/Videoherstellung, die mit 4,5 Milliarden Euro die Hälfte des gesamten Umsatzes erzielt. Die Filmverleiher und Kinos belegen mit 20 Prozent und 14 Prozent Marktanteilen die weiteren Rangplätze.

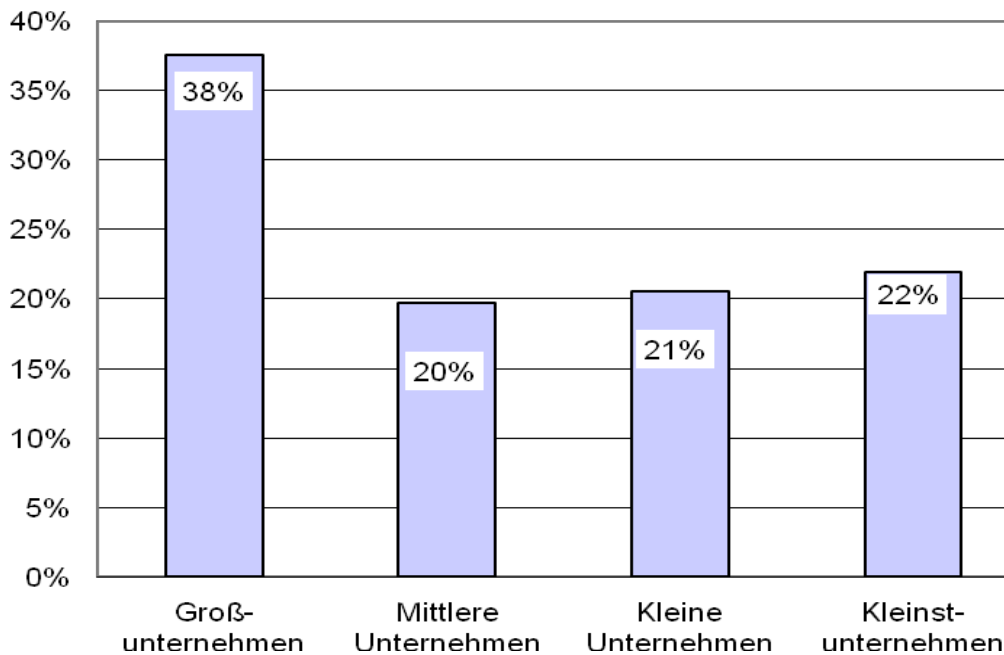
Die Zahl der selbständigen Unternehmen liegt im Jahr 2010 zusammen bei mehr als 17.900 oder 6,2 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 8.700 (Anteil 49 Prozent) zählen davon zu den selbständigen Bühnenkünstlern, die mit Abstand die größte Gruppe in der Filmwirtschaft bilden. Bei den übrigen 9.200 Unternehmen handelt es sich um

Filmfirmen, die zum überwiegenden Teil in der Film-/TV-Videoherstellung (Anteil 29 Prozent an der Filmwirtschaft insgesamt) aktiv sind.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-11: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Filmwirtschaft 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl Filmwirtschaft ohne Bühnenkünstler/innen

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

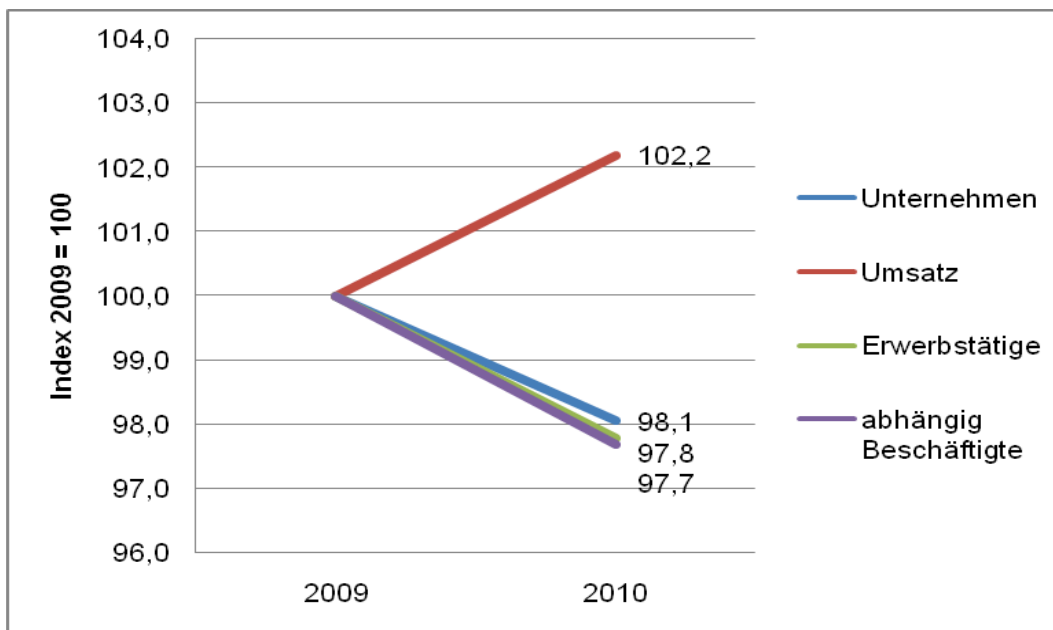
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die mehr als 7.800 oder 94 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 22 Prozent
- Die rund 450 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 5,5 Prozent erreichen einen Marktanteil von 41 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit 23 an der Zahl einen Marktanteil von 38 Prozent erzielen
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 123 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 212.000 Euro Jahresumsatz

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008³¹ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-12: Entwicklung der Filmwirtschaft 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung der Filmwirtschaft verläuft im aktuellen Vergleichsjahr beim Umsatz mit einem Zuwachs von 2,2 Prozent positiv, dagegen verzeichnen die Kategorien: Unternehmen, Erwerbstätigkeit sowie abhängige Beschäftigung Minusraten von jeweils rund 2 Prozent.

In wirtschaftlicher Hinsicht ist die Film-/TV-Produktion der mit Abstand wichtigste Wirtschaftszweig in der Filmwirtschaft, da hier rund die Hälfte des gesamten Umsatzes erzielt wird. Bei der Entwicklungsdynamik spielt jedoch die Produktion nur eine marginale Rolle, sie legt lediglich mit einem Prozent zu. Die Wirtschaftszweige Nachbearbeitung etc. sowie der Filmverleih/-vertrieb sind mit Zuwachsraten von rund 24 Prozent und knapp 9 Prozent die tatsächlichen Treiber der Filmwirtschaft des Jahres 2010.

Die Kinos und Videotheken müssen mit minus 3 Prozent und minus 9 Prozent einen wirtschaftlichen Verlust hinnehmen. In Verbindung mit dem schlechten wirtschaftlichen Abschneiden können auch keine neuen Arbeitsplätze aufgebaut werden. Zusätzlich verschwinden bei den Kinos ein Prozent und bei den Videotheken rund 9 Prozent der

³¹ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Unternehmen vom Markt. Diese beiden Wirtschaftszweige leiten somit noch keine Trendwende nach dem Krisenjahr 2009 ein.

Eine erstaunlich positive Entwicklung ist bei den selbständigen Bühnenkünstler/innen zu beobachten. Mit 3 Prozent Zuwachs in 2010 sind mehr Künstler/innen auf dem Markt, sie erwirtschaften im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von 4,5 Prozent beim Umsatz und sie haben sogar zusätzliche Arbeitsplätze eingerichtet (Zuwachs bei den abhängig Beschäftigten: 4,7 Prozent). Da die Filmproduktion jedoch nur ein marginales Wirtschaftswachstum erzielt hat, dürften die Bühnenkünstler/innen vor allem von der Rundfunkwirtschaft profitiert haben. Dieser Teilmarkt kann in der Tat im Vergleichsjahr ein Umsatzplus von knapp 5 Prozent erzielen.

Insgesamt wird die Filmwirtschaft in den nächsten Jahren voraussichtlich ähnlich wie schon in den Vorjahren schwankende wirtschaftliche Ergebnisse erzielen und folglich auch schwankende Beschäftigungszahlen vermelden müssen.

Die Filmwirtschaft zählt zusammen mit dem Buchmarkt und der Musik- und Rundfunkwirtschaft zu den klassischen Kulturmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Durch das Vordringen der digitalen Techniken und der rasanten Ausweitung der Internetwirtschaft wird die Filmwirtschaft immer stärker in der Medienkonvergenz aufgehen und verliert dadurch an eigenen klaren Konturen.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-8: Verbands- und sonstige Quellen zur Filmwirtschaft

AG Kino - Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.: http://www.agkino.de
AG Verleih - Arbeitsgemeinschaft der unabhängigen Filmverleiher e. V.: http://www.ag-verleih.de
Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen e.V.: http://www.produzentenallianz.de
Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (BVV): http://www.bvv-medien.de
Bundesverband Deutscher Film- und AV- Produzenten e.V. (BAV): www.bundesverband-av.de
FDW Werbung im Kino e.V. (FDW): http://www.fdw.de
German-Films: http://www.german-cinema.de
HDF KINO e.V. (HDF): http://www.hdf-kino.de
Interessenverband Deutscher Schauspieler e.V. (IDS): http://www.ids-ev.eu
SPIO-Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.: www.spio.de

Verband der Filmverleiher e.V. (VdF): http://www.vdfkino.de
Verband Deutscher Filmexporteure e.V. (VDFE): http://www.vdfe.de
Verband Deutscher Filmproduzenten e.V.: http://www.filmproduzentenverband.de
Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen e.V.: http://www.schauspieler-agenturen.de
Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen e.V. (VTFF): http://www.vtff.de
Künstlersozialkasse : www.kuenstlersozialkasse.de

3.5 Rundfunkwirtschaft

Der Rundfunksektor wird seit dem Ende der 80er Jahre durch den dualen Rundfunk geprägt. Neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk existiert seitdem ein privatwirtschaftlicher Rundfunk. Zusätzlich gibt es einen kleinen nicht-kommerziellen Rundfunkbereich (Lokalradios, freie Radios, Hochschulfernsehen etc.).

Der privatwirtschaftliche Rundfunk, hier als Rundfunkwirtschaft bezeichnet, finanziert sich überwiegend durch Werbung über den Markt. Weitere Erträge werden durch Abonnementgebühren und das wachsende Teleshopping erzielt. Neben den Rundfunkanbietern und Programmproduzenten wird die Gruppe der selbständigen Journalisten/innen und Journalistenbüros in den Rundfunkmarkt mit einbezogen, da diese in großen Teilen als Dienstleister für den Rundfunksektor tätig sind.

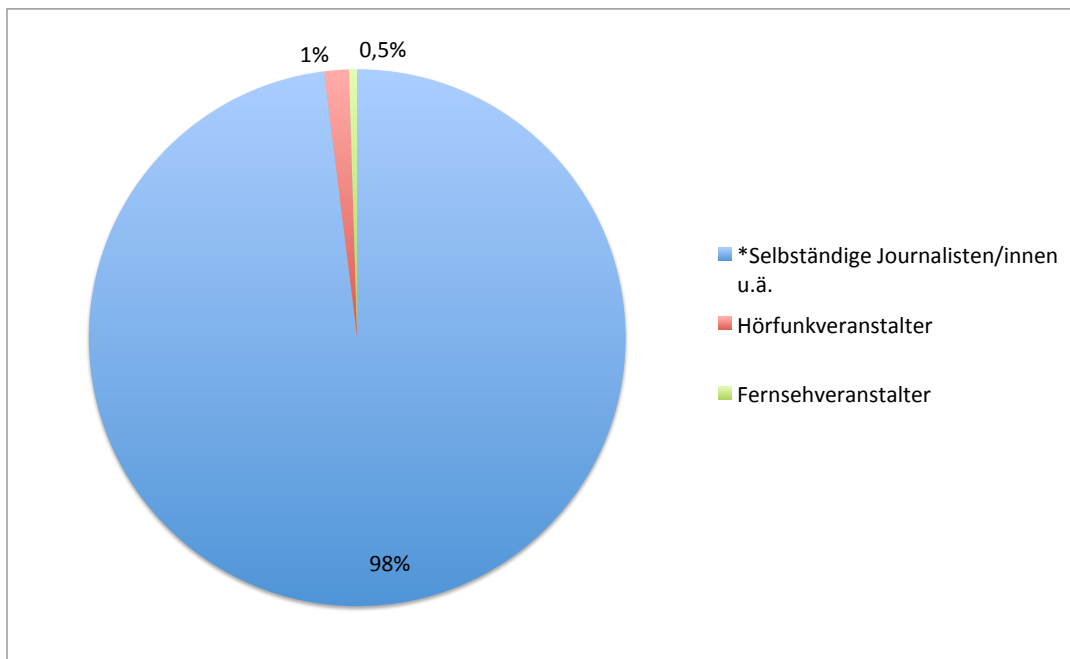
Die privaten Rundfunkveranstalter betreiben Gestaltung, Realisation und Ausstrahlung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen. Die Hersteller von Hörfunk- und Fernsehprogrammen bieten Programmproduktionen unterschiedlichster Formate. Kinofilme und Fernsehfilme, die gewöhnlich in Filmstudios produziert werden, sind in der Regel beim Wirtschaftszweig Filmherstellung erfasst. Allerdings ist diese Zuordnung nicht immer trennscharf zu handhaben, da eine ganze Reihe von Filmfirmen als Wirtschaftsbetrieb innerhalb der Rundfunkunternehmen bilanziert werden und somit in den steuerpflichtigen Gesamtumsatz des Rundfunks einfließen.

Tabelle 3-9: Kernwirtschaftszweige der Rundfunkwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen
60.10	Hörfunkveranstalter
60.20	Fernsehveranstalter

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 3-13: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Rundfunkwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: ***Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Die Rundfunkwirtschaft beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 39.400 oder 3,7 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In der Aufteilung nach den drei Wirtschaftszweigen entfallen auf die selbständigen Journalisten rund 18.300 Erwerbstätige einschließlich 870 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, dem Wirtschaftszweig Rundfunkveranstalter und Programmhersteller können rund 21.200 Erwerbstätige einschließlich 20.800 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zugeordnet werden.

Die Gesamtzahl der in der Rundfunkwirtschaft tätigen 21.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthält keine geringfügig Beschäftigten oder sonstige freie Mitarbeiter, sondern bezieht sich ausschließlich auf Beschäftigte mit mindestens einer Teilzeitstelle ab der Hälfte der regulären wöchentlichen Arbeitszeit. Außerdem umfasst die Gesamtzahl nicht die Beschäftigten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die zusätzlich rund 31.000 Personen (einschließlich öffentlicher Unternehmen) beschäftigen.

Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen liegt in der Rundfunkwirtschaft im Jahr 2010 schätzungsweise bei knapp 17.800 oder 6,1 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darunter zählen 98 Prozent oder rund 17.400 zu den selbständigen

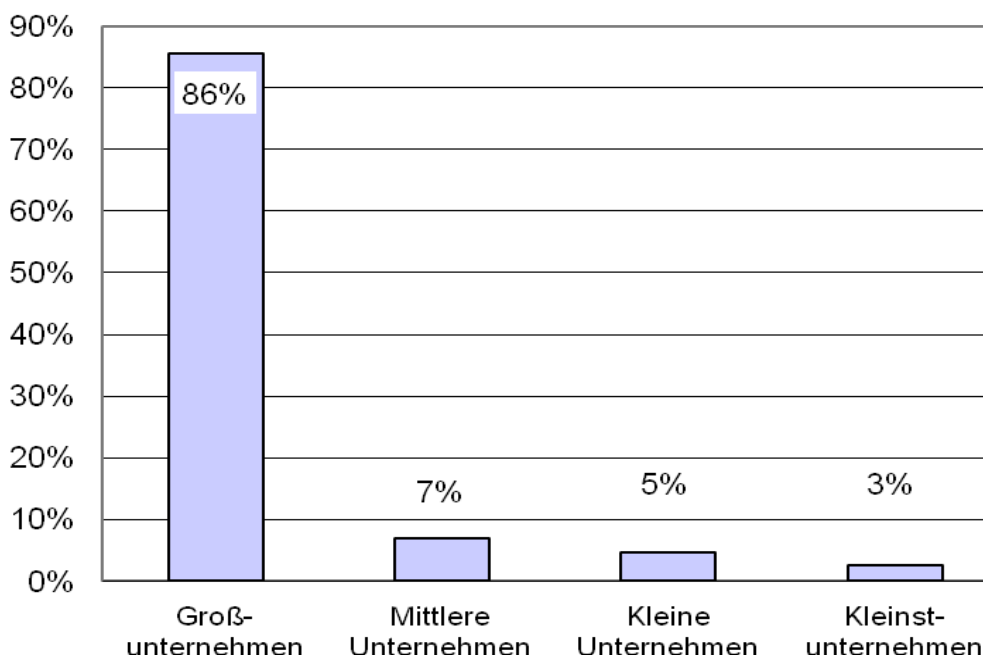
Journalisten/innen. Lediglich 2 Prozent oder rund 350 Unternehmen sind den Rundfunkveranstaltern und Programmherstellern zuzuordnen.

Im Jahr 2010 erwirtschaftet die privatwirtschaftliche Rundfunkwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 7,7 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 5,0 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die Umsatzangaben enthalten nur die Umsätze der selbständigen Journalisten (1,2 Milliarden Euro) und steuerpflichtigen Unternehmen (knapp 6,5 Milliarden Euro). Zum Vergleich: Die Umsätze des öffentlich-rechtlichen Rundfunks liegen im Jahr 2010 bei mehr als 8,5 Milliarden Euro (ARD, ZDF, DRadio).

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-14: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Rundfunkwirtschaft 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl Rundfunkunternehmen ohne selbständige Journalisten/innen
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009³² verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die rund 250 oder 71 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 3 Prozent

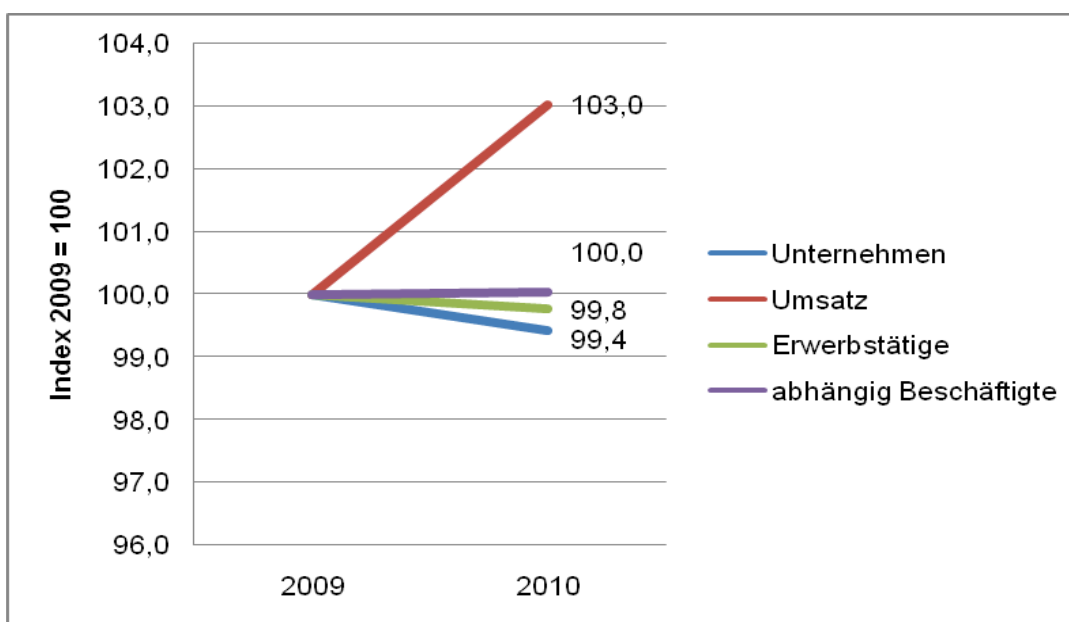
³² Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

- Rund 90 kleine und mittlere Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 26 Prozent erreichen einen Marktanteil von 12 Prozent und die Großunternehmen, 12 an der Zahl, erzielen einen Marktanteil von 86 Prozent.
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 445 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 673.000 Euro Jahresumsatz.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008³³ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-15: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Rundfunkwirtschaft wird naturgemäß von den Radio- und TV-Unternehmen wirtschaftlich geprägt. Insgesamt erzielen sie ein wirtschaftliches Plus von 3 Prozent, welches vor allem von den TV-Unternehmen (Zuwachs 4,9 Prozent) erwirtschaftet wird. Hingegen erleiden die Radiounternehmen Umsatzverluste in Höhe von minus 3,9 Prozent. Die selbständigen

³³ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Journalisten/innen können ihr Ergebnis immerhin positiv gestalten, sie erzielen ein Plus von knapp einem Prozent im Vergleichsjahr.

Die Zahlen der Journalisten/innen und die Radiounternehmen schrumpfen minimal, während die der TV-Unternehmen minimal ansteigen, sodass hier, wie auch im Beschäftigungsmarkt, eine stagnierende bzw. konstante Lage zu beobachten ist.

Insgesamt zeigt die wirtschaftliche Entwicklung der Rundfunkunternehmen nach dem Abwärtstrend in den Vorjahren ab 2007 bis zum Absturz im Krisenjahr 2009 ein erstes Signal in positiver Richtung. Ob daraus eine stabile wirtschaftliche Aufwärtsentwicklung für die Rundfunkwirtschaft in den kommenden Jahren erwachsen wird, bleibt abzuwarten. Wenn wirtschaftlich positive Entwicklungen eintreten, dürfte auch der Beschäftigungsmarkt mit einem Zuwachs an Arbeitsplätzen rechnen können. In wie weit allerdings auch die selbständigen Journalisten/innen profitieren werden, ist eher fraglich.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-10: Verbands- und sonstige Quellen zur Rundfunkwirtschaft

Deutscher Journalisten-Verband e. V.: www.djv.de
Deutscher Journalisten-Verband e. V.: www.djv.de
DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG: www.DFJV.de
DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG: www.DFJV.de
Freischreiber – Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten: www.freischreiber.de
Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT): www.vprt.de
Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2010/2011. Studie im Auftrag von ALM GbR, Berichtserstellung: Goldmedia GmbH, Berlin 2011

3.6 Markt für darstellende Künste

Der Begriff „Markt für darstellende Künste“ bezieht sich auf alle erwerbswirtschaftlichen Aktivitäten, die sich mit der Produktion und Darbietung von Theater, Varieté, Kabarett, sonstiger Kleinkunst, Musical, Tanz, Zirkus, Puppentheater, Festivals, etc. befassen. Neben den direkten Produzenten von darstellender oder unterhaltender Kunst werden zusätzlich die Theateragenturen und Theaterveranstalter sowie die bühnentechnischen Betriebe einbezogen. Eine besondere Bedeutung nehmen die selbständigen Bühnenkünstler/innen ein, die zusammen mit den Artisten zur Gruppe der selbständigen Künstlerberufe zusammengefasst werden. Sie stehen stellvertretend für die Urheber und/oder „Originärproduzenten“, die zumeist als erste die Prototypen und experimentellen Formen des Theaters oder aktueller Darbietungen der Unterhaltungskunst entwickeln.

Die etwas kompliziert klingende Verwendung des Begriffes „Markt für darstellende Künste“ wurde absichtsvoll an Stelle der möglichen Begriffe „Theaterwirtschaft“ oder „Theatermarkt“ eingeführt. Zum einen wird die Formenvielfalt der darstellenden Künste mit dem einfachen Theaterbegriff nicht hinreichend erfasst. Zum anderen assoziiert man im deutschen Sprachgebrauch den Begriff des Theaters häufig mit dem öffentlichen Theaterbetrieb. Dieser Teilbereich wird hier jedoch ausdrücklich ausgeklammert, da er zum überwiegenden Teil durch den Staat finanziert oder getragen wird.

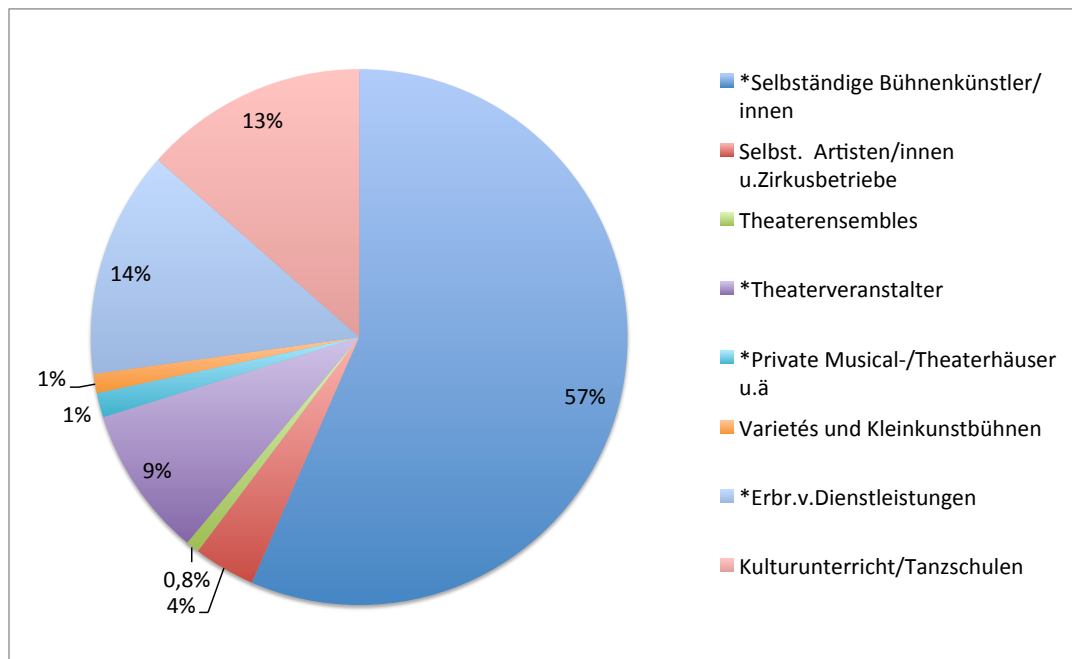
Im vorliegenden Teilmarkt stehen somit diejenigen privatwirtschaftlich organisierten Betriebe, Unternehmen und Selbständige bzw. Freiberufler im Zentrum der Betrachtung, die sich ganz oder vorwiegend über den Markt finanzieren.

Tabelle 3-11: Kernwirtschaftszweige des Marktes für darstellende Künste

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe
90.01.1	Theaterensembles
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthäuser
90.02	*Erbringung von Dienstleistungen f. die darstellende Kunst
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 3-16: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Markt für darstellende Künste nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Der Markt für darstellende Künste beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben knapp 33.300 oder 3,1 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 17.900 Personen etwas mehr als die Hälfte des Marktes für darstellende Künste ausmachen. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist die Gruppe der selbständigen Bühnenkünstler/innen, die mit 28 Prozent den größten Anteil an den Erwerbstätigen belegen, gefolgt von den Theater-/Konzertveranstaltern mit Anteilen von 19 Prozent und den Dienstleistungsunternehmen für die darstellende Kunst mit 17 Prozent.

Im Jahr 2010 erwirtschaftet der Markt für darstellende Künste ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 3,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 2,3 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Theater-/Konzertveranstalter, die mit 1,5 Milliarden Euro mehr als 40 Prozent des gesamten Umsatzes erzielt haben. Die übrigen Wirtschaftszweige liegen jeweils deutlich unterhalb der Milliardengrenze.

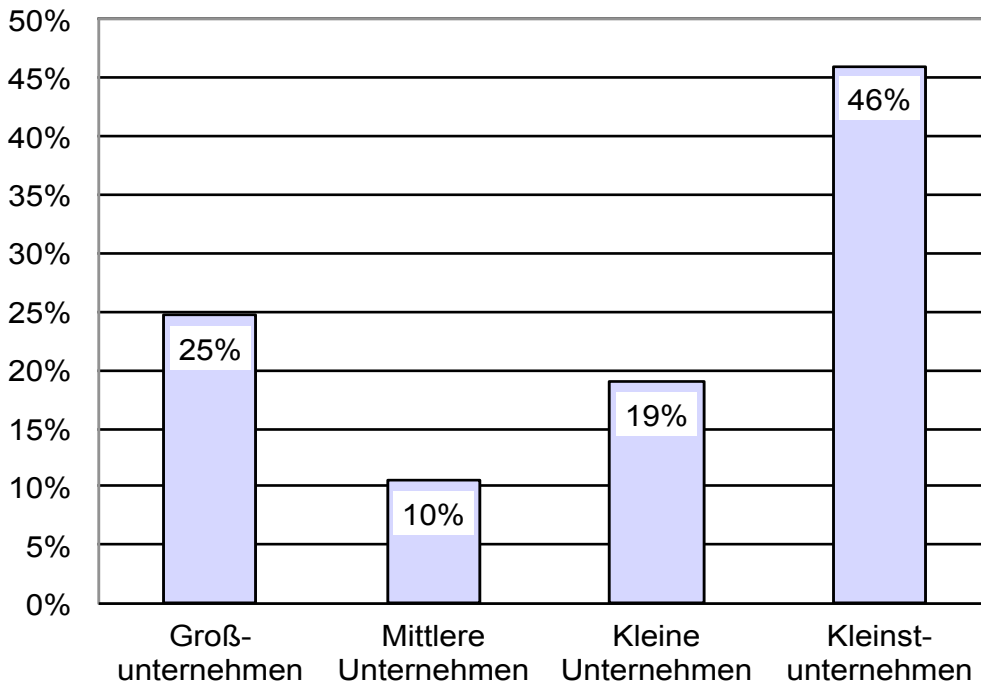
Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen liegt zusammen bei mehr als 15.400 oder 5,3 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 8.700

(Anteil 57 Prozent) darunter zählen zu den selbständigen Bühnenkünstler/innen, die mit Abstand die größte Gruppe im Markt für darstellende Künste bilden.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-17: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Markt für darstellende Künste 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl Wirtschaftszweige 90.01 und 90.04

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009³⁴ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (WZ-Nr. 90.01 und 90.04) wie folgt:

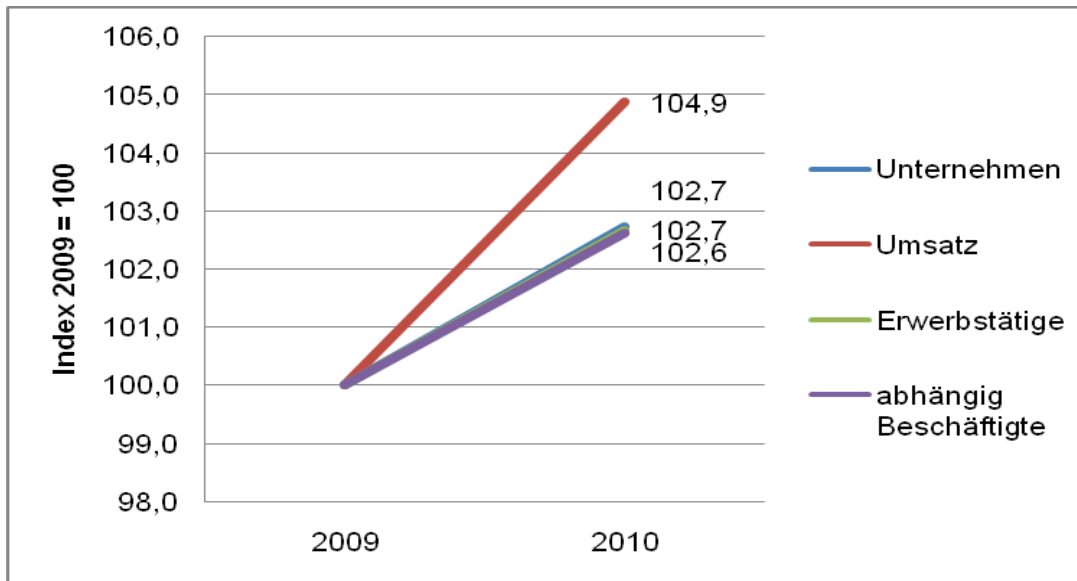
- Die rund 12.600 oder 99 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 46 Prozent
- Die rund 150 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 1 Prozent erreichen einen Marktanteil von rund 29 Prozent, die Großunternehmen mit 7 an der Zahl erzielen einen Marktanteil von 25 Prozent
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 102 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 107.000 Euro Jahresumsatz

³⁴ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008³⁵ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-18: Entwicklung des Marktes für darstellende Künste 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Markt für darstellende Künste zählt zu den wachstumsstärksten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit einem Umsatzplus von 4,9 Prozent in 2010 gegenüber 2009 erreicht der Teilmarkt das drittbeste wirtschaftliche Ergebnis hinter der Software-/Games-Industrie und dem Kunstmarkt. Zu dem positiven Ergebnis tragen fast alle der 8 Wirtschaftszweige in unterschiedlicher Weise bei. Lediglich der Wirtschaftszweig Varietés und Kleinkunstabühnen, muss einen Umsatzverlust von 3,6 Prozent hinnehmen. Hier ist es offensichtlich auch zu einer Marktberäumung bei den Unternehmen gekommen, da eine nicht geringe Anzahl der Varietés und Kleinkunstabühnen in 2010 vom Markt verschwunden ist (minus 9,2 Prozent der Unternehmen).

Durch die wirtschaftlich positive Entwicklung des Teilmarktes kann auch die Zahl der Erwerbstätigen gesteigert werden. Mit rund 2,6 Prozent wachsen der Erwerbstätigenmarkt und der Beschäftigtenmarkt gleichermaßen an.

³⁵ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Insgesamt zählt der Markt für darstellende Kunst bereits vor dem Krisenjahr 2009 zu den wachstumsstärksten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wenn die insgesamt positiven Signale im aktuellen Vergleichsjahr richtig gedeutet werden, wird sich der Teilmarkt in den nächsten Jahren voraussichtlich weiter positiv entwickeln.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-12: Verbands- und sonstige Quellen zum Markt für darstellende Künste

Allgemeiner Deutscher Tanzlehrerverband (ADTV): www.tanzen.de
Berufsverband Deutscher Tanzlehrer e.V. (BDT): www.bdt-ev.de
Bundesvereinigung Kabarett e.V.: www.Bundesvereinigung-Kabarett.de
Deutscher Tanzrat/Deutscher Ballettrat: www.yelp.de/biz/deutscher-tanzrat-deutscher-ballettrat
Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger (GDBA): http://buehnengenossenschaft.de
Interessenverband Deutscher Schauspieler e. V. (IDS): www.ids-ev.eu
Verband Deutscher Puppentheater e. V. (VDP): www.vdp-ev.de
Verband Deutscher Schauspieler Agenturen: www.schauspieler-agenturen.de
Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de
Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.); Die Darstellenden Künste in NRW, Düsseldorf

3.7 Designwirtschaft

Zur Designwirtschaft zählen die produzierenden Unternehmen des Industriedesigns, des Produkt-/Mode-/ Grafikdesigns, sowie des Kommunikationsdesigns/der Werbegestaltung. Bei der Darstellung der designwirtschaftlichen Aktivitäten handelt es sich um Unternehmen, die als Agenturen, Büros oder Firmen im Markt agieren. Im Zentrum der Betrachtung stehen also nicht die Designberufe oder die berufliche Stellung von Designern, sondern ihre wirtschaftlichen und unternehmensbezogenen Positionen.

Die Besonderheit der Designwirtschaft liegt in der Vielfalt und impliziten Verwendung von designerischen Ideen, Modellen und Konzepten in anderen Wirtschaftsbranchen. Es ist somit nicht einfach, eine überzeugende Auswahl von Wirtschaftszweigen zu definieren, um die Designwirtschaft im Kern als ein eigenständiges Wirtschaftsfeld auszumachen.

Gemäß neuer Abgrenzung werden zum Kernbereich der Designwirtschaft die Büros für Industrie-, Produkt- und Modedesign, für Grafik- und Kommunikationsdesign, für Interior Design und Raumgestaltung sowie für die Werbegestaltung gezählt. Hinzu kommen die Büros für Innenarchitektur, für Schmuckherstellung etc. und die selbständigen Fotografen/innen, die entsprechend der internationalen Abgrenzung³⁶ neu aufgenommen wurden.

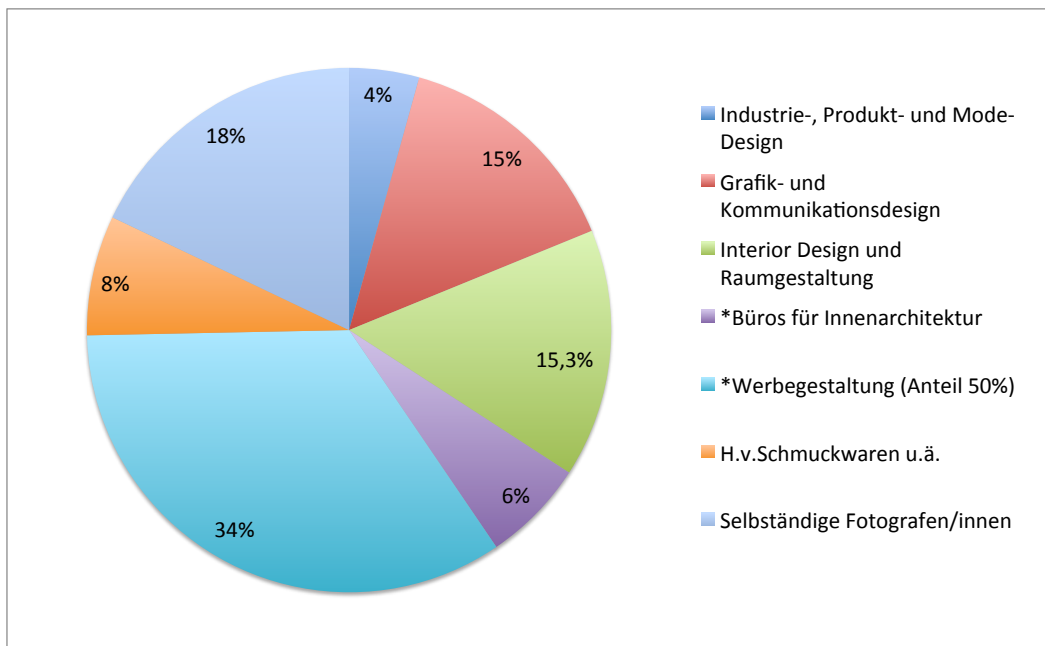
Tabelle 3-13: Kernwirtschaftszweige der Designwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur
73.11	*Werbegestaltung (Anteil 50Prozent)
32.12	Herstellung v. Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren
74.20.1	Selbständige Fotografen/innen

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

³⁶ Vgl. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics; ESSnet Culture Statistics 2011

Abbildung 3-19: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Designwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Die Designwirtschaft beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 126.300 oder 11,8 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 76.200 Personen einen erheblichen Anteil in der Designwirtschaft ausmachen. Der Wirtschaftszweig Werbegestaltung ist der mit Abstand bedeutsamste, da er für knapp zwei Drittel aller Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz bieten kann.

Im Jahr 2010 erwirtschaftet die Designwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 18,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 11,8 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Werbegestaltung, die mit 12,1 Milliarden Euro einen Anteil von 66 Prozent des gesamten Designumsatzes belegt. Die übrigen Designzweige erzielen zusammen den restlichen Umsatz mit einem Anteil von 34 Prozent.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Designwirtschaft liegt bei 50.100 oder 17,3 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 17.100 (Anteil 34 Prozent) der Unternehmen arbeiten im Wirtschaftszweig Werbegestaltung. Die Fotografen/innen zählen knapp 9.000 Büros (Anteil 18 Prozent), gefolgt von den Grafik-/Kommunikationsdesignern und den Interiordesignern etc. mit jeweils mehr als 7.000 Büros

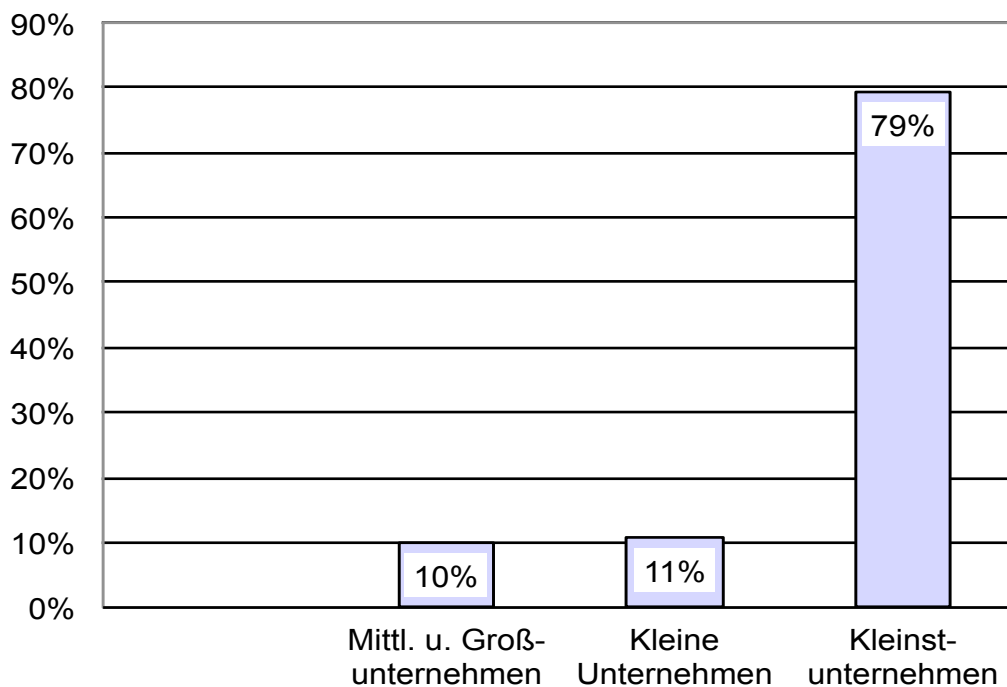
(Anteile jeweils 15 Prozent). Zu den kleineren Wirtschaftszweigen zählen die Schmuckhersteller mit rund 3.700 Büros (Anteil 7 Prozent), die Innenarchitekten/innen mit 3.200 Büros (Anteil 6 Prozent) und die Industrie-, Produkt- und Modedesigner mit 2.200 Büros (Anteil 4 Prozent).

Im Industrie-/Produkt- und Modedesign sind mehr als 14.800 Unternehmen (Anteil 35 Prozent) tätig, während die Zahl der Unternehmen im Industriedesign bei knapp 3.900 (Anteil 10 Prozent) liegt.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-20: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Designwirtschaft 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl Designbüros 74.10.1-3

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009³⁷ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (Industrie-, Produkt-, Mode-, Grafik-, Kommunikations-, Interiordesign und Raumgestaltung, ohne Werbegestaltung; Schmuckherstellung, Fotografie) wie folgt:

- Die knapp 15.100 oder 99,5 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 79 Prozent

³⁷ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

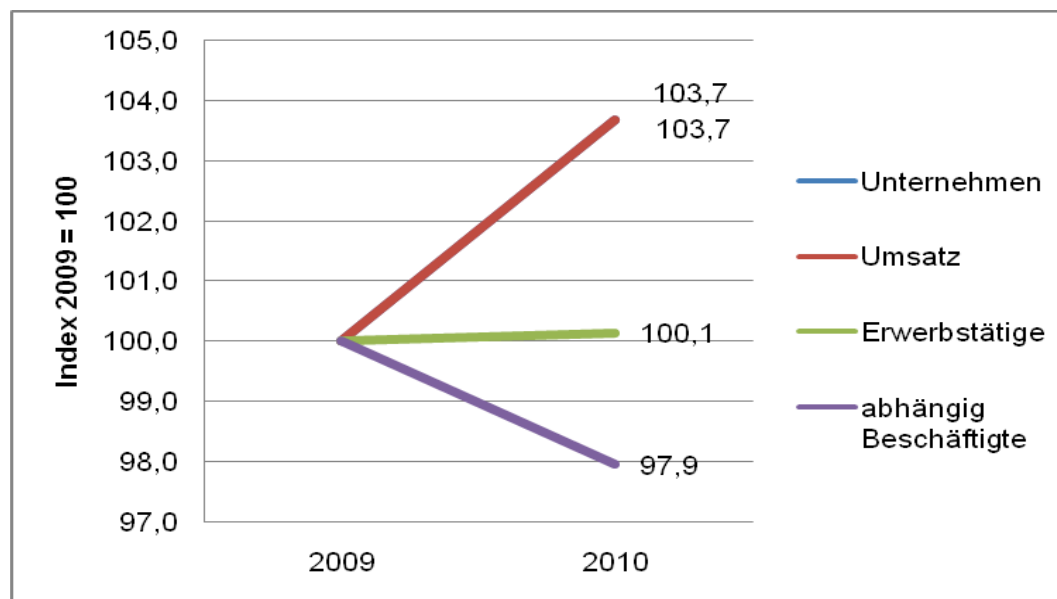
- Die 58 kleinen Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 0,4 Prozent erreichen einen Marktanteil von 11 Prozent. Die 17 mittleren und Großunternehmen belegen 10 Prozent Marktanteil
- Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens liegt bei 10 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 97.000 Euro Jahresumsatz

Die Struktur der Umsatzgrößenklassen des Wirtschaftszweiges Werbegestaltung wurde dem Teilmarkt Werbung zugeordnet.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008³⁸ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-21: Entwicklung der Designwirtschaft 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Designwirtschaft wird durch zwei unterschiedliche Wachstumsgeschwindigkeiten geprägt. Der Gesamtumsatz und die Zahl der Designunternehmen haben sich mit jeweils 3,7

³⁸ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Prozent in 2010 gegenüber 2009 positiv entwickelt, hingegen ist der Beschäftigtenmarkt geschrumpft.

Hinter diesen Zahlen verbergen sich stark divergierende Trends in den einzelnen Designzweigen. So können die Industriedesigner etc. und die Grafik-/Kommunikationsdesigner mit weit überdurchschnittlichen Umsatzzuwächsen von 38 und knapp 27 Prozent im aktuellen Jahr zulegen und damit das Krisenjahr 2009 schnell hinter sich lassen. Ebenso haben die Innenarchitekten und die Schmuckhersteller etc. ihre Umsätze um 21 bzw. 14 Prozent gesteigert. Darüber hinaus bauen die drei erstgenannten Wirtschaftszweige ihre Beschäftigung überdurchschnittlich aus und erzielen damit Personalzuwächse von 15 bis 25 Prozent in einem einzigen Jahr(!). Dagegen haben die Schmuckhersteller ihren Umsatzerfolg nicht in den Aufbau von Personal investiert, sondern weiter abgebaut, wie schon im Krisenjahr 2009. Insgesamt 8,5 Prozent der Beschäftigten müssen daher im Jahr 2010 den Wirtschaftszweig Schmuckherstellung verlassen.

Die selbständigen Fotografen/innen wiederum erzielen mit 7 Prozent sehr gute Umsatzzuwächse, sie investieren nicht in Personal, bauten dieses aber auch nicht ab.

Der Teilmarkt wird allerdings auch durch negative Entwicklungen geprägt. Alle designrelevanten Aktivitäten, die in enger Verbindung mit den Werbegestaltern bzw. dem Werbemarkt stehen, müssen Verluste hinnehmen. So geht die Zahl der Werbegestalter um minus 5 Prozent zurück, der Umsatz stagniert bei minus 0,2 Prozent und das Beschäftigungsvolumen schrumpft in diesem Wirtschaftszweig um mehr als 4 Prozent. Dazu kommen die Interiordesigner und Raumgestalter, die ebenfalls Verluste von 3 bis 4 Prozent bei den Unternehmen und beim Umsatz hinnehmen müssen.

Insgesamt spiegelt die Designwirtschaft mit ihren unterschiedlichen Wirtschaftszweigen die widersprüchlichen Spannungsmomente wider, die die Kultur- und Kreativwirtschaft in der ersten Phase nach dem Krisenjahr 2009 prägen: Zum einen hat die Krise starke Nachholbedarfe erzeugt, die vor allem den Industriedesignern und Grafikdesignern mit eigenen Büros zugute kommen. Zum anderen kann die große Zahl der Designer, die im Werbemarkt gebraucht werden, bislang noch nicht von der Aufbruchphase nach der Krise profitieren.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-14: Verbands- und sonstige Quellen zur Designwirtschaft

Allianz deutscher Designer (AGD) e.V.: www.agd.de
BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V. : www.bdg-designer.de
Deutscher Designer Verband e.V. (DDV): http://germandesign.de
Initiative Deutscher Designverbände (IDD): www.i-dd.org/
Verband Deutscher Industrie Designer e.V. (VDID): www.vdid.de
Verband Deutscher Mode- und Textildesigner e.V. (VDMD): www.fashiondesign.de

3.8 Architekturmarkt

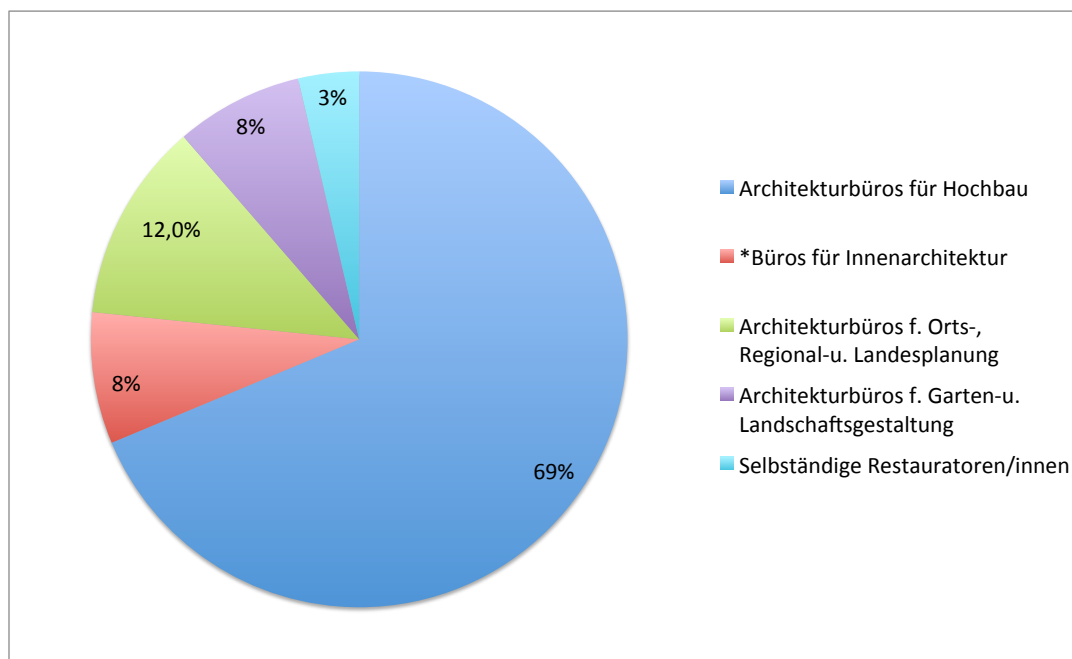
Der Architekturmarkt zählt zu den wenigen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, der sich durch eine relativ klare und homogene Zuordnung der wirtschaftlichen Aktivitäten auszeichnet. Architekturerelevante Leistungen beziehen sich auf den Entwurf und auf die Bauplanung im jeweiligen Architekturwirtschaftszweig. Es wird unterschieden nach Hochbau und Innenarchitektur, nach Orts-, Regional- und Landesplanung sowie nach Garten- und Landschaftsgestaltung. Gemäß neuer Abgrenzung³⁹ können erstmals die Innenarchitekten als eigenständige Gruppe erfasst und einbezogen werden, ebenso sind die selbständigen Restauratoren/innen neu aufgenommen worden.

Tabelle 3-15: Kernwirtschaftszweige des Architekturmarktes

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung
71.11.4	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung
90.03.4	Selbständige Restauratoren/innen

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Schätzung

Abbildung 3-22: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Architekturmarkt nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

³⁹ Vgl. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics,; ESSnet Culture Statistics 2011

Die Eckdaten

Der Architekturmarkt beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 102.200 oder 9,5 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von knapp 62.100 Personen enthalten. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Büros für Hochbau und Innenarchitektur, die 74 Prozent des gesamten Architekturmarktes ausmachen.

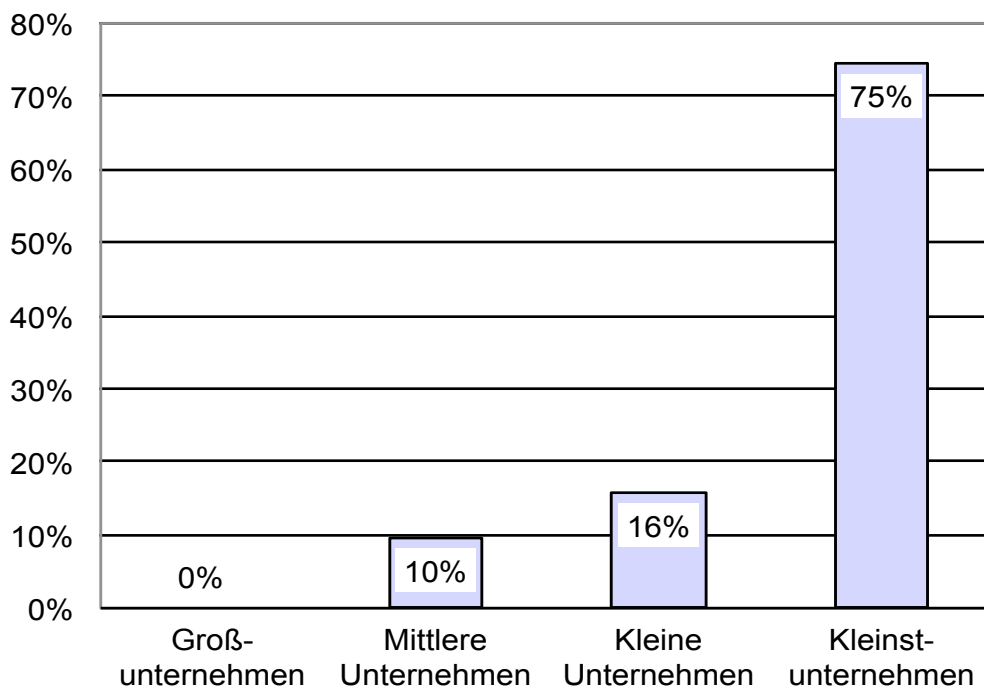
Im Jahr 2010 erwirtschaftet der Architekturmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 8 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 5,2 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Auch hier sind die Hochbauarchitekten wiederum für 72 Prozent des Umsatzes verantwortlich.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Architekturmarkt liegt bei rund 40.200 oder 13,9 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-23: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Architekturmarkt 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl nur Architekturzweige

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

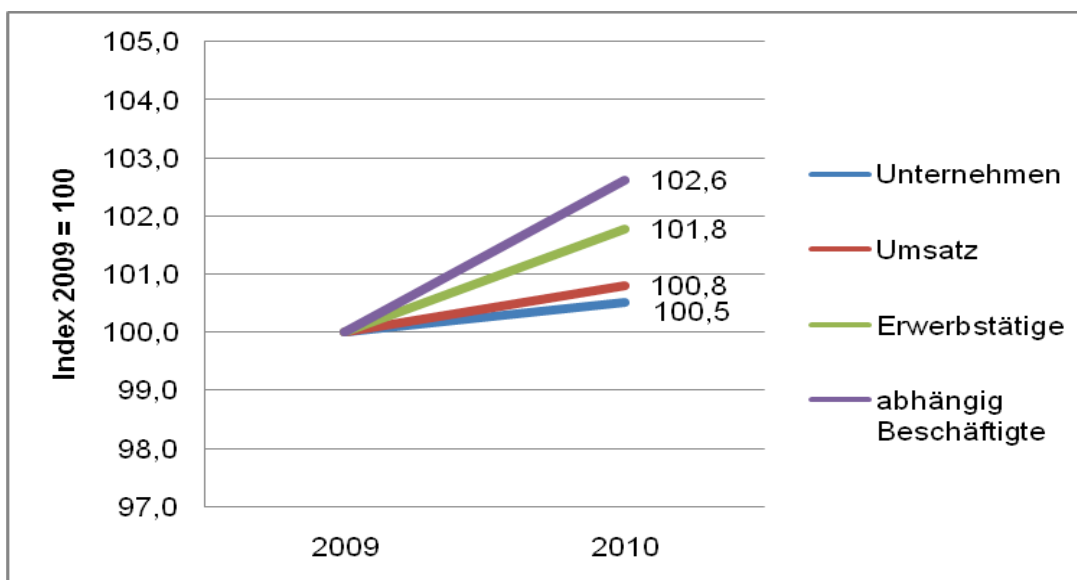
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009⁴⁰ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die mehr als 38.100 oder 99 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 75 Prozent
- Die rund 370 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 1 Prozent erreichen einen Marktanteil von jeweils 16 Prozent und 10 Prozent. Großunternehmen werden im Jahr 2009 nicht von den Steuerbehörden erfasst
- Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens liegt bei 18 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 153.000 Euro Jahresumsatz

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008⁴¹ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-24: Entwicklung des Architekturmarktes 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

⁴⁰ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

⁴¹ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Der Architekturmarkt entwickelt sich nach dem Krisenjahr 2009 insgesamt positiv, auch wenn die Wachstumsdynamik nur verhalten oder stagnierend erscheint. Dieser Befund kann allerdings bereits als positiv bewertet werden, da der Architekturmarkt in den Jahren vor der Krise tendenziell in einem strukturellen Minuswachstum steckte.

Die Zahl der Architekturbüros und ihre Umsätze zeigen mit 0,5 und 0,8 Prozent in eine positive Richtung. Während die Hochbauarchitekten leichte Minuswerte mit 1 bis 2 Prozent ausweisen, sind vor allem die kleineren Wirtschaftszweige gut bis sehr gut in das Jahr 2010 gekommen. Die bereits in der Designwirtschaft erwähnten Innenarchitekten/innen wachsen mit jeweils rund 20 Prozent bei den Unternehmen und beim Umsatz, die selbständigen Restauratoren legen um knapp 5 Prozent zu und erzielen einen Umsatzzuwachs von knapp 14 Prozent. Die Architekten für Gartengestaltung etc. können sich zahlenmäßig immerhin am Markt behaupten. Wirtschaftlich müssen sie jedoch ein Umsatzminus von knapp 5 Prozent im aktuellen Jahr hinnehmen.

Insgesamt hat sich der Architekturmarkt in Folge der Konjunkturpakete zu einem stabilen Wirtschaftsfeld in der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt. Wenn die öffentlichen und privaten Bauherren in der Zukunft stärker auf eine „kulturell“ ausgerichtete Bauweise Wert legen, kann der Architekturmarkt weiter zulegen. Das Niveau des Nachbarn Niederlande könnte hierzu eine attraktive Messlatte für den deutschen Architekturmarkt werden.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-16: Verbands- und sonstige Quellen zum Architekturmarkt

BDB Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure e.V.: www.baumeister-online.de
Bund Deutscher Architekten BDA: www.bda-bund.de
Bund Deutscher Landschaftsarchitekten (BDLA); : www.bdla.de
Vereinigung Freischaffender Architekten Deutschlands (VFA): www.vfa-architekten.de/
Bund Deutscher Architekten BDA: www.bda-bund.de
Bund Deutscher Innenarchitekten BDIA e. V.: www.bdia.de
Bundesingenieur- und Architektenverband e.V. – BIAV: www.biav.de
Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V.: www.galabau.de
SRL - Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V.: www.srl.de
Bundesarchitektenkammer: www.bak.de

3.9 Pressemarkt

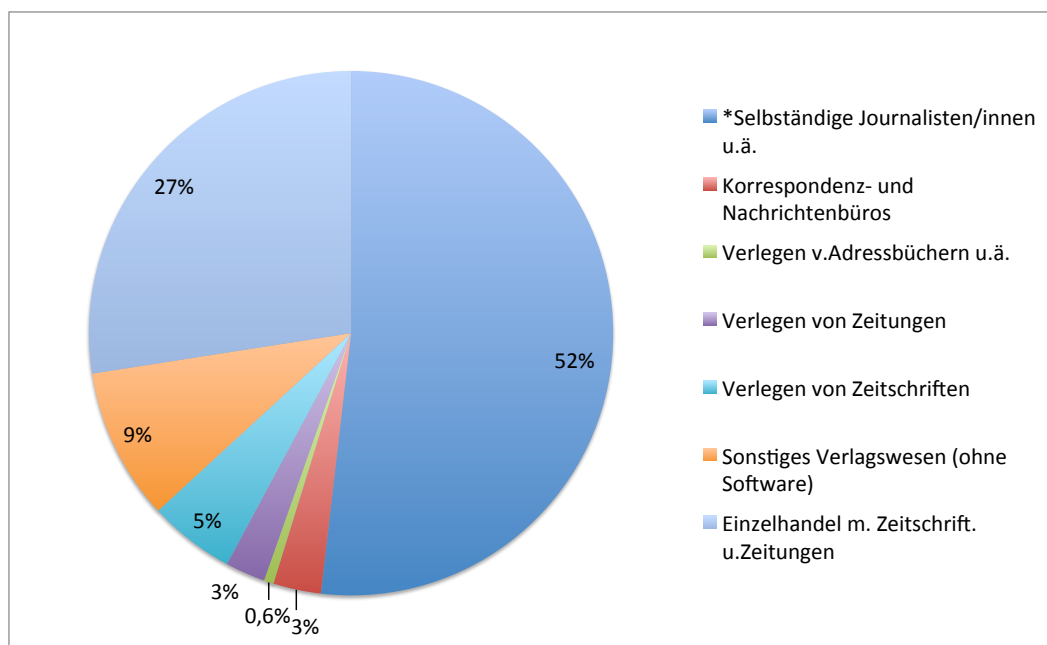
Zum Pressemarkt zählen die selbständigen Journalisten/innen sowie die Korrespondenz- und Nachrichtenbüros. Neben den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen werden die sonstigen Verlage mit Landkarten, Kunstdruckwerken etc. und die Adressbuchverlage der Wirtschaftsgruppe Presseverlage zugeordnet. Neu aufgenommen wurden gemäß internationaler Abgrenzung⁴² der Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen.

Tabelle 3-17: Kernwirtschaftszweige des Pressemarktes

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.
58.13	Verlegen von Zeitungen
58.14	Verlegen von Zeitschriften
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 3-25: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Pressemarkt nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

⁴² vgl. 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics; ESSnet Culture Statistics 2011

Die Eckdaten

Der Pressemarkt beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 164.600 oder 15,3 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer überdurchschnittlich hohen Zahl von 131.100 Personen enthalten. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Zeitungsverlage, die 31 Prozent des gesamten Erwerbstätigenmarktes ausmachen, gefolgt von den Zeitschriftenverlagen, die 25 Prozent Anteil erreichen. An dritter Stelle folgt der Einzelhandel mit Presseerzeugnissen (Anteil 18 Prozent) sowie die selbständigen Journalisten/innen, die 11 Prozent der Erwerbstätigen stellen.

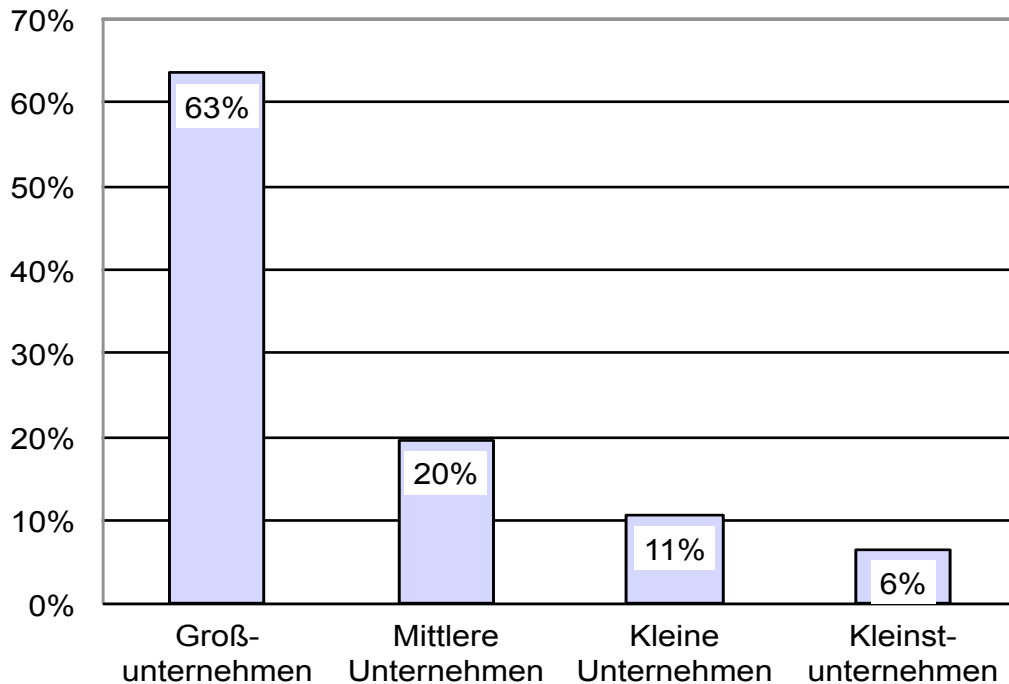
Im Jahr 2010 erwirtschaftet der Pressemarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 31,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 20,3 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Wiederum sind die beiden Presseverlage Zeitungen und Zeitschriften für 36 Prozent und 32 Prozent der Umsätze verantwortlich.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Pressemarkt liegt im Jahr 2009 bei knapp 33.600 oder 11,6 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier fällt das zahlenmäßige Gewicht der selbständigen Journalisten/innen mit einem Anteil 52 Prozent am gesamten Pressemarkt auf.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-26: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Pressemarkt 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl Presseverlage einschließlich Buchverlage (58.1)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009⁴³ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 7.200 oder 85 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 6 Prozent
- Die rund 1.200 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 14 Prozent erreichen Marktanteile von 11 Prozent und 20 Prozent, die 115 Großunternehmen mit jeweils mehr 50 Millionen Euro Jahresumsatz belegen einen Marktanteil von 63 Prozent
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 198 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 320.000 Euro Jahresumsatz.

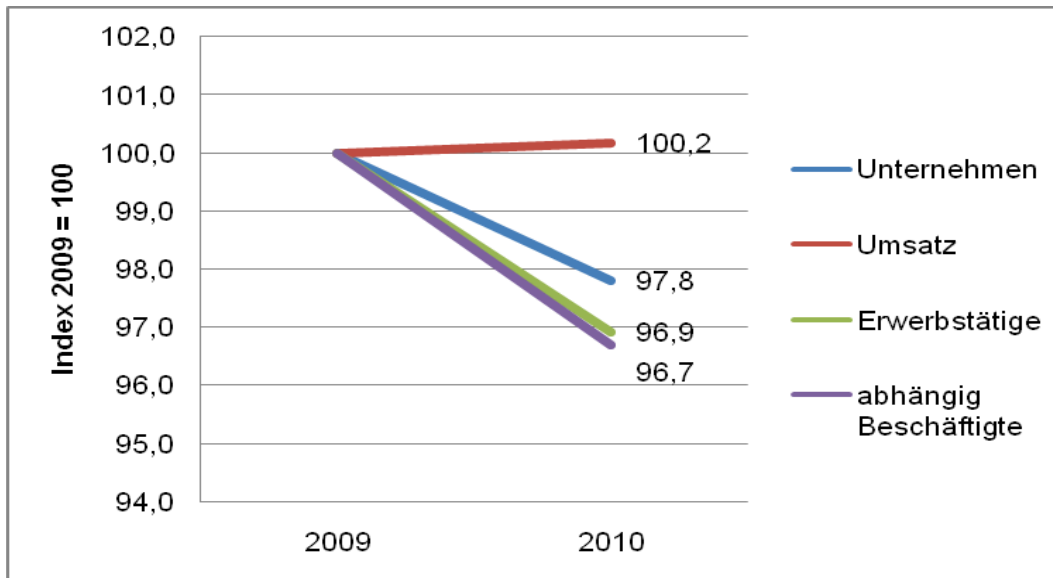
Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008⁴⁴ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den

⁴³ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-27: Entwicklung des Pressemarktes 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Pressemarkt zählt zu den größten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft und prägt dadurch das Gesamtbild der Branche in entscheidender Weise. Wie die Abbildung deutlich macht, weisen drei der vier Kategorien in negative Richtung. Sowohl die Unternehmen als auch die Erwerbstätigkeit und die abhängig Beschäftigten schrumpfen mit minus 2 bis 3 Prozent in 2010. Lediglich der Umsatz des Pressemarktes bleibt stabil oder stagniert.

Im Gegensatz zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft fällt auf, dass in allen sieben Wirtschaftszweigen des Pressemarktes Unternehmen vom Markt verschwinden. Hinzu kommt ein konstanter Verlust von Arbeitsplätzen im Umfang von minus 1 bis knapp minus 9 Prozent bei fast allen Wirtschaftszweigen. Lediglich der Zeitschriftenhandel schafft es, seine Beschäftigungszahl zu stabilisieren und 1 Prozent in 2010 zulegen.

In beschäftigungsbezogener Betrachtung muss der Pressemarkt derzeit zu den Schrumpfungsmärkten gezählt werden. In wirtschaftlicher Hinsicht steht die Bewältigung des strukturellen Wandels in den nächsten Jahren im Mittelpunkt. Für die Presseunternehmen wird der Weg zu konvergenten Medienunternehmen ein aufregender Prozess, der für die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt von großer Bedeutung ist.

⁴⁴ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-18: Verbands- und sonstige Quellen zum Pressemarkt

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.: www.bdzv.de
Deutscher Journalisten-Verband e. V.: www.djv.de
Deutscher Verband der Pressejournalisten AG (DVPJ): www.dvpj.org
DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG: www.DFJV.de
Freischreiber – Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten: www.freischreiber.de
Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ): www.vdz.de

3.10 Werbemarkt

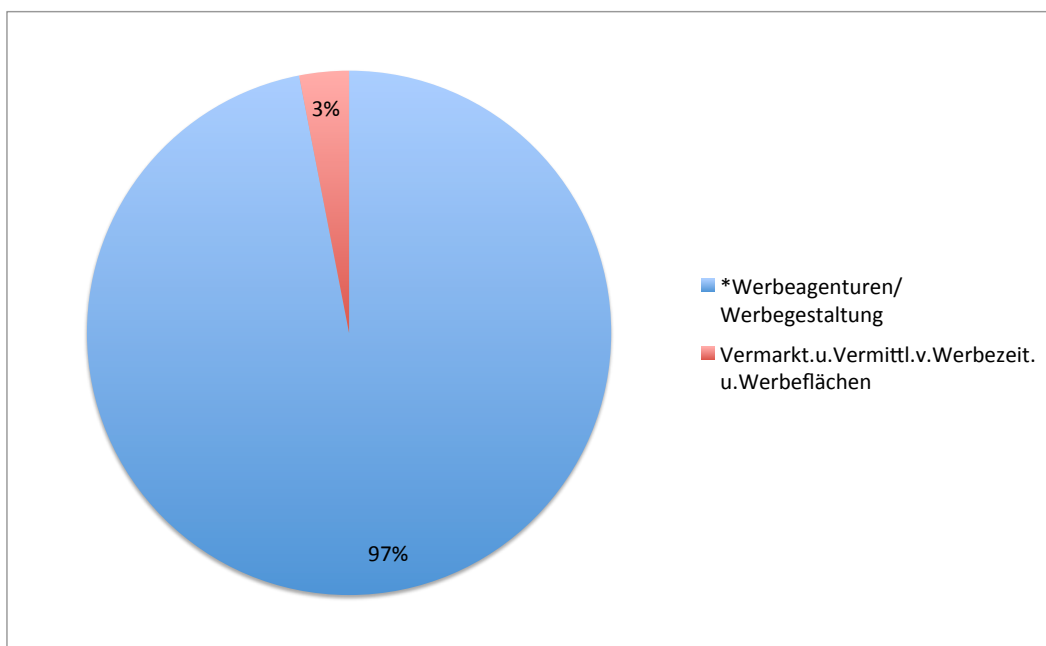
Zum Werbemarkt zählen die beiden Wirtschaftszweige Werbegestaltung und Werbevermittlung. Der Wirtschaftszweig Werbegestaltung wurde bereits im Unterkapitel Designwirtschaft behandelt, da ein großer Anteil der Aktivitäten dieses Wirtschaftszweiges eng mit dem Kommunikationsdesign verbunden ist.

Tabelle 3-19: Kernwirtschaftszweige des Werbemarktes

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
73.11	*Werbeagenturen/Werbegestaltung
73.12	Vermarktung u. Vermittlung von Werbezeiten/-flächen

Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 3-28: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Werbemarkt nach Wirtschaftszweigen 2010



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Der Werbemarkt beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 137.700 oder 12,8 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer überdurchschnittlich hohen Zahl von 102.400 Personen enthalten.

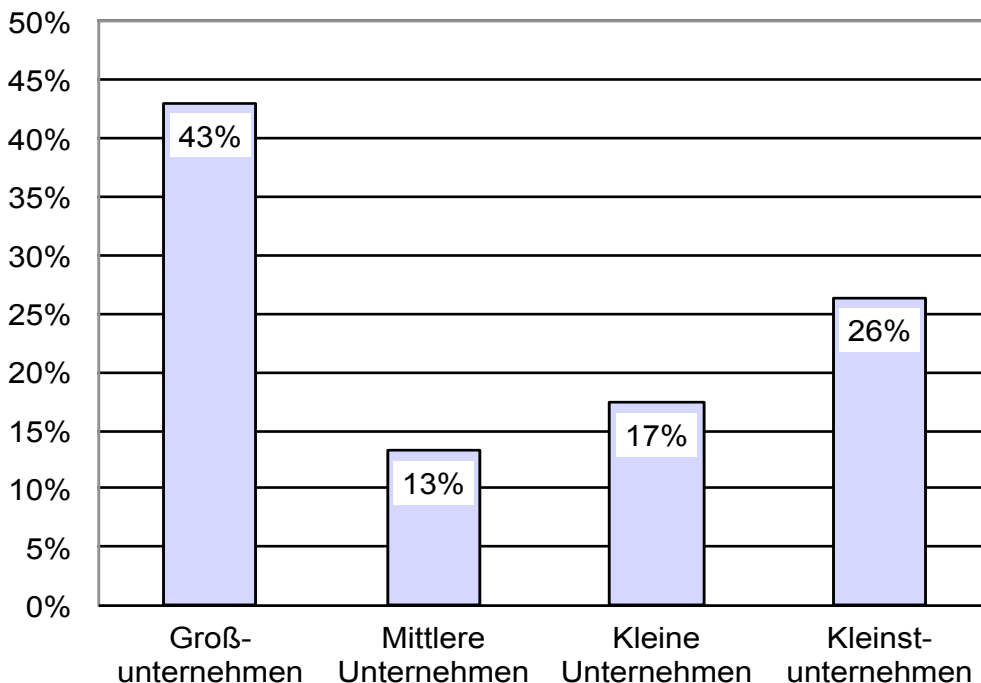
Im Jahr 2010 erwirtschaftet der Werbemarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 25,7 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 16,7 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Werbemarkt liegt im Jahr 2010 bei rund 35.300 oder 12,2 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-29: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Werbemarkt 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009⁴⁵ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die rund 35.800 oder 96 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 26 Prozent
- Die rund 1.300 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 3 Prozent erreichen einen Marktanteil von 17 Prozent und 13 Prozent, die 54 Großunternehmen mit jeweils mehr als 50 Millionen Euro Jahresumsatz belegen einen Marktanteil von 43 Prozent

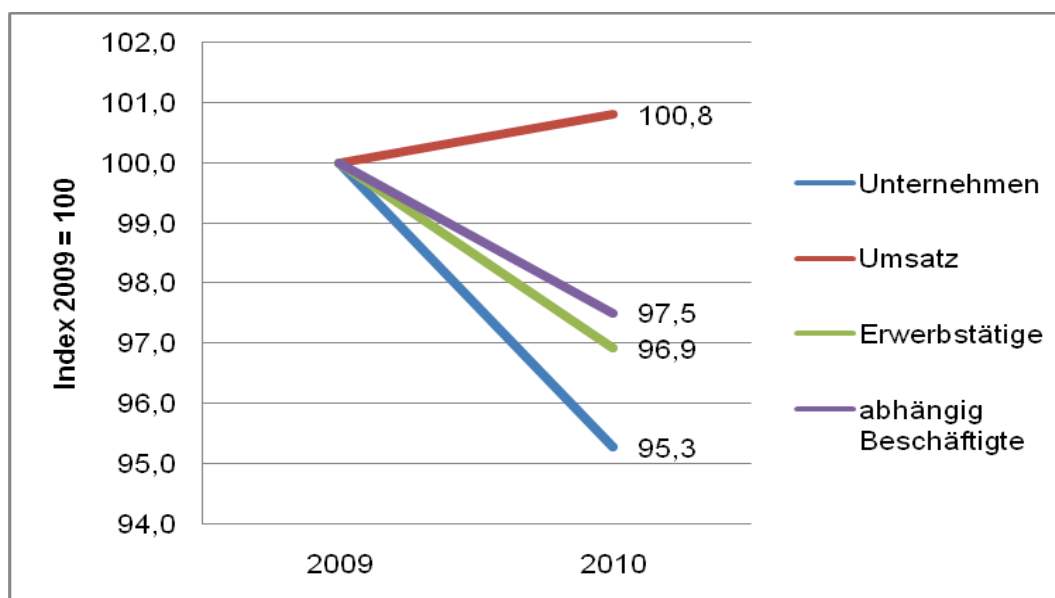
⁴⁵ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 203 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 188.000 Euro Jahresumsatz

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008⁴⁶ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-30: Entwicklung des Werbemarktes 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie die Erfahrungen aus dem Krisenjahr 2009 deutlich gemacht haben, ist der Werbemarkt als Frühindikator für die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt hervorgetreten. Danach zeigt der Umsatzzuwachs ein geringes Plus von 0,8 Prozent und damit immerhin eine stabile Lage für das erste Wirtschaftsjahr nach der Krise. Die Werte für die Entwicklung der Beschäftigung und der Unternehmen zeigen jedoch in eine negative Richtung: 2,5 Prozent Beschäftigungsverlust und fast 5 Prozent Rückgang bei den Unternehmen verweisen auf eine Marktbereinigung, die entweder noch als Nachwirkung des für den Werbemarktes sehr harten Krisenjahres interpretiert werden kann, oder als erste Vorboten für eine schwierige Phase des Werbemarktes und damit möglicherweise für

⁴⁶ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

verschiedene Teile der Kultur- und Kreativwirtschaft gedeutet werden muss. Da die Umsatzwerte nicht eingebrochen sind, dürften die negativen Beschäftigungs- und Unternehmenswerte jedoch eher auf einen Strukturwandel hindeuten. Es bleibt abzuwarten, welchen Trend die Konjunkturdaten für das Jahr 2011 anzeigen werden.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-20: Verbands- und sonstige Quellen zum Werbemarkt

Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen e.V. (AIKA): http://www.aika.de
BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V.: www.bdg-designer.de
Fachverband Freier Werbetexter e.V. (FFW): www.texterverband.de
Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.: www.gwa.de
Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW): www.zaw.de

3.11 Software-/Games-Industrie

Die Software-/Games-Industrie wird in der internationalen wie in der europäischen Debatte schon länger als regulärer Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet.

Entsprechend nimmt sie im Rahmen des Creative Industries Modells eine zentrale Stellung ein. Die Software-/Games-Industrie umfasst danach die Entwicklung und das Verlegen von Softwareprodukten jedweder Art. Zu ihr gehören beispielsweise Computerspiele, Konsolenspiele, Videospiele, Mobile Games, Online Games, Browser Games, Social Games etc⁴⁷. Durch den wachsenden Markt mit Online- und Browserspielen wächst auch die Bedeutung von Online-Plattformen. Viele Spielefirmen haben ihr Geschäftsmodell nur folgerichtig erweitert und sind auch als Content-Provider tätig. Der Branchenverband G.A.M.E. definiert: „Computer- und Videospiele umfassen alle interaktiven, non-linearen Medien, die mit Hilfe audiovisueller Wiedergabe das Spielen ermöglichen oder Spiele zu Lernzwecken einsetzen. Dabei sind Trägermedium, Wiedergabesystem oder Übertragungsweg unwesentlich.“ Gemeint sind damit Computerspiele, Videospiele, Online-, Browser- und Handyspiele, die in physischer Gestalt, in Onlineform produziert und zunehmend durch Webportale vertrieben werden.

Allerdings verändern sich die Branche und ihre Unternehmen und Geschäftsmodelle in einem extrem hohen Tempo. Deshalb sind begleitenden wirtschafts- und kulturpolitischen Analysen gewisse Grenzen gesetzt, insbesondere erschwert die Geschwindigkeit vor allem eine systematische Erfassung. Die Abgrenzung der Branche nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008 bleibt wenig befriedigend. Daher werden im Folgenden in Anlehnung an die europäische Debatte⁴⁸ folgende Wirtschaftszweige einbezogen: Verlegen von Computerspielen u. sonstiger Software, Webportale sowie Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen u. sonstiger Software.

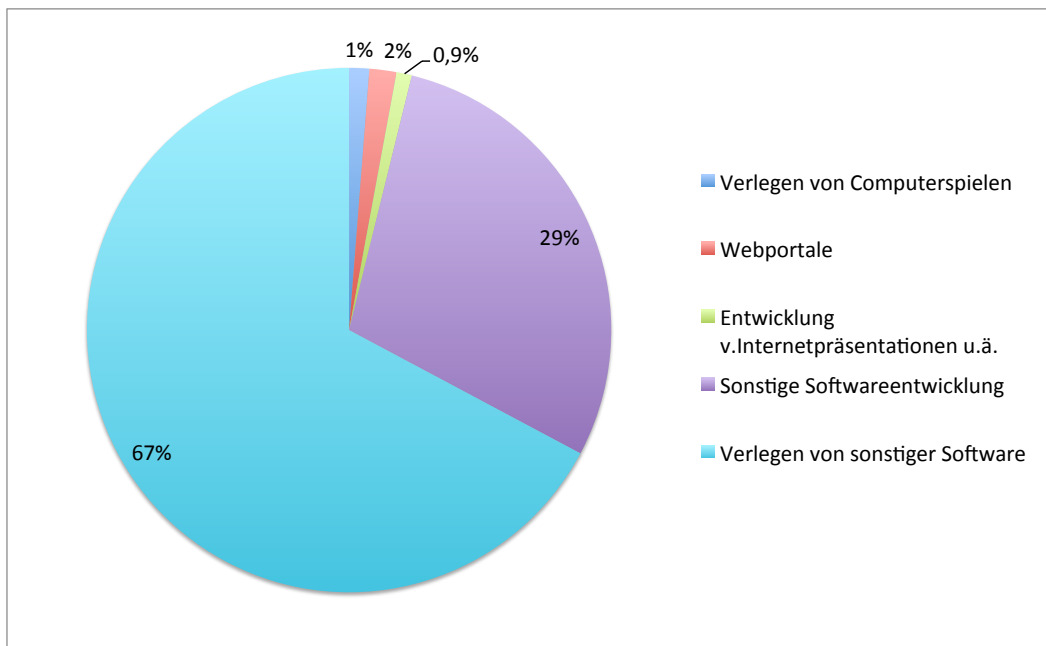
Tabelle 3-21: Kernwirtschaftszweige der Software-/Games-Industrie

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
58.21	Verlegen von Computerspielen
63.12	Webportale
62.01.1	Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung
58.29	Verlegen von sonstiger Software

⁴⁷Die Aufzählung in Anlehnung an den Bundesverband G.A.M.E.

⁴⁸ vgl. ESSnet Culture Statistics 2011; European Cluster Observatory (ECO): Creative Industries 2011; 2009 UNESCO-Framework for Cultural Statistics

Abbildung 3-31: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Software-/Games-Industrie nach Wirtschaftszweigen 2010



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Eckdaten

Die Software-/Games-Industrie beschäftigt 2010 nach vorläufigen Angaben insgesamt 252.400 oder 23,5 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von knapp 223.900 Personen enthalten.

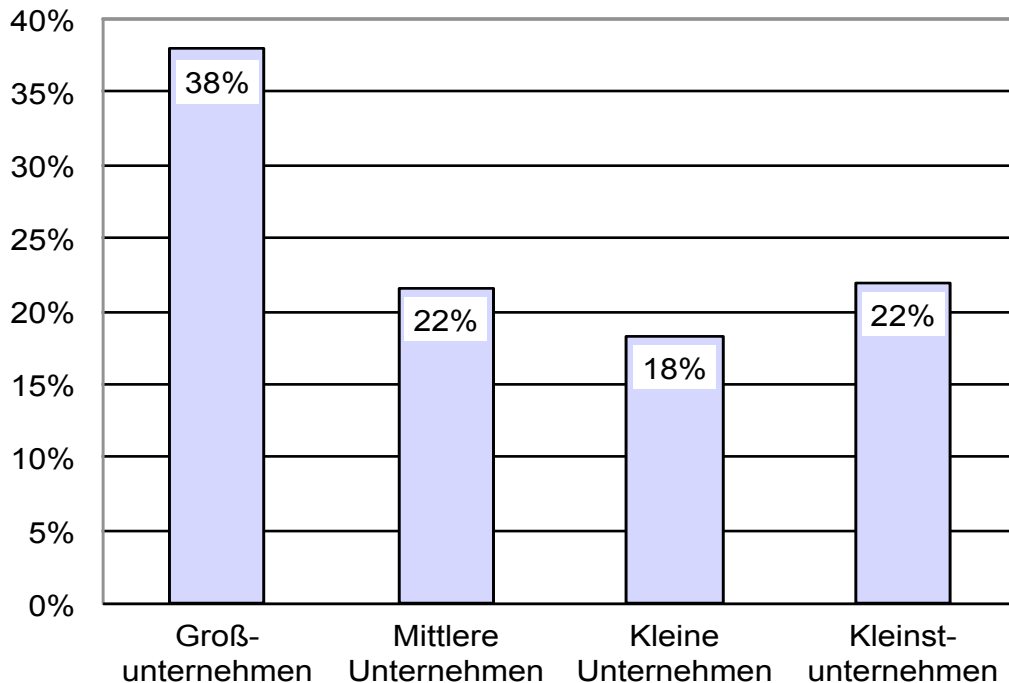
Im Jahr 2010 erwirtschaftet die Software-/Games-Industrie ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 26,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 17,2 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes.

Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen in der Software-/Games-Industrie liegt im Jahr 2010 zusammen bei rund 28.500 oder 9,8 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Unternehmenstypen

Abbildung 3-32: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Software-/Games-Industrie 2009

Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %



Hinweise: Auswahl Games-/Softwareverlage (WZ. 58.2) und Software/Internetaktivitäten (WZ. 62.01)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2009⁴⁹ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

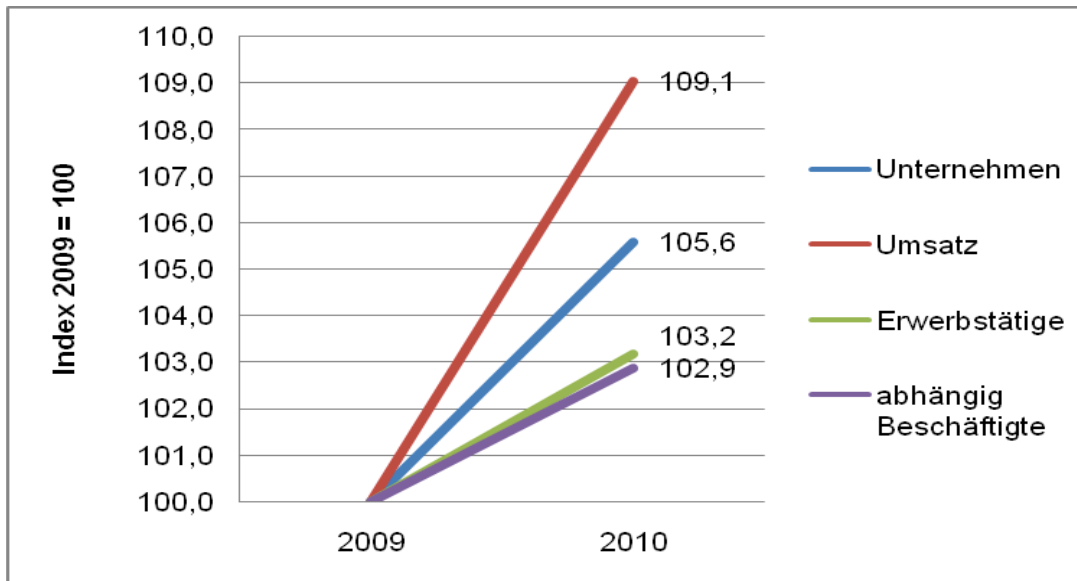
- Die knapp 25.500 oder 95 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 22 Prozent
- Die rund 1.300 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 5 Prozent erreichen einen Marktanteil von 18 Prozent und 22 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit einer absoluten Zahl von 35 Unternehmen einen Marktanteil von 38 Prozent erzielen
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 260 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 207.000 Euro Jahresumsatz

⁴⁹ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2010 vor.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003 auf WZ 2008⁵⁰ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010 beschränken.

Abbildung 3-33: Entwicklung der Software-/Games-Industries 2009-2010



Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie die Abbildung deutlich macht, kann die Software-/Games-Industries als der zentrale Wachstumstreiber der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden. Alle vier Kategorien zeigen eindeutige bis überdurchschnittliche Wachstumstendenzen an. Das Umsatzvolumen des Teilmarktes erzielt in 2010 mit 9,1 Prozent den höchsten Zuwachs aller Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 5,6 Prozent mehr an Unternehmen sind in 2010 im Markt tätig. Ebenso können knapp 3 Prozent mehr an abhängig Beschäftigten aufgenommen werden.

Allerdings hat die neue Datenbasis für den Teilmarkt in unerwarteter Weise auch zu neuen Fragen bei der Zuordnung der Games- und Softwarefirmen geführt. So ist der Statistik zu entnehmen, dass die Zahl der Gamesverlage im aktuellen Jahr um 5,2 Prozent zurückgegangen und der Umsatz um 0,2 Prozent geschmolzen ist, während die Zahl der abhängig Beschäftigten im gleichen Zeitraum um 45,4 Prozent (!) angestiegen sein soll. Das sind nicht plausible Ergebnisse, die stark auf ein aktuelles Zuordnungsproblem der Steuerbehörden und anderer Stellen bei der Einordnung der verschiedenen

⁵⁰ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Unternehmenstypen der Software-/Games-Industrie hinweisen. Beispielsweise stellt sich die Frage, wann ist ein Games- oder Softwareunternehmen als Entwickler, Verleger oder Contentprovider für Onlinespiele einzuordnen? Wie oben erwähnt, entwickeln sich die Geschäftsmodelle und Produkte des Teilmarktes in einem rasanten Tempo, was offenbar zu Schwierigkeiten bei der fachlichen Zuordnung eines Unternehmens zum jeweiligen Wirtschaftszweig führt.

Insgesamt ist der Teilmarkt nicht nur wegen seiner quantitativen Größe für die Kultur- und Kreativwirtschaft von zentraler Bedeutung. Die ästhetisch-experimentellen Entwicklungen, die inhaltlichen Konvergenzprozesse sowie die starke Verschmelzung mit der technologischen Entwicklung werden für viele künstlerische und kulturelle Berufe immer wichtiger. Die neuen Aktivitäten und Geschäftsfelder, die gerade deutsche Spiele- und Softwareunternehmen im Onlinespielmärkte national und international in jüngster Zeit aufbauen konnten, sind nicht nur für den Teilmarkt bedeutsam, sondern können strategische Wirkungen für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft haben.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die folgenden Verbands- und sonstige Quellen verwiesen (Auswahl).

Tabelle 3-22: Verbands- und sonstige Quellen zur Software-/Games-Industrie

BIU Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V.: www.biu-online.de
Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.: www.bvdw.org/
Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.: www.bitkom.org/
eco - Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V.: www.eco.de
G.A.M.E. Bundesverband der Entwickler von Computerspielen e.V.: www.game-bundesverband.de

4 Spezialthemen

4.1 Kulturhandwerk

Was ist ein Bühnenbildner, der für Theater und Film das Bühnenbild erstellt, ein Cembalobauer der neue Instrumente baut, eine Goldschmiedin, die ein neues Design entwirft oder ein Holzbildhauer, der neue Werke schafft anderes als ein klassischer Akteur der Kultur- und Kreativwirtschaft?

Und trotzdem wurde das kulturwirtschaftliche Handwerk im Kontext der kultur- und kreativwirtschaftlichen Debatte lange vernachlässigt. Dieses Manko soll nunmehr beendet werden und somit wird das kulturell relevante Handwerk in die regelmäßige Berichterstattung innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft aufgenommen. Dies ist allein schon deshalb erforderlich, um den Anschluss an die internationale Entwicklung halten zu können. Vor allem im ostasiatischen Raum, aber auch in den afrikanischen Ländern und selbst in den USA wächst das Interesse an den kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivitäten rapide an.

Im Rahmen der neuen Wirtschaftszweigklassifikation der Kultur- und Kreativwirtschaft wurde bereits für fast jeden der Teilmärkte ein Wirtschaftszweig mit handwerklichen Aktivitäten aufgenommen, die nun im Standardkonzept der Teilmärkte integriert sind.

Um die handwerklichen Aktivitäten in dieser ersten Präsentation sichtbarer zu machen, werden die neuen und „alten“ Handwerkszweige in diesem Spezialkapitel exklusiv dargestellt. Denn wir gestehen gerne, dass unser methodisches Verständnis für dieses Segment der Kultur- und Kreativwirtschaft durchaus noch Klärungs- und Schärfungsbedarf aufweist. Mit diesem Monitoringbericht ist jedoch der Beginn für eine vertiefte Beschäftigung mit dem Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft gesetzt.

Durch die Neugliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach der neuen Wirtschaftszweigsystematik konnten einige Wirtschaftszweige aufgenommen werden, die hohe Anteile handwerklicher Tätigkeiten enthalten. Dazu zählen die Wirtschaftszweige Buchbinderei, Schmuckhersteller etc., Musikinstrumentenbauer mit Einzelhandel, Kunsthandel, Werbegestalter, Fotografen, Bühnenbildner etc., Handwerksbetrieb für Bühne und die Holzbildhauer.

Diese handwerksrelevanten Wirtschaftszweige stellen lediglich den absoluten Kernbestand für die Kultur- und Kreativwirtschaft dar. In einer Untersuchung zum Handwerk in der Kultur-

und Kreativwirtschaft ⁵¹ konnte erstmals das gesamte Handwerk in Deutschland diesbezüglich empirisch untersucht werden.

Die Eckdaten

Abbildung 4-1: Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010

Wirtschaftszweig	Gewerbebezug	Unternehmen	Umsatz in Mio. €	Erwerbstätige
Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen	Buchbinder	711	233,7	4.313
Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck)	Metallbildner	376	186,3	2.138
	Edelsteinschleifer und -graveure	91	10,6	208
	Gold- und Silberschmiede	3.265	873,4	8.349
Herstellung von Musikinstrumenten und Einzelhandel von Musikinstrumenten	Bogenmacher	55	6,1	137
	Geigenbauer	444	47,8	738
	Handzuginstrumentenmacher	43	4,9	84
	Holzblasinstrumentenmacher	188	44,5	579
	Klavier- und Cembalobauer	541	114,4	1.246
	Metallblasinstrumentenmacher	209	68,4	696
	Orgel- und Harmoniumbauer	381	89,8	1.603
	Zupfinstrumentenmacher	201	17,1	326
	Schlagzeugmacher	31	15,9	123
Einzelhandel mit Kunstgegenständen, kunstgewerblich. Erzeugnissen etc.	Vergolder	210	30,8	550
Werbeagenturen	Schilder- und Lichtreklamehersteller	1.978	802,6	10.555
Fotografie	Fotografen	6.087	853,1	14.536
Selbstständige Bühnenkünstler/innen sowie sonstige darstellende Kunst	Maskenbildner	220	1,5	260
	Theaterplastiker	28	2,7	55
Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	Theaterkostümnäher	172	4,3	251
	Theater- und Ausstattungsmaler	172	4,4	330
	Requisiteure	81	1,4	104
Künstlerisches und schriftstellerisches Schaffen	Holzbildhauer etc.	259	17,1	452

⁵¹ Müller, K.; Söndermann, M.; Markworth, S. (2011): Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Duderstadt, im Auftrag des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft*	15.743	3.430,8	47.633
<i>Anteil Handwerk an der Kultur- und Kreativwirtschaft*</i>	6,6%	2,5%	5,0%
Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 insgesamt	239.534	137.333,3	956.936

Hinweis: Alle Angaben in: Müller, K.; Söndermann, M.; Markworth, S. (2011): Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Duderstadt; Alle Angaben beziehen sich ausschließlich auf Handwerksbetriebe, die den genannten Wirtschaftszweigen zugeordnet werden können, darüber hinaus sind gleiche oder ähnliche Handwerksbetriebe auch in anderen Wirtschaftszweigen außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet, somit handelt es sich hier um Mindestangaben. *Handwerk enthält Schätzungen von Unternehmen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz.
Quelle: Handwerkszählung, Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; eigene Berechnungen und Schätzungen, Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen

Für das Jahr 2010 kann näherungsweise eine Zahl von rund 15.700 Handwerksunternehmen ermittelt werden, die innerhalb der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 6,6 Prozent erreichen. Sie erzielen einen geschätzten Umsatz von rund 3,4 Milliarden Euro und belegten einen Anteil von 2,5 Prozent am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft des Jahres 2010. Die Zahl der Erwerbstätigen liegt bei mehr als 47.600 Personen (Anteil: 5,0 Prozent an der Kultur- und Kreativwirtschaft)

Die Anteilswerte machen bereits deutlich, dass das Kulturhandwerk zu den Kleinstunternehmen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zählt. Im Schnitt arbeiten 3 Personen in einem Handwerksunternehmen. Die zahlenmäßig größten Gruppen innerhalb des Kulturhandwerks sind die Fotografen mit knapp 6.100 Unternehmen, in deutlichem Abstand gefolgt von den Schmuckherstellern etc. mit rund 3.300 Unternehmen, den Musikinstrumentenbauern mit knapp 2.100 Unternehmen und den Schilder-/Lichtreklameherstellern mit knapp 2.000 Unternehmen.

Die Buchbindereien und Metallbildnern zählen zu den mittelgroßen Gruppen im Kulturhandwerk mit 711 bzw. 376 Unternehmen. Hinsichtlich der Durchschnittsgröße mit 5 bis 6 Erwerbstätigen je Unternehmen zählen sie bereits zu den „Großunternehmen“ im Handwerkssektor.

Neben dem o.g. Kernbestand der kulturwirtschaftlich Wirtschaftszweige lassen sich in einem erweiterten Definitionskonzept des Kulturhandwerks im weiteren Sinne – also auch außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft – zusätzliche Aktivitäten des Handwerkssektors als kulturwirtschaftlich relevant ermitteln. Gemäß Handwerksstudie sind im gesamten Handwerkssektor mindestens rund 55.200 kultur- und kreativwirtschaftliche Handwerksunternehmen mit einem Umsatzvolumen von rund 20 Milliarden Euro und 239.000 Erwerbstätigen im Markt aktiv.

Das Kulturhandwerk wird heterogener

Kultur- und Kreativwirtschaftsmärkte sind weitgehend heterogene Märkte. Dies trifft auch auf die Handwerksmärkte zu, die zunehmend mehr mit anderen Märkten verschmelzen. Dieser

Trend wird z.B. in den Wirtschaftszweigen der Schmuckherstellung oder bei dem Musikinstrumentenbauer sichtbar, die zum Teil seit Jahrhunderten durch das Handwerk geprägt waren und sind, die nun aber vermehrt durch industrielle Produktionen ergänzt werden. Hinzu kommt der Wandel regionaler Märkte, die ihre frühere verlässliche räumliche Struktur verändert haben. Gerade in der Kunst- und Kulturproduktion haben sich v.a. durch die Digitalisierung und die Internetwirtschaft neue Nischenmärkte entwickelt, die zum Teil überregional oder gar international existieren. Diese Entwicklung vollzieht sich gleichermaßen im kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerk.

Das Kulturhandwerk wird international

Das Handwerk als selbstverständlichen Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft einzubeziehen, wird derzeit ebenfalls im europäischen und internationalen Kontext aufgegriffen. So hat die Europäische Kommission im Rahmen des ESSnet Culture Statistics Projektes ein statistisches Rahmenwerk für Kultur erstellen lassen, in dem erstmals der Bereich des „Arts and Crafts“ als eigenständiger Teil des europäischen Kultursektors definitionsgemäß aufgenommen wurde. Das Handwerk wird als kultur- und wirtschaftspolitische Kategorie wahr- und ernstgenommen. Jedwede zukünftige europäische Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik wird sich daher auch mit dem Handwerk befassen und insbesondere nachweisen müssen, was die Kommission zur Entwicklung dieses Marktes zukünftig beitragen wird.

Auch im globalen Kontext konnte das Handwerk als kulturell eigenständiges Feld verankert werden. Das seit dem Jahr 2009 weltweit gültige UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS) gliedert den Kultursektor nach sechs großen Feldern oder Kulturdomänen: unter der Domäne *Visual Arts* wird dem Handwerk ein eigenes Feld zugeordnet, das weit über den kleinen Kunsthandwerksmarkt hinaus reicht. Die UNESCO zielt mit diesem Feld insbesondere auf den in den Entwicklungsländern bedeutenden sogenannten informellen Wirtschaftssektor, der zu großen Teilen als kultur- und kreativwirtschaftlicher Handwerksbereich beschrieben werden kann. Für die UNESCO zählt der Handwerksbereich zu einem strategisch wichtigen Wirtschaftsfeld in vielen Entwicklungsländern. Zunehmend gilt dieser Bedeutungszuwachs auch für die asiatischen Länder wie China, Japan, Korea oder Taiwan, die das Kultur- und Kunsthandwerk als originären Wirtschaftsbereich der jeweiligen nationalen Cultural and Creative Industries betrachten.

Insgesamt ist die strategische Bedeutung des Handwerks für die Kultur- und Kreativwirtschaft hervorzuheben, denn gerade hier wird deutlich, dass es neben der zunehmenden Digitalisierung der Kultur- und Kreativwirtschaft eine bedeutende analoge

oder physische Positionierung dieses heterogenen Wirtschaftsfeldes gibt. Das althergebrachte Handwerk mit seinen charakteristischen Merkmalen der Herstellung durch Einzelanfertigung, durch individuelle Konzeption und durch einen hohen Anteil an Handarbeit kann mit seinen kultur- und kreativwirtschaftlichen Handwerkern zu einem identitätsstiftenden Akteur im Konzept der Kultur- und Kreativwirtschaft werden.

4.2 Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa

Im Jahr 2010 widmete sich der von der Europäischen Kommission jährlich vorgelegte „Europäische Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit“⁵² erstmals ausführlich dem Thema Kultur- und Kreativwirtschaft und räumte ihr eine wichtige Rolle für die zukünftige Wirtschaftsentwicklung ein. In diesem Zusammenhang lassen sich mindestens drei Perspektiven nennen, die inzwischen konkrete Formen annehmen.

Die politischen Initiativen: Im Umfeld des Wettbewerbsberichts wurden verschiedene Aktionen von der Generaldirektion Bildung und Kultur⁵³, der Generaldirektion Unternehmen und Industrie⁵⁴, dem Europäischen Rat⁵⁵ oder dem Europäischen Parlament⁵⁶ angestoßen. Zu den strategisch wichtigsten Schritten dürfte die neue „Europäische Kreativwirtschaftsallianz (ECIA) zählen.

Die ECIA⁵⁷ geht auf die Initiative der Generaldirektion Unternehmen und Industrie zurück und kann als „Herzstück“ der Bemühungen der Kommission um die Beförderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa bezeichnet werden. Sie soll eine Plattform für politische Entscheidungsträger und Interessenvertreter bieten, auf der diese gemeinsam geeignete und bessere Instrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft ausarbeiten. Sie soll damit auch ein Gegengewicht zu den hoch fragmentierten Wirtschaftssektoren bilden und neue Forschungs- und Innovationsförderprogramme stimulieren.

Die theoretisch-methodischen Initiativen: Weitere wichtige Initiativen sind die methodischen Arbeiten verschiedener staatlicher und wissenschaftlicher Agenturen, die weitere Fortschritte bei der Entwicklung eines gemeinsamen Verständnisses zur Kultur- und Kreativwirtschaft erbracht haben. Das kulturstatistische Projekt ESSnet Culture Statistics 2011 konnte nach einer zweijährigen Gemeinschaftsarbeit der meisten EU-Mitgliedstaaten und des europäischen Statistikamtes Eurostat einen neuen Definitionsrahmen zum europäischen Kultursektor vorlegen. Das European Cluster Observatory erstellte im Auftrag der DG Unternehmen und Industrie eine viel beachtete Clusterstudie zu den European Creative Industries Cluster⁵⁸.

⁵² EU-Kommission (2011): Europäischer Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit 2010

⁵³ EU-Kommission (2011): Grünbuch „Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativindustrien

⁵⁴ DG Unternehmen und Industrie (2012): Gründung der Europäischen Kreativwirtschaftsallianz (ECIA)

⁵⁵ Europäischer Rat (2011): Schlussfolgerungen zum Beitrag der Kultur für die Europa-2020-Strategie

⁵⁶ Resolution des Europäischen Parlaments zur Kultur- und Kreativwirtschaft (INI/2010/2156)

⁵⁷ <https://www.howtogrow.eu/ecia/>

⁵⁸ EU-Kommission DG Unternehmen und Industrie (2011): Priority Sector Report. Creative and Cultural Industries by D. Power, T. Nielsen, EU Cluster Observatory, Europa Innova Paper No. 16

Die statistischen Initiativen: Durch die Einführung der neuen europäischen Wirtschaftszweigklassifikation NACE Rev. 2, die verbindlich für alle EU-Mitgliedstaaten gilt, kann der Begriff der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich besser erfasst werden, als dies mittels der früheren Klassifikation NACE Rev.1 möglich war. In der Folge hat das europäische Statistikamt Eurostat erstmals seinen Datenbestand erheblich ausgeweitet und verfügt nun über Wirtschaftsdaten, die für alle Mitgliedstaaten zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft ausgewertet werden können.

Motiviert durch die Arbeitsgruppe der ESSnet Culture Statistics, die alle Mitgliedstaaten aufgerufen hat, den neuen statistischen Definitionsrahmen anzuwenden, wurde im Auftrag des "Compendium of Cultural Policies & Trends in Europe"⁵⁹ eine Pilotstudie durchgeführt, um die Definitionen, statistischen Abgrenzungen und Datenbestände bei der EU-Kommission zu testen. Mit den statistischen Ergebnissen, die u.a. im Rahmen dieses Monitoringberichts vorgestellt werden können, sollen die Befunde einen Beitrag zur Diskussion liefern und zu eigenen Länderanalysen anregen.

Die Eckdaten

In der europäischen Gemeinschaft arbeiten nach Schätzungen der Europäischen Kommission insgesamt ca. 6,3 Millionen Erwerbstätige im Kultur- und Kreativsektor. Deutschland liegt hier mit knapp einer Million Erwerbstätiger, davon rund 240.000 selbständige Freiberufler und gewerbliche Unternehmerinnen und Unternehmer, an der Spitze.“

Auf der Basis der strukturellen Unternehmensstatistik (SBS, Eurostat) konnte aktuell für das Jahr 2009 eine Bruttowertschöpfung von rund 277 Milliarden Euro für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa ermittelt werden⁶⁰. Das entspricht einem Anteil von 2,4 Prozent am gesamten BIP der europäischen Union. Der Wertschöpfungsbeitrag basiert auf Angaben von 23 der 27 Mitgliedstaaten⁶¹.

In Anlehnung an die aktuellen Definitionen zur Kultur- und Kreativwirtschaft⁶² entfällt auf die Teilgruppe Buch-/Presseverlage einschließlich der Games-/Softwareverlage ein Wertschöpfungsbeitrag von 58 Milliarden Euro oder ein Anteil von 21 Prozent an der gesamten europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Für die Filmwirtschaft und

⁵⁹Compendium of Cultural Policies & Trends in Europe, <http://www.culturalpolicies.net/web/index.php>

⁶⁰Im Rahmen der Pilotstudie konnten weitere Daten zu den zentralen Kategorien: Unternehmen, Umsätzen und den Erwerbstätigen nach Teilmärkten und Ländern analysiert werden.

⁶¹Vier Länder haben zum Erhebungsjahr 2009 noch keine Daten an Eurostat geliefert.

⁶²Zur statistischen Abgrenzung siehe im Anhang European Culture & Creative Industries Statistics NACE Rev.2

Musikindustrie wurden zusammen 20 Milliarden Euro oder ein Anteil von 7 Prozent ermittelt. Die verwandte Rundfunkwirtschaft erzielt mit 27 Milliarden Euro einen etwas höheren Wertschöpfungsbetrag und erreicht einen Anteil von 10 Prozent.

Der Architekturmarkt kann 22 Milliarden Euro oder einen Anteil von 8 Prozent für sich verbuchen. Hier ist besonders darauf hinzuweisen, dass der Architekturmarkt keine Ingenieuraktivitäten enthält, sondern ausschließlich die wirtschaftlichen Leistungen der Architektenbüros in Europa dokumentiert. Die Designwirtschaft und der in großen Teilen von ihr profitierende Werbemarkt schaffen zusammen einen Wertschöpfungsbeitrag von 46 Milliarden Euro oder einen Anteil von 17 Prozent an der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Gruppe der künstlerischen, kulturellen und kreativen Aktivitäten bringt es schätzungsweise auf einen Wertschöpfungsbeitrag von 22 Milliarden Euro oder einem Anteil von 8 Prozent. Hier ist zu beachten, dass das in den Statistiken mancher EU-Mitgliedstaaten einbezogene Glücksspiel(!) nicht berücksichtigt wurde. Der Kulturhandel mit Büchern, Presseerzeugnisse, Musikalien, Kunstwerken und kunsthandwerklichen Erzeugnissen leistet zusätzlich 18 Milliarden Euro Wertschöpfung und erreicht einen Anteil von 6 Prozent.

Die Softwareaktivitäten einschließlich der Webportale und Games Programmierung umfassen zusammen mit 64 Milliarden Euro Wertschöpfung den größten Beitrag und erreichen einen Anteil von 23 Prozent an der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Diese Teilgruppe wird im Rahmen von engeren kulturpolitischen Definitionen oftmals problematisiert und nicht in den Kanon der Kultur- und Kreativwirtschaft aufgenommen. Ohne die reinen Softwareaktivitäten mit rund 62 Milliarden Euro läge der Beitrag der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft danach bei 215 Milliarden Euro im Jahr 2009.

Insgesamt leistet die Kultur- und Kreativwirtschaft einen beachtlichen Beitrag für das europäische Bruttoinlandsprodukt, der umso höher zu bewerten ist, da die europäische Kultur- und Kreativwirtschaft noch keineswegs als ein optimal entwickelter Branchenkomplex bezeichnet werden darf. Die ausgeprägte Fragmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer Teilmärkte ist eine strukturelle Schwäche, die Europa vor anderen Regionen kennzeichnet und sie nach Auffassung vieler Akteure deutlich in der Entwicklung bremst. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der meisten Mitgliedstaaten ist bislang weitgehend auf ihre jeweiligen inländischen Märkte ausgerichtet und entwickelt noch sehr geringe grenzüberschreitende oder gar internationale Dienstleistungen. In den USA und in immer stärkerem Maße auch im asiatischen Raum bereiten sich jedoch Unternehmen zunehmend darauf vor, den europäischen Markt der Kultur- und Kreativwirtschaft wirtschaftlich zu nutzen.

Die regionalen europäischen Märkte

Mit Blick auf die rund 500 Millionen Menschen im europäischen Raum, die als potenzielle Kunden und Nutzer der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden können, sind es vor allem die drei Staaten Deutschland, das Vereinigte Königreich und Frankreich, die erwartungsgemäß nach quantitativen Maßstäben zu den größten Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa zählen. Deutschland liegt mit einem Wertschöpfungsbeitrag von 62 Milliarden Euro an der Spitze, gefolgt vom Vereinigten Königreich mit 51 Milliarden Euro und Frankreich mit 43 Milliarden Euro. Diese drei Staaten umfassen bereits fast 60 Prozent der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft.

Italien, Spanien und die Niederlande bilden mit Wertschöpfungsbeiträgen von rund 20 bis 27 Milliarden Euro die mittlere Ländergruppe der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier fällt bereits die starke Position der Niederlande auf, die mit dem wesentlich größeren Spanien (gemessen an der Einwohnerzahl) fast auf gleicher quantitativer Höhe hinsichtlich der Wertschöpfung liegt. Hier deutet sich die besondere Position der Niederlande an, die im späteren Vergleich noch sichtbarer hervortreten wird.

Zur Gruppe der kleinen Länder, bezogen auf die Kultur- und Kreativwirtschaft, zählen Schweden, Dänemark, Polen, Belgien, Österreich und Finnland, die zwischen 5 und knapp 10 Milliarden Euro Wertschöpfung durch die Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaften. Die übrigen Staaten, die nicht einzeln aufgeführt werden, leisten jeweils rund 2 Milliarden Euro oder weniger Wertschöpfungsbeiträge zur Kultur- und Kreativwirtschaft.

Abbildung 4-2: Die Rangfolge der Länder in der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft – in Milliarden Euro Wertschöpfung - 2009

Staat	Rang	Bruttowertschöpfung	Anteil an EU
		Mrd. €	in %
Deutschland	1	62,3	22%
Vereinigtes Königreich	2	51,3	19%
Frankreich	3	43,4	16%
Italien	4	27,1	10%
Spanien	5	21,9	8%
Niederlande	6	19,2	7%
Schweden	7	9,6	3%
Dänemark	8	7,2	3%
Polen	9	7,0	3%
Belgien	10	6,4	2%
Österreich	11	5,9	2%
Finnland	12	5,0	2%
Übrige Staaten*	-	10,6	4%

Europäische Union*	-	277,1	100%
---------------------------	---	--------------	-------------

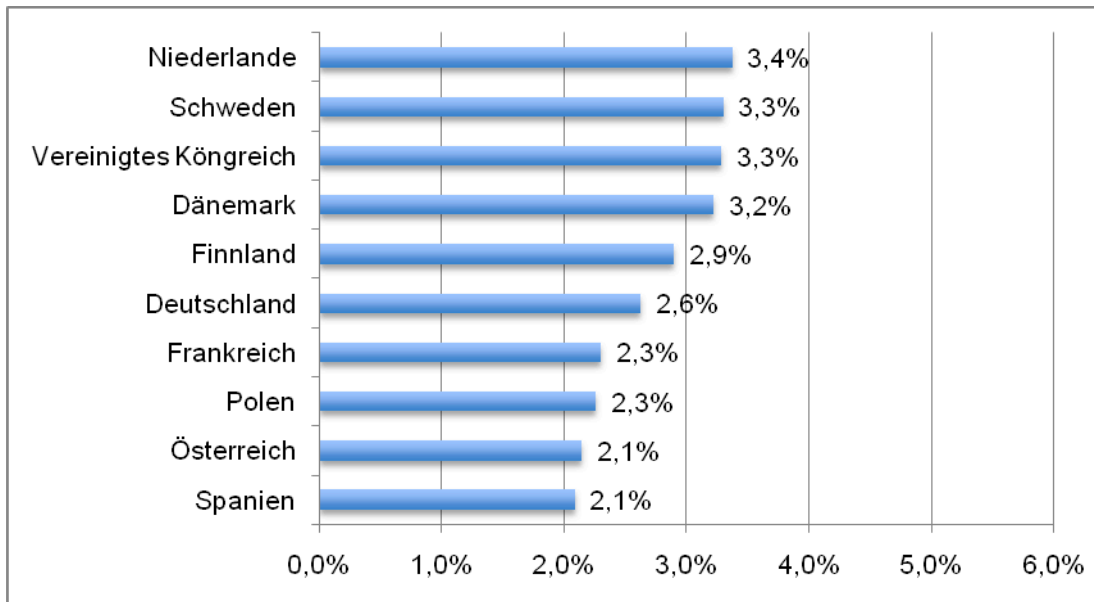
Hinweis: Abgrenzung in Anlehnung an 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, ESSnet Culture Statistics 2001, European Cluster Observatory: Creative Industries 2009. *für Irland, Griechenland, Tschechische Republik und Malta liegen zum Jahr 2009 keine EU-Daten vor. Alle Daten vorläufig und teilweise geschätzt
 Quellen: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat, nationale Statistikämter; eigene Berechnungen und Schätzungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der quantitative Vergleich nach Absolutwerten mag außereuropäischen Unternehmen erste Hinweise liefern, wo sie möglicherweise investieren würden, im Hinblick auf eine strukturpolitische Bewertung ist es jedoch von größerem Interesse, welches Gewicht die Kultur- und Kreativwirtschaft in den jeweiligen Staaten selbst besitzt.

Das relative Gewicht der Kultur- und Kreativwirtschaft

Abbildung 4-3: Die Rangfolge der Länder der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft - in relativen Werten – 2009

Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt der Länder in %



Hinweis: Abgrenzung in Anlehnung an 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, ESSnet Culture Statistics 2001, European Cluster Observatory: Creative Industries 2009. *für Irland, Griechenland, Tschechische Republik und Malta liegen zum Jahr 2009 keine EU-Daten vor. Alle Daten vorläufig und teilweise geschätzt
 Quellen: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat, nationale Statistikämter; eigene Berechnungen und Schätzungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf das Gewicht der Kultur- und Kreativwirtschaft in den einzelnen Staaten, liegen die Niederlande, das Vereinigte Königreich und die skandinavischen Staaten vorne. Mit einem Anteil von 3,4 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt stehen die Niederlande an der Spitze, dicht gefolgt von Schweden, dem Vereinigten Königreich und Dänemark mit 3,3 und 3,2 Prozent. Dieser Befund überrascht nicht, wenn man sich vergegenwärtigt, dass diese Staaten ihre Dienstleistungswirtschaft bereits stark entwickelt haben. Zudem zeichnen sich die Niederlande bereits durch eine europäisch

ausgerichtete Exportstrategie aus, die ihre Kultur- und Kreativwirtschaft kennzeichnet. Dies gilt in gleichem Maße für das Vereinigte Königreich, das seine Strategie längst auch auf den globalen Markt konzentriert. Die skandinavischen Länder insgesamt verfügen über zahlreiche kleine aber wertschöpfungsstarke Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die in der Summe zu diesen überdurchschnittlichen Rangplätzen führen.

Deutschland bildet mit seinem Wertschöpfungsanteil von 2,6 Prozent, der zusammen mit dem Anteil Frankreichs mit 2,3 Prozent im Umfeld des europäischen Vergleichswertes von 2,4 Prozent liegt, bislang eine solide mittlere Basis. Deutschland müsste allerdings sein Wertschöpfungspotenzial schätzungsweise mindestens um 15 Milliarden Euro erhöhen, wollte es das derzeitige Niveau allein des Vereinigten Königreiches mit 3,3 Prozent erreichen. Dieses potenzielle Volumen entspräche mehr als dem des gesamten deutschen Verlagswesens, welches nach der europäischen Berechnung derzeit knapp 12 Milliarden Wertschöpfung erzielt.

Nun ist die deutsche Wirtschaft mit der verarbeitenden Industrie und den Hightech-Branchen der führende Wirtschaftsstandort in Europa. In Folge dessen kommt den Dienstleistungsbranchen noch nicht die gleiche hohe Bedeutung zu, wie in den nordischen Ländern oder in den Niederlanden. Dennoch hat die Wirtschaftskrise 2009 überdeutlich gezeigt, welche extreme Schwankungen in unserer Volkswirtschaft auftreten können, wenn sich die weltwirtschaftliche Lage verändert. Es ist deshalb nicht nur sinnvoll, das Potenzial der Dienstleistungswirtschaft und damit der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich stärker auf die strukturpolitische Agenda zu setzen. Auch für starke Industrienationen wie Deutschland wird es immer notwendiger, das Innovationspotenzial der Dienstleistungswirtschaft und damit auch der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Aufgabenkanon der Wirtschaftspolitik zu übernehmen.

Insgesamt liefert der länderübergreifende statistische Vergleich zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa erste Hinweise auf die Potenziale, die in diesem Branchenkomplex stecken. Für den Ausbau einer wertschöpfungsstarken Kultur- und Kreativwirtschaft ist deshalb von grundlegender Bedeutung, eine solide Datenbasis für alle Mitgliedstaaten zu entwickeln.

5 Abschließende Bewertung

5.1 Zusammenfassung der empirischen Befunde

Die unerwartete Stagnation bei den Unternehmen

Nachdem die Kultur- und Kreativwirtschaft im Krisenjahr 2009 erheblich weniger unter den extremen wirtschaftlichen Schwankungen zu leiden hatte, als die verarbeitende Industrie, ist es nun von Interesse, wie sich der Branchenkomplex im ersten Jahr nach der Krise entwickeln konnte.

Der zentrale überraschende Befund ist die Entwicklung der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft: Entgegen der Erwartung des seit Jahren zu beobachtenden stetigen Wachstums bei den Kleinst- und Kleinunternehmen ist die Zahl der Unternehmen im Jahr 2010 nicht gewachsen, sondern stagnierte. Statt des erwarteten minimalen Zuwachses von durchschnittlich 2 bis 3 Prozent, legte die Zahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft lediglich um 0,4 Prozent zu.

Betrachtet man die verschiedenen Wirtschaftszweige, dann fällt auf, dass es nicht die Zahl der selbständigen Künstler/innen oder Mikrounternehmen war, die geschrumpft ist. Vielmehr verschwinden offensichtlich die kleineren gewerblichen Unternehmen oder GbR-Unternehmen aus dem Markt. Kleine Musik-, Buch- und Presseverlage, kleinere Einzelhändler mit kulturellen Gütern, kleinere Filmproduktionsfirmen und Filmvertriebsfirmen, kleinere Werbeagenturen und Gamesentwickler sind kaum noch in nennenswerter Zahl am Markt vertreten, sondern mit Minusraten von 1 bis über 9 Prozent in den einzelnen Wirtschaftszweigen aus dem Markt verschwunden.

Diesem Unternehmensschwund stehen Zuwächse bei den Designbüros, den selbständigen Schriftsteller/innen, Bühnenkünstler/innen, Übersetzer/innen, den Innenarchitekten oder den Tonstudios gegenüber, die im Schnitt um 3 bis 5 Prozent im Jahr 2010 gegenüber 2009 zulegten. Einzelne Unternehmensgruppen wie die Büros für Industriedesign, Grafikdesign oder Innenarchitektur wuchsen überdurchschnittlich um fast 20 bis 35 Prozent. Dieser positive Trend der Designer wird durch den negativen Trend bei den Werbeagenturen kontrastiert, die im gleichen Zeitraum um mehr als 5 Prozent schrumpften.

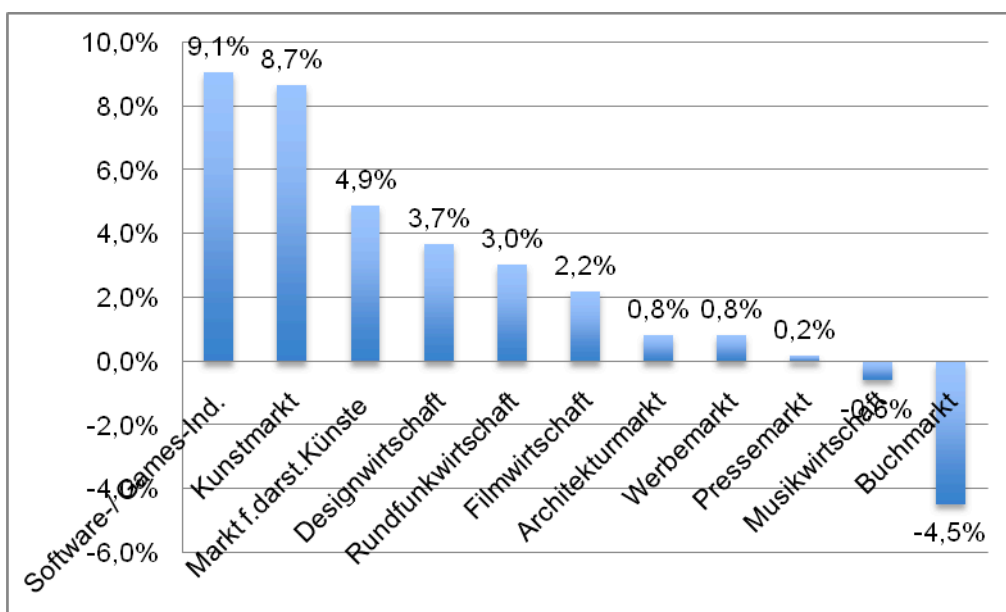
Insgesamt führen die Schrumpfung- und Wachstumseffekte in den verschiedenen Teilmärkten zu einem aktuellen Wachstumsstillstand bei den Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Es bleibt abzuwarten, ob sich diese Trends im Folgejahr 2011 fortsetzen.

Der erwartete wirtschaftliche Zuwachs

Die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft hat entsprechend der allgemeinen Konjunkturentwicklung insgesamt erwartungsgemäß einen positiven Verlauf genommen. So ist das Umsatzvolumen in der Kultur- und Kreativwirtschaft um 2,2 Prozent in 2010 gewachsen.

Allerdings konnten einige große Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie der Pressemarkt oder der Werbemarkt hinsichtlich ihrer Entwicklungschancen nicht angemessen eingeschätzt werden. Während für den Pressemarkt ein Umsatzminus prognostiziert worden war, sollte der Werbemarkt im Jahr 2010 nach den konjunkturstatistischen Voraussagen ein deutliches Umsatzplus erzielen. Beide Trends trafen nicht ein, sondern die beiden großen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft stagnierten und erzielten nur Zuwächse von unter einem Prozent.

Abbildung 5-1: Entwicklung des Umsatzes der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 im Vergleich zum Vorjahr in Prozent



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Eine überdurchschnittlich hohe Umsatzdynamik erzielten die Teilmärkte Designwirtschaft mit 3,7 Prozent Zuwachs, der Markt für darstellende Künste mit 4,9 Prozent Zuwachs, der Kunstmarkt mit 8,7 Prozent Zuwachs und die Software-/Games-Industrie mit 9,1 Prozent.

Die wirtschaftliche Gesamtdynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft wird am stärksten von den vier Teilmärkten Pressemarkt, Software-/Games-Industrie, Werbemarkt und Designwirtschaft geprägt, die rund zwei Drittel der Umsatzleistung abdecken. Die Software-/Games-Industrie und die Designwirtschaft sind die entscheidenden Wachstumsmärkte des

Wirtschaftsjahres 2010, während die Presse- und Werbemärkte als stagnierende Märkte zu bezeichnen sind. Der Buchmarkt ist der einzige unter den elf Teilmärkten, der ein deutliches Umsatzminus mit 4,5 Prozent hinnehmen musste, während die Musikwirtschaft mit einem minimalen Minus von 0,6 Prozent ihr Umsatzniveau in etwa halten konnte.

Der Erwerbstätigenmarkt stagniert erstmalig

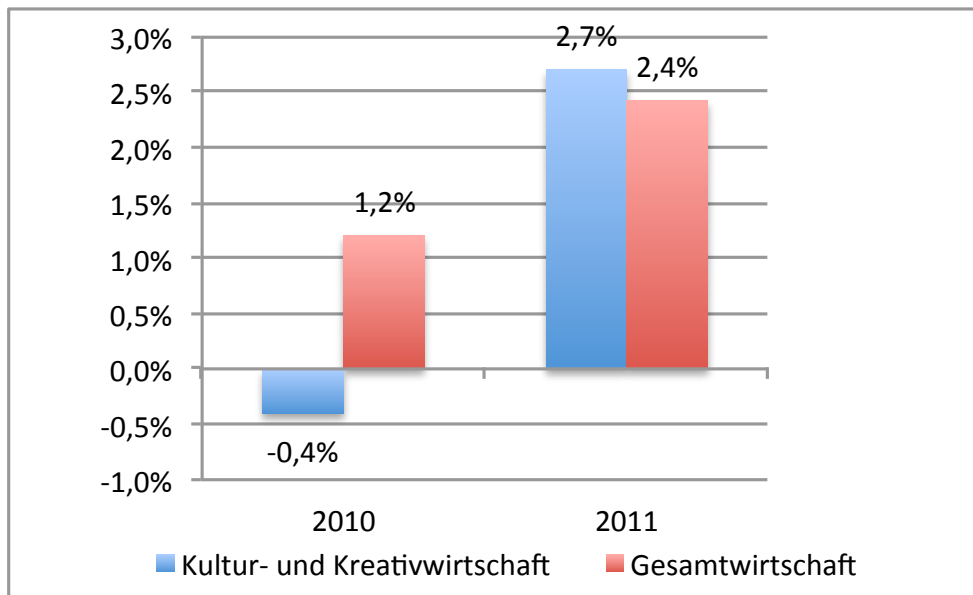
Der Erwerbstätigenmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft hat im Nachkrisenjahr 2010 erstmalig ein stagnierendes Niveau erreicht. In den früheren Jahren waren die Wachstumskurven der Erwerbstätigkeit vor allem durch den konstanten Zuwachs an Selbständigen geprägt. Da dieser Entwicklungstrend in 2010 erstmals stagnierte, hat sich dies auch auf den Erwerbstätigenmarkt ausgewirkt. Auch der Beschäftigtenmarkt konnte keine neuen Wachstumsimpulse (minus 0,4 Prozent) beisteuern, daher ist der Erwerbstätigenmarkt mit einem Minus von 0,2 Prozent zum Stillstand gekommen.

Sieben der elf Teilmärkte hatten Minusraten von 0,2 bis 3,1 Prozent zu verzeichnen, darunter wiederum die großen Teilmärkte Presse- und Werbemarkt, die rund 3 Prozent der Erwerbstätigen in 2010 verloren. Zu den Erwerbstätigenmärkten mit positiven Zuwachsraten zählen die Software-/Games-Industrie mit einem Plus von 3,2 Prozent, der Markt für darstellende Künste mit einem Plus von 2,7 Prozent und überraschenderweise der Architekturmarkt mit einem Plus von 1,8 Prozent. Die Designwirtschaft hat mit dem Plus bei den Selbständigen und den Minusraten bei den abhängig Beschäftigten per Saldo ein stagnierendes Niveau erreicht (plus 0,1 Prozent).

Positive Aussichten für das Wirtschaftsjahr 2011

Nach dem Krisenjahr 2009 verläuft die Entwicklung im Jahr 2010 in zwei unterschiedliche Richtungen. Während sich die Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft in Anbindung an die allgemeine Konjunktorentwicklung positiv entwickelt haben, konnten die Unternehmen und der Erwerbstätigenmarkt keine neuen Impulse setzen. In einigen Teilmärkten schrumpfte die Zahl der Unternehmen, in anderen traten neue auf den Markt. In der Gesamtbetrachtung bleiben die Zahlen konstant. Die wirtschaftliche Umsatzsteigerung wird vor allem durch die Aktivitäten der mittelständischen und größeren Unternehmen getragen, die nach der Krise schneller wieder in den Markt zurückfanden.

Abbildung 5-2: Entwicklung der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft 2011 gegenüber 2010 in Prozent



Hinweise: Beschäftigung = sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Voll- und Teilzeit, ohne geringfügig Beschäftigte
 Quelle: Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Erste Eckdaten für das Jahr 2011 zeigen an, dass auch der Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft wieder zulegt. So soll die Zahl der Beschäftigten mit sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen immerhin um 2,7 Prozent gegenüber 2010 zugelegt haben. Sollte sich dieser Trend tatsächlich bestätigen, wäre dies ein außerordentlich starkes Signal aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Denn zum ersten würde die Kultur- und Kreativwirtschaft etwas schneller wachsen, als die Gesamtwirtschaft, die in 2011 voraussichtlich einen Zuwachs von 2,4 Prozent erzielen wird. Zum zweiten würde dies bedeuten, dass sich die wirtschaftliche Lage der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter stabilisiert hätte, denn sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze sind in der Regel kostenintensiver als Freiberufler oder Werkdienstleister. Und zum dritten könnte dieser Trend auf ein neues Vertrauenspotenzial hinweisen, das sich in der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt hat.

5.2 Besonderer Fokus: Selbständige Künstler/innen

Ohne die Werke und Leistungen der Schriftsteller und Schriftstellerinnen, Komponisten und Komponistinnen, Musiker und Musikerinnen, Bühnenkünstler und Bühnenkünstlerinnen, Filmemacher und Filmemacherinnen, bildenden Künstler und bildenden Künstlerinnen gäbe es keine Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie sind Urheber, Originärproduzenten, ausübende

Künstler und Künstlerinnen oder Dienstleister, ohne die keine Filmfirma, kein Musikkonzern, kein Buchverlag und ebenso kein Galerist etwas zu verwerten und zu verbreiten hätte.

Diese Binsenweisheit wird wohl häufig nur deshalb so spärlich zur Kenntnis genommen, weil die Künstlergruppe innerhalb der Wertschöpfungskette der Kultur- und Kreativproduktion in aller Regel nach ökonomischen Maßstäben zu den kleinsten Akteuren des Wirtschaftsfeldes zählt. Darüber hinaus verfügen Künstler oftmals über keine eigene organisatorische oder verbandsbezogene Basis, die als Verhandlungspartner der Verwerterbranche gegenüberstünde.

Nicht zuletzt bewegen sich die selbständigen Künstler und Künstlerinnen selbst in einer Künstler-, Kultur- oder Kreativszene, die vielfach durch Überproduktion gekennzeichnet ist. Diese Vielfalt unterschiedlichster Produktionsformen wird von Professionellen, Semiprofessionellen oder Autodidakten geprägt, die in hartem, zum Teil auch ruinösem Wettbewerb zueinander stehen. Die Vielfaltproduktion wird außerdem durch die Nutzung neuer Technologien, durch Digitalisierung und durch das Internet ständig weiter entfacht.

Die selbständigen Künstlerberufe stehen somit in einem komplizierten Wirtschaftsumfeld, das zukünftig einer erweiterten wirtschaftspolitischen und kulturpolitischen Beachtung bedarf. Die bisherige Beschränkung der politischen Debatte allein auf die sozialpolitische Dimension der Künstler wird nicht mehr ausreichen. Die vertiefte Kenntnis der wirtschaftlichen Lage der selbständigen Künstler ist eine der wesentlichen Voraussetzungen, um die künstlerische und kulturelle Produktion in Deutschland innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zur vollen Entfaltung bringen zu können.

Die Eckdaten

Zur Kerngruppe werden in Analogie zur Gliederung der Künstlersozialkasse folgende vier Künstlergruppen gezählt:

1. Gruppe Musik

- Selbständige Musiker u. Musikerinnen (Komponist/in etc.)
- Musik-/Tanzensembles

2. Gruppe Bildende Kunst

- Selbständige Bildende Künstler/innen
- Selbständige Restauratoren/innen

3. Gruppe Darstellende Kunst

- Selbständige Bühnen-, Film-, Rundfunkkünstler/innen

4. Gruppe Literatur/Wort

- Selbständige Schriftsteller/innen
- Selbständige Übersetzer/innen
- Selbständige Journalisten/innen

Zu den selbständigen Künstler/innen zählen sowohl die freiberuflichen als auch die gewerblichen Künstler/innen, ob mit Atelier, Büro, Agentur ohne zusätzliches Personal oder als Unternehmer mit eigenen Beschäftigten. Erfasst werden alle Künstler/innen, die sich durch ihre wirtschaftlichen Aktivitäten oder Leistungen gegenüber dem Finanzamt als Selbständige erklären können.

Abbildung 5-3: Selbständige Künstler/Schriftsteller/innen einschließlich Journalisten/innen u.ä. 2009

	Selbständige Künstler und Wortberufe		Umsatz		Umsatz je Selbständiger
	Anzahl 2009	%-Anteil 2009	in Mio. € 2009	%-Anteil 2009	in Tsd. € 2009
Gruppe Musik					
Komponist/in	2.656	6%	261	7%	98
Musik- und Tanzensembles	1.828	4%	225	6%	123
Gruppe Bildende Kunst					
Bildende Künstler/in	8.883	19%	730	19%	82
Restaurator/in	1.405	3%	151	4%	107
Gruppe Darstellende Kunst					
Bühnenkünstler/in	8.455	18%	720	19%	85
Gruppe Literatur/Wort					
Schriftsteller/in	6.616	14%	522	14%	79
Journalist/in	17.500	37%	1.208	32%	69
Insgesamt (S.I)	47.343	100%	3.817	100%	81
plus					
Künstler-/Kulturberufe (1)	115.391	-	-	-	-
mit weniger als 17.500 € Jahresumsatz					
Insgesamt (S.II)	162.734	-	-	-	-

Hinweise: Selbständige Künstler-/Kulturberufe mit Jahresumsätzen von 17.500 € und mehr. (1) Erfassung über Künstlersozialkasse, Stand 2009
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2011; Künstlersozialkasse 2010, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Rund 47.300 selbständige Künstler/innen mit Jahresumsätzen von 17.500 Euro und mehr arbeiteten im Jahr 2009 in Deutschland. Das erzielte Umsatzvolumen lag bei knapp 3,8 Milliarden Euro. Im Durchschnitt konnte ein Künstler einen Jahresumsatz von 81.000 Euro erwirtschaften.

Darüber hinaus können aus der Künstlersozialkasse zusätzlich weitere 115.400 freiberufliche Künstler/innen ermittelt werden, die weniger als 17.500 Euro im Jahr umsetzen. Insgesamt sind damit schätzungsweise knapp 162.700 selbständige Künstler/innen am Markt tätig.

Im Kernbereich der 47.300 Künstler/innen (auf Basis der Umsatzsteuerstatistik) stellt die Gruppe der Literatur- und Wortberufe mit 51 Prozent die größte Gruppe, gefolgt von den darstellenden und bildenden Künstler/innen, die jeweils 18 und 22 Prozent besetzen. Die zahlenmäßig kleinste Gruppe bilden die Musikberufe mit 10 Prozent Anteil, die jedoch in wirtschaftlicher Hinsicht die erfolgreichste Gruppe sind. Sie erwirtschaften einen Jahresumsatz von durchschnittlich 98.000 Euro bis 123.000 Euro. Lediglich die Restauratorengruppe zählen noch zu einer vergleichbaren Umsatzklasse mit 107.000 Euro je Selbständiger. Alle anderen Künstlergruppen müssen mit weniger als 100.000 Euro Jahresumsatz je Künstler/in auskommen. Die Schriftsteller- und Journalistengruppe erreicht hierbei mit 69.000 bis 79.000 Euro den geringsten Umsatzdurchschnitt. Die Verteilung nach Umsatzgrößenklassen zeigt allerdings eine breite Streuung in allen Künstlergruppen, wie folgende Auswertung deutlich macht.

Verteilung der selbständigen Künstler/innen nach Umsatzgrößenklassen 2009

Abbildung 5-4: Verteilung der selbständigen Künstler/innen nach Umsatzgrößenklassen 2009

Absolutangaben	Komponisten Anzahl 2009	Musikensembles Anzahl 2009	Bildende Künstler Anzahl 2009	Bühnen- künstler Anzahl 2009	Schrift- steller Anzahl 2009	Journalisten Anzahl 2009
Umsatzgrößenklassen						
17.500 - 50.000 Euro	1.444	1.111	5.143	4.947	3.800	10.202
50.000 - 100.000 Euro	653	398	2.202	2.027	1.713	4.913
100.000 - 250.000 Euro	391	204	1.138	1.070	826	1.870
250.000 - 500.000 Euro	103	52	267	251	191	382
500.000 - 1 Mio. Euro	45	34	89	104	51	101
ab 1 Million Euro	20	29	44	56	35	32
Insgesamt	2.656	1.828	8.883	8.455	6.616	17.500
Anteil in %	Komponisten % 2009	Musikensembles % 2009	Bildende Künstler % 2009	Bühnenkü nstler % 2009	Schriftste ller % 2009	Journalis ten % 2009
Umsatzgrößenklassen						
17.500 - 50.000 Euro	54,4%	60,8%	57,9%	58,5%	57,4%	58,3%
50.000 - 100.000 Euro	24,6%	21,8%	24,8%	24,0%	25,9%	28,1%
100.000 - 250.000 Euro	14,7%	11,2%	12,8%	12,7%	12,5%	10,7%
250.000 - 500.000 Euro	3,9%	2,8%	3,0%	3,0%	2,9%	2,2%
500.000 - 1 Mio. Euro	1,7%	1,9%	1,0%	1,2%	0,8%	0,6%
ab 1 Million Euro	0,8%	1,6%	0,5%	0,7%	0,5%	0,2%
Insgesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hinweise: Auswahl ohne selbständige Restauratoren

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2011; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In den kleinsten Umsatzklassen von 17.500 Euro bis 50.000 Euro befinden sich mit rund 54 Prozent bis knapp 61 Prozent die meisten der selbständigen Künstler/innen. In den beiden nachfolgenden Umsatzgrößenklassen bis 100.000 Euro sowie bis 250.000 Euro Jahresumsatz befinden sich noch beachtliche Anteilswerte. Zusammen erreichen die Künstlergruppen hier teilweise deutlich mehr als 30 %. Die weiteren Umsatzklassen ab 250.000 Euro liegen jeweils bei Anteilswerten von unter 10 %.

Insgesamt zeichnet die Umsatzgrößenverteilung ein differenziertes Bild der Künstlergruppen. Demnach sind diese als relevante wirtschaftliche Akteure abzubilden.

Die besondere Lage und Stellung der Künstler-, Kultur- und Kreativberufe als zentraler Fokus der Kultur- und Kreativwirtschaft begründet dieses Wirtschaftsfeld als einen eigenständigen Branchenkomplex. Die Erfahrungen mit den Modellen der medienwirtschaftlichen oder IT-bezogenen Branchenkomplexe haben gezeigt, dass den Künstler-, Kultur- oder Kreativberufen dort meist nur die Rolle von Zulieferern zugestanden wurde – wenn sie denn überhaupt als eigenständige Akteursgruppe wahrgenommen wurden.

Durch die Einbindung der Künstlergruppen als wirtschaftlich relevante Akteure entstehen für die Kultur- und Kreativwirtschaft neue, komplizierte Bedingungen und Strukturen. Insofern erscheint es berechtigt, das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft auch als eine Branche mit einer „spezifischen Ökonomik“ zu bezeichnen. Mit diesem Begriff sind insbesondere die experimentierfähigen, aber auch die riskanten Aktivitäten der Künstler-, Kultur- und Kreativberufe innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft verbunden. Der Begriff der „spezifischen Ökonomik“ soll außerdem den Blick für diejenigen Teile der Kultur- und Kreativwirtschaft öffnen, die zunehmend mit Begriffen wie Projektwirtschaft oder auch „Prototypwirtschaft“ bezeichnet werden können.

5.3 Besonderer Fokus: Kultursektor

In diesem Abschnitt wird in Abweichung des bisherigen Ansatzes des Kultursektors nach dem 3-Sektoren-Modell auf das kulturpolitisch relevante neue Modell des UNESCO-Framework 2009 (FCS) abgehoben. Das FCS-Modell bietet den Vorteil, dass es auf einem dezidiert kulturpolitisch ausgerichteten Begriff der Kultur basiert und ihn nach kulturspezifischen Dimensionen oder sogenannten Domänen gliedert. Die hier dargestellten Kurzergebnisse wurden im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission⁶³ erarbeitet und stellen erstmals den gesamten Kultursektor in Deutschland in der Abgrenzung der UNESCO-Definition dar.

⁶³ Söndermann, Michael (2012): Kultureller Beschäftigungsmarkt und Künstlerarbeitsmarkt. Kulturstatistische Analyse zum Anhang des Staatenberichts, im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission, Bonn

Definition des Kultursektors nach UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)

Die UNESCO-Definition von Kultur betrachtet diese als die Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen. Dies schließt nicht nur Kunst und Literatur ein, sondern auch alle Lebensformen, Formen menschlichen Zusammenlebens, Wertesysteme, Traditionen und Glaubensrichtungen.

Die Kulturdomänen, wie sie im FCS definiert sind, stellen eine Gesamtheit ökonomischer und sozialer Aktivitäten dar. Ökonomische Aktivitäten meint hier die Produktion von Gütern und Dienstleistungen. Mit sozialen Aktivitäten wird die Teilhabe an Aktivitäten beschrieben, die unter dem Begriff "kulturell" subsumiert werden. Zusätzliche verwandte Domänen umfassen andere ökonomische und soziale Aktivitäten, die als "teilweise kulturell" angesehen werden können, beispielsweise solche, die eher dem Bereich "Erholung und Freizeit", als dem Bereich "Kultur" zugeordnet werden.

Die Kulturdomänen in der Definition des FCS umfassen die folgenden Bereiche:

- A. Kulturerbe und Naturerbe
- B. Darstellende Kunst
- C. Bildende Kunst und Kunsthandwerk
- D. Buch und Presse
- E. Audiovisuelle und interaktive Medien
- F. Design und kreative Dienstleistungen
- Immaterielles Erbe als transversale Domäne

Dies ist das Minimum der Kerndomänen, für die nach Auffassung der UNESCO jedes Land Vergleichsdaten erheben sollte. Zusätzlich gibt es noch drei transversale Domänen, die wegen ihrer Schlüsselrolle für den Kulturzyklus eingeschlossen werden:

- Bildung und Ausbildung
- Archive und Denkmalschutz
- Ausrüstung und Hilfsmaterialien

Die Darstellung des Kultursektors erfolgt am Beispiel des Erwerbstätigenmarktes. Dies umfasst sowohl die öffentlichen, intermediären und privatwirtschaftlichen Sektoren, soweit diese mittels statistischer Datenquellen erfasst werden können.

Abbildung 5-5: Erwerbstätige im Kultursektor nach den Domänen 2009

Domäne	Erwerbstätige	
	Anzahl	Anteil in %
A. Kultur- und Naturerbe	44.701	3%
B. Darstellende Kunst	155.225	10%
C. Bildende Kunst und Kunsthandwerk	124.002	8%
D. Buch- und Presse	484.195	31%
E. Audiovisuelle / interaktive Medien	301.572	19%

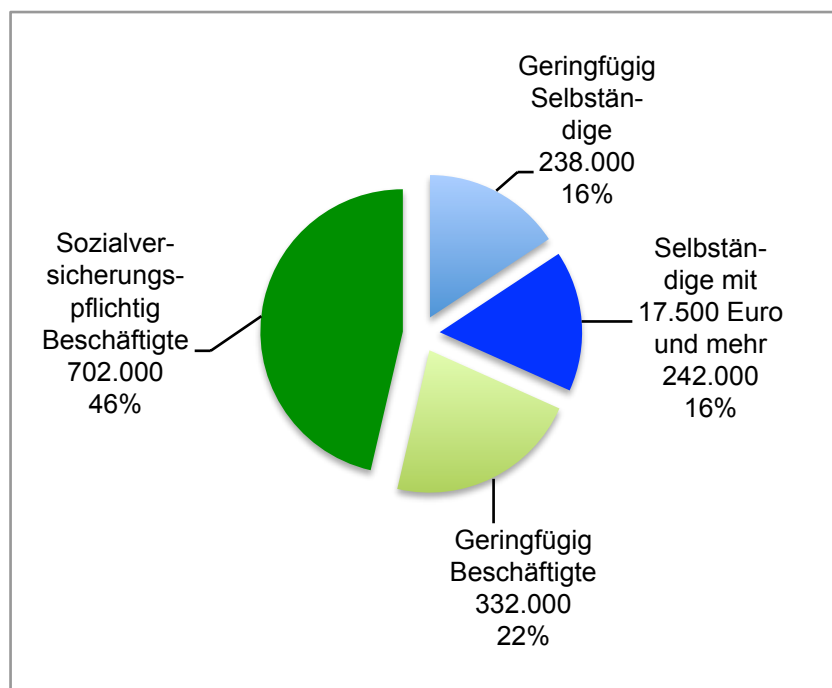
F. Design und kreative Dienstleistungen	442.944	28%
Transversale Domäne	9.909	1%
Kultursektor mit Doppelzählung	1.562.548	100%
Doppelzählung	48.425	-
FCS-Kultursektor	1.514.123	-
%-Anteil Kultursektor an Gesamtwirtschaft	3,8%	-

Hinweis: * Anzahl der Erwerbstätigen (= Selbständige und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Selbständige und Beschäftigte) in der Definition nach dem Umsatzsteuer- und Beschäftigten-Konzept
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis; Statistik der Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Arbeitskreis Kulturstatistik

Der Kultursektor in Deutschland umfasst im Jahr 2009 ein Erwerbstätigenvolumen von insgesamt 1,5 Millionen Personen. Damit erreicht der Kultursektor einen Anteil an allen Erwerbstätigen von 3,8 Prozent. Davon arbeiten rund 480.000 als Selbständige und rund 1 Million als abhängig Beschäftigte.

Die stärkste Gruppe innerhalb des Kultursektors ist die Kulturdomäne „Buch und Presse“, gefolgt von der Kulturdomäne „Design und kreative Dienstleistungen“. Sie erreichen mit 484.000 Erwerbstätigen und mit 443.000 Erwerbstätigen Anteile von jeweils 31 Prozent und 28 Prozent des Kultursektors. Die Kulturdomäne „Audiovisuelle/interaktive Medien“ und die Kulturdomäne „Darstellende Kunst und Feste“ folgen mit 301.000 bzw. 19 Prozent und 155.000 bzw. 10 Prozent Anteilen. Die Kulturdomänen „Bildende Kunst und Kunsthandwerk“, „Kultur- und Naturerbe“ und die transversale Domäne bilden zusammen die kleineren Domänen mit prozentualen Anteilen von unter 10 Prozent.

Abbildung 5-6: Struktur der Erwerbstätigkeit des Kultursektors nach Stellung im Beruf 2009



Hinweise: Schätzung der geringfügig Selbständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz, geringfügig Beschäftigte oder Beschäftigte im Nebenjob, die weniger als die Hälfte der wöchentlichen Arbeitszeit tätig sind bzw. mit einem Monatslohn von 400 Euro oder weniger.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011, Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2011; eigene Berechnungen und Schätzungen, Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.

Der Kultursektor zeichnet sich gemeinhin durch einen hohen Selbständigenanteil aus. Mit einem Umfang von rund 480.000 Selbständigen beträgt ihr Anteil im Kultursektor rund 32 Prozent und umfasst damit nahezu ein Drittel der Erwerbstätigen des gesamten Kultursektors. Die Gruppe der Selbständigen kann erstmals in die geringfügig und die „regulären“ Selbständigen unterschieden werden. Bei den Zahlenangaben zu den geringfügig Selbständigen handelt es sich um erste Schätzungen, die in zukünftigen Untersuchungen noch weiter geprüft werden.

Bei den rund 238.000 sogenannten geringfügigen Selbständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz handelt es sich um Personen in Kulturberufen und anderen Berufen des Kultursektors, die diesen in der Regel im Nebenjob oder in geringem erwerbswirtschaftlichen Umfang ausüben. Zu den Selbständigen mit 17.500 Euro Jahresumsatz zählen rund 242.000 Personen, die in der Regel die Selbständigkeit im Hauptberuf ausüben und ihre Existenz damit absichern wollen.

Der Beschäftigungsmarkt mit den **abhängig Beschäftigten** erreicht im Jahr 2009 einen Umfang von rund einer Million Personen und damit einen Anteil von 3,0 Prozent an den abhängig Beschäftigten aller Erwerbstätigen. Die Gruppe der abhängig Beschäftigten setzt sich aus den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und den geringfügig Beschäftigten zusammen. Die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Teil- oder Vollzeit innerhalb des Kultursektors verfügen in der Regel über existenzsichernde Arbeitsplätze, die hier ein Volumen von rund 702.000 Personen umfassen. Bei den geringfügig Beschäftigten handelt es sich entweder um ausschließlich geringfügig Beschäftigte oder Beschäftigte im Nebenjob, die weniger als die Hälfte der wöchentlichen Arbeitszeit tätig sind bzw. mit einem Monatslohn von 400 Euro oder weniger auskommen müssen. Diese Zahl liegt hier im Jahr 2009 bei rund 332.000 Personen.

Der mit Abstand wichtigste Markt für die abhängig Beschäftigten ist die Kulturdomäne „Buch und Presse“, mit deutlichem Abstand gefolgt von der Kulturdomäne „Design und kreative Dienstleistungen“. Mit 36 Prozent arbeiten mehr als ein Drittel aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Kultursektors in der Kulturdomäne „Buch und Presse“. Im Markt für geringfügig Beschäftigte steigt der Anteil dieser Kulturdomäne auf 46 Prozent des Kultursektors. Somit arbeiten fast die Hälfte aller geringfügig Beschäftigten in der Kulturdomäne „Buch und Pressemarkt“. Im zweiten wichtigen Beschäftigungsmarkt „Design und kreative Dienstleistungen“ arbeiten jeweils rund ein Viertel aller

Kulturbeschäftigten entweder als sozialversicherungspflichtig Beschäftigte oder als geringfügig Beschäftigte.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass der erste Pilotversuch, mit Hilfe des UNESCO-Framework for Cultural Statistics den Kultursektor in Deutschland zu untersuchen, eine pragmatische Vorgehensweise sein kann, um nützliche Grundinformationen für die kulturpolitisch interessierte Fachöffentlichkeit zur Verfügung stellen zu können.

5.4 Zukünftige Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft

Neben der quantitativen Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Bruttowertschöpfung in Deutschland, hat die Branche gleichzeitig einen Modellcharakter für zukünftige Arbeits- und Lebensformen. Sie ist Teil einer zukunftsweisenden wissens- und contentorientierten Gesellschaft. In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind wesentliche Strukturmerkmale zu beobachten, die auch in anderen Wirtschaftsbranchen Einzug finden können bzw. werden:

- In der Kultur- und Kreativwirtschaft wird schon heute in zukunftsorientierten Arbeits- und Geschäftsmodellen gearbeitet. Aufgrund der Produktionsweise z.B. in hybriden Arbeitsformen und einer im wesentlichen contentorientierten Produktion vieler Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ein Vorreiter auf dem Weg in eine wissensbasierte Ökonomie in Deutschland.
- In Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft bestehen sehr kurze Innovationszyklen für einzelne Produkte. Innovationsorientierte Geschäftsmodelle, die in der betriebswirtschaftlichen Finanzierung im Hochrisikobereich eingestuft werden, benötigen eine spezifische Unterstützung. Eine Wirtschaftspolitik mit dem Ziel der Unterstützung der Innovationskraft benötigt darauf abgestimmte Förderinstrumente.
- Wesentliche Produkttypen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Prototypen, Einzelanfertigungen, Kleinstserien und immaterielle Produkte. Die Art der Produktion sowie die Beschaffenheit der Produkte in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind wesentliche Charakteristika einer wissensbasierten Ökonomie.
- Eine sich schnell wandelnde Beschäftigungsstruktur und sich ständig verändernde Tätigkeitsfelder und Berufsbilder stellen wesentliche Merkmale innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft dar. Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann mit der dort vorherrschenden Beschäftigungsstruktur einen Modellcharakter für die Entwicklung in

klassischen Branchen darstellen, in denen z.B. Freiberufler und Einzelunternehmer in Zukunft eine zunehmend wachsende Bedeutung einnehmen werden.

- Fast alle Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nutzen moderne Technologien, allen voran Informations- und Kommunikationstechnologien. Diese sind nicht nur passive Technologienutzer, sondern geben den Technologieherstellern und -entwicklern immer wieder Impulse für neue Technologievarianten.

Eine wirtschaftspolitische Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft kann zukunftsweisende Methoden und Instrumente für die Wirtschaftsförderung entwickeln, die möglicherweise auch auf weitere Wirtschaftsbranchen übertragen werden können.

Die Europäische Union hat mit der neuen Vision „Europa 2020“ das Ziel ausgegeben, ein „intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum“ anzustreben. Eine wirtschaftspolitische Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft, die zur Entfaltung des innovativen und ökonomischen Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft beiträgt, kann somit sowohl aufgrund der volkswirtschaftlichen Bedeutung als auch aufgrund des Modellcharakters für zukünftige Arbeitsformen einen erheblichen Beitrag auf dem Weg zur Erreichung dieses Zieles leisten.

6 Anhang

6.1 Methodische Hinweise

Die Bezugsgrößen; Unternehmen, Umsatz, Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigkeit

Unternehmen:

Der Begriff des Unternehmens wird in Statistiken der Umsatzsteuerstatistik sowie im Unternehmensregister als eine rechtlich selbständige Einheit definiert. Dazu zählen alle Unternehmensformen einschließlich der Freiberufler mit eigenem Büro, alle Selbständigen mit und ohne abhängig Beschäftigte und alle Unternehmen mit Gewerbebetrieben. Der Begriff des Unternehmens reicht also über den umgangssprachlichen Kontext hinaus und umfasst auch alle Einzelunternehmen, Ein-Personen-Unternehmen, vom kleinsten über die klein- und mittelständischen bis zu den großen Unternehmen. Das Verständnis für diese Bandbreite der verschiedenen Unternehmenstypen ist gerade für die Kultur- und Kreativwirtschaft von besonderer Bedeutung, weil hier ein nicht unerheblicher Teil der wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Aktivitäten gerade auf die kleinen und kleinsten Unternehmenstypen entfällt.

Umsatz:

Der Begriff des Umsatzes umfasst in der Umsatzsteuerstatistik denjenigen Teil des Umsatzes, der die *steuerbaren Lieferungen und Leistungen* eines Unternehmens enthält. In einigen Bundesländern werden zusätzlich die sogenannten innergemeinschaftlichen Erwerbe in der Umsatzsteuerstatistik nachgewiesen, nicht jedoch auf Bundesebene. Für einen einheitlichen Vergleich der Umsätze auf allen räumlichen Ebenen muss deshalb auf den steuerbaren Umsatz Bezug genommen werden, der nur die *Lieferungen und Leistungen* umfasst.

Von den in der Umsatzsteuerstatistik ausgewiesenen Umsätzen (= Menge x Preis der verkauften Güter und Dienste) ist die **Bruttowertschöpfung** zu unterscheiden. Sie basiert auf diversen Produktionsstatistiken, in denen Produktionswerte ermittelt werden, die um Vorleistungsbezüge bereinigt sind. Daraus folgt, dass Umsätze im Vergleich zur Bruttowertschöpfung immer größer sind, und zwar umso höher, je intensiver die Einbindung in arbeitsteilige Prozesse (Vorleistungsverflechtung) ist. Zum Beispiel betrug die Bruttowertschöpfung für Deutschland im Jahr 2010 (alle Wirtschaftszweige) 2.217 Mrd. Euro, während im selben Jahr die steuerbaren Umsätze 5.241 Mrd. Euro erreichten. Nach der neuen Klassifikation WZ-2008 können erstmals einzelne Wirtschaftsgruppen der Kultur- und

Kreativwirtschaft direkt aus den Angaben der amtlichen Statistik ermittelt werden, so beispielsweise die WZ-Nr. 58-60 oder die Nr. 90-92.

Da die Umsatzsteuerstatistik auch die Erfassung der Umsätze je Wirtschaftszweig nach **Umsatzgrößenklassen** ermöglicht (8 Klassen beginnend von 17.500 Euro Jahresumsatz bis 50 Mio. Euro), kann die Kultur- und Kreativwirtschaft auch nach Größenstrukturen untersucht werden. Dazu wird der Begriff *Binnensegmentierung* eingeführt, durch den unterschiedliche Unternehmenstypen beschrieben werden können. In Anlehnung an die EU-Definition der KMU-Unternehmen wird nach vier Unternehmenstypen differenziert: Kleinstunternehmen, Kleinunternehmen, mittlere Unternehmen sowie große Unternehmen.

Erwerbstätigkeit:

Diese Bezugsgröße gibt an, wie groß der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Beschäftigungsmarkt unter besonderer Berücksichtigung eines hohen Anteils von Selbständigen oder Einpersonenernehmen sein kann. Der Begriff der Erwerbstätigkeit umfasst zum einen die Selbständigen und zum anderen die abhängig Beschäftigten. Die Selbständigen wiederum können unterteilt werden in Selbständige mit und ohne weitere Beschäftigte. Zusätzlich werden die mithelfenden Familienangehörigen zur Gruppe der Selbständigen gezählt. Zur Gruppe der abhängig Beschäftigten zählen die Angestellten, Arbeiter und Auszubildenden sowie die Beamten.

Für die Kultur- und Kreativwirtschaft gelten folgende Einschränkungen zum Begriff der Erwerbstätigen: Die Umsatzsteuerstatistik erfasst nur die Anzahl der steuerpflichtigen Selbständigen und selbständigen Unternehmen, nicht jedoch die abhängig Beschäftigten. Die Beschäftigtenstatistik wiederum erfasst nur die abhängig Beschäftigten und hier nur die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einschließlich der geringfügig Beschäftigten, nicht jedoch die Beamten.

Die statistischen Quellen

Umsatzsteuerstatistik:

Die Umsatzsteuerstatistik umfasst den gesamten volkswirtschaftlichen Bereich, wie er durch die Wirtschaftszweigklassifikation definiert wird. Darüber hinaus werden die steuerlich relevanten Unternehmens- und Umsatzdaten in der 5-stelligen und damit feinsten fachlichen Tiefengliederung differenziert erfasst. Zusätzlich liegen die Umsatzsteuerdaten von der Bundesebene bis zur lokalen Ebene im gleichen Erhebungskonzept vor.

Der Vorteil der Umsatzsteuerstatistik liegt in der fast vollständigen Erfassung der gesamten Volkswirtschaft. Da sie jedoch eine sogenannte Abschneidegrenze bei der Erfassung der Kleinstunternehmen aufweist – es werden nicht diejenigen Unternehmen und Selbständigen

in der Statistik erfasst, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erwirtschaften - werden nicht unerhebliche Teilgruppen von Kleinstunternehmern und Kleinst-Selbständigen aus der statistischen Erfassung ausgeblendet. Für die Darstellung des Gesamtpotenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft ist dies ein Nachteil, der möglicherweise durch eine ergänzende Einbeziehung der Daten aus der Künstlersozialkasse oder andere Hilfskonstruktionen umgangen werden kann.

Beschäftigtenstatistik:

Die Beschäftigtenstatistik deckt ebenfalls den gesamten volkswirtschaftlichen Bereich entsprechend der Wirtschaftszweigklassifikation ab und liefert Daten bis zur 5-stelligen fachlichen Tiefengliederung und diese wiederum über die kleinste lokale Einheit bis zum bundesweiten Ergebnis. Dieser Vorteil wird dadurch eingeschränkt, dass hier nur die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erfasst werden, nicht jedoch die Selbständigen und die Beamten. Zusätzlich wirkt sich nachteilig aus, dass ausschließlich nur jene Betriebe erfasst werden, die über sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitsplätze verfügen. Der zentrale Vorteil der Beschäftigtenstatistik liegt jedoch vor allem in ihrer Aktualität.

Statistik der geringfügig Beschäftigten:

Diese Datenquelle kann als Ergänzung zur regulären Beschäftigtenstatistik seit einigen Jahren zusätzlich ausgewertet werden und ist wegen der fachlichen Tiefengliederung und der zeitnahen Veröffentlichung eine wertvolle Zusatzquelle für die Auswertung des Minijobbereichs.

Mikrozensus:

Der Mikrozensus ist keine Vollerhebung, sondern eine 1-%-Stichprobenuntersuchung. Er wird deshalb grundsätzlich nur auf Ebene der wirtschaftsfachlichen 3-Steller-Ebene publiziert. Diese fachliche Einschränkung ist ein zentraler Nachteil, sowohl für die Teilmarktgliederung als auch für die Teilgruppengliederung, da dort einzelne Teilgruppen nur in 5-stelliger Fachtiefe betrachtet werden können. Trotz dieses Nachteils ist der Mikrozensus immer dann von Bedeutung, wenn die Bundesebene untersucht werden soll, da der Mikrozensus die einzige Quelle ist, die in die europaweite Arbeitskräfteerhebung (LFS) integriert wurde. Der deutsche Mikrozensus bildet somit die statistische Klammer und Brücke zu einer europaweiten Untersuchung der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Statistik der freiberuflichen Künstler/innen:

Die Künstlersozialkasse führt eine Statistik über die bei ihr gemeldeten freiberuflichen Künstlergruppen. Wegen der Erhebungsmethode der freiwilligen Selbsteinschätzung der Künstler, sollte diese Datenquelle nur als eine ergänzende Datenquelle verwendet werden.

6.2 Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Gültiges Abgrenzungsmodell für Monitoringbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2010

Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach neuer WZ 2008

Teilmarkt		Anteils-	wert
WZ-2008	Wirtschaftszweig	UST	SVB
1. Musikwirtschaft			
90.03.1	Selbständige Musiker/innen etc.		
90.01.2	Musik-/Tanzensembles		
59.20.1	Tonstudios etc.		
59.20.2	Tonträgerverlage		
59.20.3	Musikverlage		
90.04.1	*Theater-/Konzertveranstalter		
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.		10%
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst		
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.		
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.		
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten		
2. Buchmarkt			
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/innen		
74.30.1	Selbständige Übersetzer/innen		
58.11	Buchverlage		
47.61	Einzelhandel mit Büchern		
47.79.2	Antiquariate		
18.14	Buchbinderei etc.		
3. Kunstmarkt			
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/innen		
47.78.3	** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	20%	20%
91.02	Museumsshops, etc.		8%
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.		
4. Filmwirtschaft			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen		
59.11	Film-/TV-Produktion		
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik		
59.13	Filmverleih u. -vertrieb		
59.14	Kinos		
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.		
77.22	Videotheken		
5. Rundfunkwirtschaft			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen		
60.10	Hörfunkveranstalter		40%

60.20	Fernsehveranstalter		40%
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen		
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe		
90.01.1	Theaterensembles		10%
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter		
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.		10%
90.04.3	Varietés und Kleinkunsth Bühnen		
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst		
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen		
7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design		
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign		
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung		
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur		
73.11	*Werbegestaltung (Anteil 50%)	50%	50%
32.12	Herstellung v. Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren		
74.20.1	Selbständige Fotografen/innen		
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau		
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur		
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung		
71.11.4	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung		
90.03.4	Selbständige Restauratoren/innen		
9. Pressemarkt			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen		
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros		
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.		
58.13	Verlegen von Zeitungen		
58.14	Verlegen von Zeitschriften		
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)		
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen		
10. Werbemarkt			
73.11	*Werbeagenturen/Werbegestaltung		
73.12	Vermarktung u. Vermittlung von Werbezeiten/-flächen		
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen		
63.12	Webportale		
62.01.1	Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen		
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung		
58.29	Verlegen von sonstiger Software		
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive		8%
91.03	Betrieb v. historisch. Stätten u. Gebäuden u. ähnliche Attraktionen		8%
91.04	Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks		8%
74.30.2	Selbständige Dolmetscher		

74.20.2	Fotolabors		
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck		
Mit Doppelzählung (Summe aller Wirtschaftszweige einschließlich Doppelzählung)			
Summe der doppelten Wirtschaftszweige			
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12. (ohne Doppelzählung)			

Hinweise: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; UST=Umsatzsteuerstatistik, SVB=Beschäftigtenstatistik;
 Anteilswerte = nur anteilig mit dem angegebenen Prozentwert dem Wirtschaftszweig zugeordnet.
 Quelle: Destatis, Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2008; Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.

6.3 Statistische Daten

Tab. 1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009 und 2010

Kategorie	2009	2010*	Veränderung in % 2010/ 2009
Anzahl Unternehmen in Tsd. (1)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	238	240	0,4%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,6%	7,6%	-
Umsatz in Mrd. €			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	134,3	137,3	2,2%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,7%	2,6%	-
Anzahl Beschäftigte in Tsd.(svB) (2)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	723	720*	-0,4%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,6%	2,6%	-
Anzahl Erwerbstätige in Tsd. (3)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	962	960*	-0,2%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,2%	3,1%	-
Anzahl geringfügig Tätige in Tsd. (4)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	194	205*	5,6%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,6%	4,8%	-
Anzahl geringfügig Beschäftigte in Tsd. (5)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	510	505*	-1,0%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,1%	6,9%	-
Anzahl Erwerbstätige total in Tsd. (6)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	1.666	1.675*	0,5%
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,3%	4,3%	-
Bruttowertschöpfung in Mrd. € (7)			
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	62,7	63,7*	1,7%
- Anteil KKW am BIP	2,6%	2,6%	-
- Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.374,5	2.476,8	4,3%
Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft			
Umsatz je Unternehmen in Tsd. €	563	573	1,8%
Umsatz je Beschäftigter in Tsd. €	186	191	2,6%
Umsatz je Erwerbstätiger in Tsd. €	140	143	2,4%
Beschäftigte je Unternehmen	3,0	3,0	-0,8%
Erwerbstätige je Unternehmen	4,0	4,0	-0,6%
BWS je Erwerbstätiger in Tsd. €	65,2	66,4	1,9%

Hinweise: (*) vorläufige Angaben bzw. Schätzungen. sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) und Erwerbstätige zu 2010 vorläufige Angaben der Bundesagentur für Arbeit. (1) Steuerpflichtige Unternehmer/n mit 17.500 € Jahresumsatz und mehr. (2) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte. (3) Erwerbstätige umfassen: steuerpflichtige Unternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB). (4) Zusätzlich geringfügig Tätige (Freiberufler, Selbständige mit weniger als 17.500 € Jahresumsatz auf Basis Mikrozensus). (5) Zusätzlich statistisch nachweisbare geringfügig Beschäftigte und Schätzungen auf Basis Mikrozensus. (6) Erwerbstätige total umfasst sämtliche Selbständige und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Beschäftigter und Tätige auf Basis Mikrozensus. (7) Bruttowertschöpfung 2009 basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und umfasst nur Mindestangaben (VGR, Stand: Oktober 2011, WZ-Auswahl: 58-60, 73, 90-92, ohne 62, 71, 74); BWS 2010 Schätzung. Quelle: Destatis 2012; Bundesagentur für Arbeit 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

**Tab. 2: Kultur- und Kreativwirtschaft nach elf Teilmärkten.
Unternehmen, Umsätze, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte, 2009 und 2010**

Teilmarkt	Kategorie	Anzahl	
		2009	2010
1. Musikwirtschaft	Unternehmen	13.862	13.723
2. Buchmarkt	Unternehmen	16.232	16.481
3. Kunstmarkt	Unternehmen	13.763	13.464
4. Filmwirtschaft	Unternehmen	18.312	17.956
5. Rundfunkwirtschaft	Unternehmen	17.853	17.751
6. Markt für darstellende Künste	Unternehmen	14.993	15.402
7. Designwirtschaft	Unternehmen	48.332	50.111
8. Architekturmarkt	Unternehmen	39.956	40.159
9. Pressemarkt	Unternehmen	34.317	33.564
10. Werbemarkt	Unternehmen	37.082	35.330
11. Software-/Games-Industrie	Unternehmen	27.018	28.527
12. Sonstige	Unternehmen	7.353	7.506
Mit Doppelzählung	Unternehmen	289.073	289.974
Doppelte WZ	Unternehmen	50.594	50.440
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	Unternehmen	238.479	239.534
Gesamtwirtschaft	Unternehmen	3.135.542	3.165.286
1. Musikwirtschaft	Umsatz in Mio. €	6.307	6.270
2. Buchmarkt	Umsatz in Mio. €	14.848	14.182
3. Kunstmarkt	Umsatz in Mio. €	2.146	2.332
4. Filmwirtschaft	Umsatz in Mio. €	8.734	8.925
5. Rundfunkwirtschaft	Umsatz in Mio. €	7.445	7.671
6. Markt für darstellende Künste	Umsatz in Mio. €	3.316	3.478
7. Designwirtschaft	Umsatz in Mio. €	17.595	18.243
8. Architekturmarkt	Umsatz in Mio. €	7.967	8.031
9. Pressemarkt	Umsatz in Mio. €	31.341	31.398
10. Werbemarkt	Umsatz in Mio. €	25.508	25.714
11. Software-/Games-Industrie	Umsatz in Mio. €	24.296	26.496
12. Sonstige	Umsatz in Mio. €	1.579	1.588
Mit Doppelzählung	Umsatz in Mio. €	151.081	154.327
Doppelte WZ	Umsatz in Mio. €	16.751	16.993
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	Umsatz in Mio. €	134.330	137.333
Gesamtwirtschaft	Umsatz in Mio. €	4.897.938	5.240.997
1. Musikwirtschaft	Erwerbstätige	47.036	46.771
2. Buchmarkt	Erwerbstätige	79.379	77.405
3. Kunstmarkt	Erwerbstätige	19.515	19.243
4. Filmwirtschaft	Erwerbstätige	61.753	60.392
5. Rundfunkwirtschaft	Erwerbstätige	39.537	39.444
6. Markt für darstellende Künste	Erwerbstätige	32.416	33.282
7. Designwirtschaft	Erwerbstätige	126.101	126.285
8. Architekturmarkt	Erwerbstätige	100.425	102.213
9. Pressemarkt	Erwerbstätige	169.841	164.615
10. Werbemarkt	Erwerbstätige	142.077	137.700
11. Software-/Games-Industrie	Erwerbstätige	244.615	252.382
12. Sonstige	Erwerbstätige	15.370	15.023
Mit Doppelzählung	Erwerbstätige	1.078.065	1.074.755
Doppelte WZ	Erwerbstätige	116.297	114.819
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	Erwerbstätige	961.768	959.936
Gesamtwirtschaft	Erwerbstätige	30.515.638	30.875.773

1. Musikwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	33.174	33.048
2. Buchmarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	63.147	60.924
3. Kunstmarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	5.752	5.779
4. Filmwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	43.441	42.436
5. Rundfunkwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	21.684	21.693
6. Markt für darstellende Künste	abhängig Beschäftigte (svB)	17.423	17.880
7. Designwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	77.769	76.174
8. Architekturmarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	60.469	62.054
9. Pressemarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	135.524	131.051
10. Werbemarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	104.995	102.370
11. Software-/Games-Industrie	abhängig Beschäftigte (svB)	217.597	223.855
12. Sonstige	abhängig Beschäftigte (svB)	8.017	7.517
Mit Doppelzählung	abhängig Beschäftigte (svB)	788.992	784.781
Doppelte WZ	abhängig Beschäftigte (svB)	65.703	64.379
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	abhängig Beschäftigte (svB)	723.289	720.402
Gesamtwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	27.380.096	27.710.487

1. Musikwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	11.160	11.061
2. Buchmarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	21.051	20.915
3. Kunstmarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	4.578	4.479
4. Filmwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	28.892	27.862
5. Rundfunkwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	2.067	1.985
6. Markt für darstellende Künste	geringfügig Beschäftigte (gfB)	11.968	12.117
7. Designwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	42.052	41.037
8. Architekturmarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	18.181	18.099
9. Pressemarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	106.339	104.314
10. Werbemarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	67.809	66.308
11. Software-/Games-Industrie	geringfügig Beschäftigte (gfB)	21.657	22.046
12. Sonstige	geringfügig Beschäftigte (gfB)	1.826	1.730
Mit Doppelzählung	geringfügig Beschäftigte (gfB)	337.579	331.953
Doppelte WZ	geringfügig Beschäftigte (gfB)	40.778	39.538
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	geringfügig Beschäftigte (gfB)	296.800	292.415
Gesamtwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	7.191.748	7.191.748

Hinweis: weitere Hinweise siehe Tab.1. Die Angaben zu den geringfügig Beschäftigten beziehen sich ausschließlich auf die statistisch nachweisbaren Beschäftigten der Bundesagentur für Arbeit. Die zusätzlichen geringfügig Beschäftigten nach Mikrozensus können nicht für die elf Teilmärkte ausgewiesen werden.

Quellen: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tab. 3.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Unternehmen Anzahl 2009	Unternehmen Anzahl 2010
1. Musikwirtschaft			
90.03.1	Selbständige Musiker/innen etc.	2.656	2.643
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	1.828	1.661
59.20.1	Tonstudios etc.	479	539
59.20.2	Tonträgerverlage	395	390
59.20.3	Musikverlage	1.200	1.149
90.04.1	*Theater-/Konzertveranstalter	1.414	1.400
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst	2.024	2.109
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	2.235	2.142
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	238	282
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	1.165	1.180
Teilmarkt insgesamt		13.862	13.723
2. Buchmarkt			
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/innen	6.616	6.941
74.30.1	Selbständige Übersetzer/innen	1.584	1.625
58.11	Buchverlage	2.193	2.220
47.61	Einzelhandel mit Büchern	4.290	4.195
47.79.2	Antiquariate	479	459
18.14	Buchbinderei etc.	1.070	1.041
Teilmarkt insgesamt		16.232	16.481
3. Kunstmarkt			
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/innen	8.883	8.814
47.78.3	** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	1.797	1.712
91.02	Museumshops, etc.	890	823
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	2.193	2.115
Teilmarkt insgesamt		13.763	13.464
4. Filmwirtschaft			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen	8.455	8.710
59.11	Film-/TV-Produktion	5.785	5.253
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	696	767
59.13	Filmverleih u.-vertrieb	929	865
59.14	Kinos	888	878
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	238	282
77.22	Videotheken	1.321	1.201
Teilmarkt insgesamt		18.312	17.956
5. Rundfunkwirtschaft			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen	17.500	17.401
60.10	Hörfunkveranstalter	266	262
60.20	Fernsehveranstalter	87	88
Teilmarkt insgesamt		17.853	17.751
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen	8.455	8.710
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe	564	573
90.01.1	Theaterensembles	126	124
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter	1.414	1.400
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	196	178
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst	2.024	2.109
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	1.986	2.080
Teilmarkt insgesamt		14.993	15.402

7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	1.606	2.164
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	5.506	7.269
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	8.017	7.679
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur	2.675	3.185
73.11	*Werbegestaltung (Anteil 50%)	18.060	17.125
32.12	Herstellung v. Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	3.777	3.706
74.20.1	Selbständige Fotografen/innen	8.691	8.983
	Teilmarkt insgesamt	48.332	50.111
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	28.140	27.587
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur	2.675	3.185
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung	4.664	4.828
71.11.4	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	3.072	3.088
90.03.4	Selbständige Restauratoren/innen	1.405	1.471
	Teilmarkt insgesamt	39.956	40.159
9. Pressemarkt			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen	17.500	17.401
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	995	989
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	211	200
58.13	Verlegen von Zeitungen	831	829
58.14	Verlegen von Zeitschriften	1.848	1.782
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.396	3.144
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen	9.536	9.219
	Teilmarkt insgesamt	34.317	33.564
10. Werbemarkt			
73.11	*Werbeagenturen/Werbegestaltung	36.120	34.250
73.12	Vermarktung u. Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	962	1.080
	Teilmarkt insgesamt	37.082	35.330
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen	392	354
63.12	Webportale	190	271
62.01.1	Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen	7.457	8.256
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	18.625	19.172
58.29	Verlegen von sonstiger Software	354	474
	Teilmarkt insgesamt	27.018	28.527
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive	111	100
91.03	Betrieb v. historisch. Stätten u. Gebäuden u. ä. Attraktionen	104	95
91.04	Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks	262	265
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	6.006	6.237
74.20.2	Fotolabors	518	466
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	352	343
	Sonstige insgesamt	7.353	7.506
	Mit Doppelzählung	289.073	289.974
	Doppelte WZ	50.594	50.440
	Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	238.479	239.534
	<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>	<i>7,6%</i>	<i>7,6%</i>

Hinweis: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; **Schätzwert bzw. vorläufige Angaben; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tab.1.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tab. 3.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. € 2009	Umsatz in Mio. € 2010
1. Musikwirtschaft			
90.03.1	Selbständige Musiker/innen etc.	261	261
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	225	210
59.20.1	Tonstudios etc.	93	109
59.20.2	Tonträgerverlage	1.215	989
59.20.3	Musikverlage	587	549
90.04.1	*Theater-/Konzertveranstalter	1.437	1.509
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	361	389
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst	379	402
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.105	1.175
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	113	126
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	532	551
Teilmarkt insgesamt		6.307	6.270
2. Buchmarkt			
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/innen	522	552
74.30.1	Selbständige Übersetzer/innen	271	274
58.11	Buchverlage	9.590	8.848
47.61	Einzelhandel mit Büchern	3.667	3.600
47.79.2	Antiquariate	66	72
18.14	Buchbinderei etc.	732	836
Teilmarkt insgesamt		14.848	14.182
3. Kunstmarkt			
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/innen	730	750
47.78.3	** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	594	660
91.02	Museumshops, etc.	412	518
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	409	404
Teilmarkt insgesamt		2.146	2.332
4. Filmwirtschaft			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen	720	752
59.11	Film-/TV-Produktion	4.447	4.489
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	124	153
59.13	Filmverleih u.-vertrieb	1.667	1.815
59.14	Kinos	1.315	1.276
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	113	126
77.22	Videotheken	348	315
Teilmarkt insgesamt		8.734	8.925
5. Rundfunkwirtschaft			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen	1.208	1.219
60.10	Hörfunkveranstalter	1.004	965
60.20	Fernsehveranstalter	5.233	5.487
Teilmarkt insgesamt		7.445	7.671
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen	720	752
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe	51	55
90.01.1	Theaterensembles	53	54
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter	1.437	1.509
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	361	389
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthäuser	81	78
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst	379	402
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	235	239
Teilmarkt insgesamt		3.316	3.478

7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	237	327
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	495	627
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	1.012	981
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur	401	485
73.11	*Werbegestaltung (Anteil 50%)	12.132	12.112
32.12	Herstellung v. Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	2.216	2.531
74.20.1	Selbständige Fotografen/innen	1.102	1.179
	Teilmarkt insgesamt	17.595	18.243
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	5.821	5.765
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur	401	485
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung	1.022	1.066
71.11.4	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	571	543
90.03.4	Selbständige Restauratoren/innen	151	171
	Teilmarkt insgesamt	7.967	8.031
9. Pressemarkt			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen	1.208	1.219
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	516	513
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	1.369	1.415
58.13	Verlegen von Zeitungen	10.930	11.183
58.14	Verlegen von Zeitschriften	9.918	9.933
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.996	3.785
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen	3.403	3.351
	Teilmarkt insgesamt	31.341	31.398
10. Werbemarkt			
73.11	*Werbeagenturen/Werbegestaltung	24.264	24.223
73.12	Vermarktung u. Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.244	1.491
	Teilmarkt insgesamt	25.508	25.714
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen	4.135	3.040
63.12	Webportale	324	477
62.01.1	Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen	2.530	2.732
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	17.034	19.818
58.29	Verlegen von sonstiger Software	272	429
	Teilmarkt insgesamt	24.296	26.496
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive	63	66
91.03	Betrieb v. historisch. Stätten u. Gebäuden u. ähnlichen Attraktionen	39	32
91.04	Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks	244	267
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	428	462
74.20.2	Fotolabors	567	518
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	238	243
	Sonstige insgesamt	1.579	1.588
	Mit Doppelzählung	151.081	154.327
	Doppelte WZ	16.751	16.993
	Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	134.330	137.333
	<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>	<i>2,7%</i>	<i>2,6%</i>

Hinweis: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; **Schätzwert bzw. vorläufige Angaben; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tab.1.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tab. 3.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige Anzahl 2009	Erwerbstätige Anzahl 2010
1. Musikwirtschaft			
90.03.1	Selbständige Musiker/innen etc.	2.839	2.818
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	7.352	6.869
59.20.1	Tonstudios etc.	1.392	1.408
59.20.2	Tonträgerverlage	2.680	2.543
59.20.3	Musikverlage	2.937	3.202
90.04.1	*Theater-/Konzertveranstalter	6.388	6.392
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.499	3.546
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst	5.543	5.824
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	6.127	6.168
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.647	1.678
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	6.632	6.323
Teilmarkt insgesamt		47.036	46.771
2. Buchmarkt			
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/innen	6.967	7.296
74.30.1	Selbständige Übersetzer/innen	4.704	4.711
58.11	Buchverlage	26.017	24.951
47.61	Einzelhandel mit Büchern	28.822	28.264
47.79.2	Antiquariate	817	780
18.14	Buchbinderei etc.	12.052	11.403
Teilmarkt insgesamt		79.379	77.405
3. Kunstmarkt			
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/innen	10.214	10.158
47.78.3	** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	3.609	3.599
91.02	Museumshops, etc.	2.100	2.029
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	3.592	3.457
Teilmarkt insgesamt		19.515	19.243
4. Filmwirtschaft			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen	8.988	9.268
59.11	Film-/TV-Produktion	28.571	27.783
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	5.951	5.708
59.13	Filmverleih u. -vertrieb	3.439	3.316
59.14	Kinos	9.174	8.961
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.647	1.678
77.22	Videotheken	3.983	3.678
Teilmarkt insgesamt		61.753	60.392
5. Rundfunkwirtschaft			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen	18.455	18.273
60.10	Hörfunkveranstalter	13.776	13.782
60.20	Fernsehveranstalter	7.307	7.388
Teilmarkt insgesamt		39.537	39.444
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen	8.988	9.268
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe	1.294	1.283
90.01.1	Theaterensembles	1.243	1.331
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter	6.388	6.392
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.499	3.546
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthäuser	932	943
90.02	*Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst	5.543	5.824
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	4.529	4.695
Teilmarkt insgesamt		32.416	33.282

7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	3.341	4.248
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	8.360	10.356
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	10.599	10.476
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur	4.154	4.754
73.11	*Werbegestaltung (Anteil 50%)	67.623	65.084
32.12	Herstellung v. Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	14.858	13.849
74.20.1	Selbständige Fotografen/innen	17.166	17.518
	Teilmarkt insgesamt	126.101	126.285
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	74.905	75.523
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur	4.154	4.754
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung	11.405	11.653
71.11.4	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	7.056	7.338
90.03.4	Selbständige Restauratoren/innen	2.905	2.945
	Teilmarkt insgesamt	100.425	102.213
9. Pressemarkt			
90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen	18.455	18.273
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	9.131	8.917
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	5.102	5.071
58.13	Verlegen von Zeitungen	52.485	50.322
58.14	Verlegen von Zeitschriften	43.704	41.483
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	11.619	11.319
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen	29.345	29.230
	Teilmarkt insgesamt	169.841	164.615
10. Werbemarkt			
73.11	*Werbeagenturen/Werbegestaltung	135.245	130.168
73.12	Vermarktung u. Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	6.832	7.532
	Teilmarkt insgesamt	142.077	137.700
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.194	1.520
63.12	Webportale	2.309	3.578
62.01.1	Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen	25.588	29.573
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	202.997	202.298
58.29	Verlegen von sonstiger Software	12.527	15.413
	Teilmarkt insgesamt	244.615	252.382
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive	1.032	995
91.03	Betrieb v. historisch. Stätten u. Gebäuden .u. ähnlichen Attraktionen	221	210
91.04	Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks	773	775
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	6.421	6.651
74.20.2	Fotolabors	5.622	5.070
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	1.301	1.323
	Sonstige insgesamt	15.370	15.023
	Mit Doppelzählung	1.078.065	1.074.755
	Doppelte WZ	116.297	114.819
	Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	961.768	959.936
	<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>	<i>3,2%</i>	<i>3,1%</i>

Hinweis: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; **Schätzwert bzw. vorläufige Angaben; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tab.1.

Quellen: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tab. 4.1: Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt 2009

Unternehmenstyp	Größenklasse	Unternehmen	Umsatz	%-Anteil	%-Anteil	Umsatz je Unternehmen
		Anzahl	in Mio. Euro	Unternehmen	Umsatz	in Tsd. Euro
		2009	2009	2009	2009	
Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	235.011	38.398	97,3%	27,9%	163
Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	5.215	20.953	2,2%	15,2%	4.018
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	1.060	22.067	0,4%	16,0%	20.818
Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	349	56.449	0,1%	40,9%	161.744
Alle Unternehmens- typen	Insgesamt	241.635	137.867	100,0%	100,0%	571

Hinweis: Auswahl der statistischen Abteilungen, Gruppen und Klassen: Nr. 32.1, 32.2, 47.6*, 58-60, 62.01, 63.12, 63.91,71.11, 73.1, 74.1-3, 90, 91. *Gesamtwert der Kultur- und Kreativwirtschaft ist wegen Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) bei der Zahl der Unternehmen (vgl. 238.479) um 1,3%, beim Umsatz (vgl. 134,3 Mrd. Euro) um 2,6% erhöht. Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tab. 4.2: Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (Auswahl) 2009

Teilmarkt WZ- Auswahl	Unternehmenstyp	Größenklasse	Unternehmen	Umsatz	%-Anteil	%-Anteil	Umsatz je Unternehm.
			Anzahl	in Mio. Euro	Unternehmen	Umsatz	in Tsd. Euro
			2009	2009	2009	2009	2009
Musik 59.2 47.59.3	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	4.164	865	96,6%	28,8%	208
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	123	478	2,9%	15,9%	3.889
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	13	247	0,3%	8,2%	18.989
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	9	1.410	0,2%	47,0%	156.710
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	4.309	3.000	100,0%	100,0%	696
Buch 58.11 47.61	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	6.015	1.943	92,8%	14,7%	323
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	329	1.289	5,1%	9,7%	3.919
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	109	2.294	1,7%	17,3%	21.046
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	30	7.731	0,5%	58,3%	257.707
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	6.483	13.257	100,0%	100,0%	2.045
Kunst 91.02 ohne 47.78.3	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	854	178	96,0%	43,2%	208
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	0	0	0,0%	0,0%	-
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	36	234	4,0%	56,8%	6.507
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	0	0	0,0%	0,0%	-
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	890	412	100,0%	100,0%	463
Film 59.1	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	7.822	1.662	94,3%	22,0%	212
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	381	1.557	4,6%	20,6%	4.087
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	72	1.494	0,9%	19,8%	20.745
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	23	2.840	0,3%	37,6%	123.496
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	8.298	7.553	100,0%	100,0%	910
Rundfunk 60	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	249	168	70,5%	2,7%	673
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	70	290	19,8%	4,7%	4.143
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	22	444	6,2%	7,1%	20.174

	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	12	5.335	3,4%	85,5%	444.619
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	353	6.237	100,0%	100,0%	17.668
<hr/>							
Darstellende K.	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	12.627	1.346	98,8%	46,0%	107
90.01	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	137	555	1,1%	18,9%	4.048
90.04	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	11	306	0,1%	10,5%	27.851
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	7	720	0,1%	24,6%	102.869
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	12.782	2.927	100,0%	100,0%	229
<hr/>							
Design	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	15.054	1.384	99,5%	79,4%	92
74.1	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	58	186	0,4%	10,7%	3.211
ohne	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	0	0	0,0%	0,0%	-
73.11	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	17	174	0,1%	10,0%	10.221
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	15.129	1.744	100,0%	100,0%	115
<hr/>							
Architektur	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	38.177	5.826	99,0%	74,5%	153
71.11	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	332	1.236	0,9%	15,8%	3.724
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	42	754	0,1%	9,6%	17.951
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	0	0	0,0%	0,0%	-
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	38.551	7.816	100,0%	100,0%	203
<hr/>							
Press	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	7.195	2.305	84,9%	6,4%	320
58.1	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	857	3.757	10,1%	10,5%	4.384
einschl.	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	312	7.010	3,7%	19,6%	22.468
58.11	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	115	22.732	1,4%	63,5%	197.668
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	8.479	35.804	100,0%	100,0%	4.223
<hr/>							
Werbung	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	35.761	6.724	96,4%	26,4%	188
73.1	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	1.101	4.433	3,0%	17,4%	4.026
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	166	3.389	0,4%	13,3%	20.414
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	54	10.962	0,1%	43,0%	203.001
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	37.082	25.508	100,0%	100,0%	688
<hr/>							
Softw/Games	Kleinst-unternehmen	bis 2 Mio. Euro	25.466	5.280	94,9%	22,0%	207
58.2	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	1.072	4.407	4,0%	18,4%	4.111
62.01	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	255	5.194	1,0%	21,7%	20.368
	Groß-unternehmen	ab 50 Mio. Euro	35	9.091	0,1%	37,9%	259.756
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	26.828	23.972	100,0%	100,0%	894

Hinweise: Steuerpflichtige Unternehmen und Selbständige mit Jahresumsätzen ab 17.500 Euro. Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tab.1.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tab. 5: Selbständige Künstler und Künstlerinnen nach Umsatzgrößenklassen und Berufsgruppen 2009

Absolutangaben	Komponisten Anzahl 2009	Musikensembles Anzahl 2009	Bildende Künstler Anzahl 2009	Bühnenkünstler Anzahl 2009	Schriftsteller Anzahl 2009	Journalisten Anzahl 2009
Umsatzgrößenklassen						
17.500 - 50.000 Euro	1.444	1.111	5.143	4.947	3.800	10.202
50.000 - 100.000 Euro	653	398	2.202	2.027	1.713	4.913
100.000 - 250.000 Euro	391	204	1.138	1.070	826	1.870
250.000 - 500.000 Euro	103	52	267	251	191	382
500.000 - 1 Mio. Euro	45	34	89	104	51	101
ab 1 Million Euro	20	29	44	56	35	32
Insgesamt	2.656	1.828	8.883	8.455	6.616	17.500
Anteil in %						
	2009	2009	2009	2009	2009	2009
Umsatzgrößenklassen						
17.500 - 50.000 Euro	54,4%	60,8%	57,9%	58,5%	57,4%	58,3%
50.000 - 100.000 Euro	24,6%	21,8%	24,8%	24,0%	25,9%	28,1%
100.000 - 250.000 Euro	14,7%	11,2%	12,8%	12,7%	12,5%	10,7%
250.000 - 500.000 Euro	3,9%	2,8%	3,0%	3,0%	2,9%	2,2%
500.000 - 1 Mio. Euro	1,7%	1,9%	1,0%	1,2%	0,8%	0,6%
ab 1 Million Euro	0,8%	1,6%	0,5%	0,7%	0,5%	0,2%
Insgesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hinweis: Selbständige Künstler/innen mit Jahresumsätzen ab 17.500 Euro

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

**Tab. 6: Freiberufliche Künstler und Künstlerinnen 2000 – 2010,
Versichertenbestand der Künstlersozialkasse**

	Anzahl 2000	Anzahl 2002	Anzahl 2004	Anzahl 2006	Anzahl 2008	Anzahl 2010
männlich	63.418	68.493	75.121	82.849	85.831	87.889
weiblich	43.751	50.476	58.849	68.555	73.691	77.757
insgesamt	107.169	118.969	133.970	151.404	159.522	165.646

Quelle: Künstlersozialkasse 2011

6.4 Literaturliste

- 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)
- Bundesagentur für Arbeit (2011). Beschäftigtenstatistik, verschiedene Jahrgänge, Nürnberg
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010). Monitoringbericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Forschungsbericht Nr. 594, Berlin
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2009). Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft. Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der "Kulturwirtschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Köln, Bremen, Berlin
- Compendium of Cultural Policies & Trends in Europe, <http://www.culturalpolicies.net/web/index.php>
- Destatis – Statistisches Bundesamt (2011). Mikrozensus, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden
- Destatis – Statistisches Bundesamt (2011). Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Detailergebnisse 2009, Stand Sept 2011
- Destatis– Statistisches Bundesamt (2012). Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden
- Enquetekommission (2007). Enquetekommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“, Kapitel: Kultur- und Kreativwirtschaft, Drucksache 16/7000 Deutscher Bundestag – 16. Wahlperiode
- ESSnet Culture Statistics (2011). Final Report, Eurostat Luxembourg
- EU Commission (2010). Green Paper. Unlocking the potential of cultural and creative industries, Brussels, COM(2010) 183
- EU Commission, DG Enterprise and Industry (2010). The Amsterdam Declaration. Addressed to regional, national and European policy-makers and adopted by the participants of the workshop “Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe” organised by the European Commission’s Enterprise & Industry Directorate-General in cooperation with the City of Amsterdam, the European Design Centre, the Association of Dutch Designers and IIP Create, March 2010
- EU-Kommission (2003). Empfehlung zur KMU-Definition (2003/361/EG)

- EU-Kommission (2011). Europäischer Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit 2010
- EU-Kommission (2011). Grünbuch „Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativindustrien
- EU-Kommission DG Unternehmen und Industrie (2011). Priority Sector Report. Creative and Cultural Industries by D. Power, T. Nielsen, EU Cluster Observatory, Europa Innova Paper No. 16
- EU-Kommission, DG Unternehmen und Industrie (2012). Gründung der Europäischen Kreativwirtschaftsallianz (ECIA). <https://www.howtogrow.eu/ecia/>
- Europäisches Parlament (2010). Resolution zur Kultur- und Kreativwirtschaft (INI/2010/2156)
- Europäischer Rat (2011). Schlussfolgerungen zum Beitrag der Kultur für die Europa-2020-Strategie
- European Cluster Observatory (ECO) (2011). Creative Industries
- Eurostat, Leadership Group (LEG) (2001). Task Force on Cultural Employment, Luxembourg
- Fesel, B./Söndermann, M. (2008). Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007, Hrsg. RheinEnergieStiftung Kultur, Köln
- Flögel, F./Gärtner, S. et al (2011). Kultur- und Kreativwirtschaft: mehr als Software? Internet-Dokument. Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik. Forschung Aktuell, Nr. 02/2011
- Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class, New York
- Gerig, M./Weckerle, C./ Söndermann, M. (2008). Kreativwirtschaft Schweiz. Daten. Modelle. Szenen. Basel
- Heinze, R./Hoose, F. (2012). Perspektiven der Wirtschaftsförderung für den Kultur- und Kreativsektor (Manuskript)
- Higgs, P./Cunningham, S./Bakhshi, H. (2008). Beyond the Creative Industries. Mapping the Creative Economy. NESTA, London
- Müller, K./Söndermann, M./Markworth, S. (2011). Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft , Duderstadt, im Auftrag des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

- Söndermann, M. (2002). Die Darstellenden Künste in NRW, Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf
- Söndermann, M. (2012). Kultureller Beschäftigungsmarkt und Künstlerarbeitsmarkt. Kulturstatistische Analyse zum Anhang des Staatenberichts, im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission, Bonn
- UNCTAD (2010). Creative Economy Report, Genf
- Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2009/2010. Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten: BLM/Bayern, LFK/Baden- Württemberg, LfM/ Nordrhein-Westfalen, LMK/Rheinland-Pfalz, LPR/Hessen, mabb/ Berlin-Brandenburg, MA HSH/Hamburg- Schleswig-Holstein und SLM/Sachsen (Hrsg.) durchgeführt von: Goldmedia, TNS Infratest und Guido Schneider, Berlin 2011

Weitere Literatur- und Informationsquellen, siehe dazu in den Kapiteln der elf Teilmärkte

6.5 Liste der aktuellen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte in Deutschland

Stand Juli 2012

Bundes- und Bundesländerberichte

Deutscher Bundestag:

Kultur- und Kreativwirtschaft, in: Kultur in Deutschland. Enquete-Kommission (2007), Schlussbericht. Deutscher Bundestag. Drucksache 16/7000, Berlin

Existenzgründung und Existenzsicherung für selbstständig und freiberuflich arbeitende Künstlerinnen und Künstler in Deutschland (2007), Forschungsgutachten, Auftraggeber: Enquete-Kommission Kultur in Deutschland

Kulturwirtschaft in Deutschland – Grundlagen, Probleme, Perspektiven (2006), Forschungsgutachten, Auftraggeber: Enquete-Kommission Kultur in Deutschland

Bundesregierung:

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. Forschungsbericht Nr. xxx, Kurzfassung, Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2012 (in Vorbereitung)

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009. Forschungsbericht Nr. 589, Kurzfassung, Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2010

Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009.

Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft. Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der "Kulturwirtschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Köln, Bremen, Berlin Hrsg.:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2009

Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.

Forschungsbericht Nr. 577, Kurzfassung des Forschungsgutachtens, Hrsg.:

Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2009

Kulturberufe. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995-2003. Studie im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) Bonn 2004

Executive Summary zur Kurzanalyse des kulturellen Beschäftigungsmarktes und

Künstlermarktes in Deutschland auf der Basis des UNESCO-Modells FCS (2012).

Auftraggeber: Deutsche UNESCO-Kommission, Bonn (Auswärtiges Amt)

Kultureller Beschäftigungsmarkt und Künstlerarbeitsmarkt (2012). Kulturstatistische Analyse zum Anhang des Staatenberichts. Studie im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission, Bonn (Auswärtiges Amt)

Wirtschaftsministerkonferenz der Länder:

- Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland(2011),

Auftraggeber: Ad-hoc-Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz

vertreten durch die Länder: Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein

- Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten (2009), Auftraggeber: Ad-hoc-Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz vertreten durch die Länder: Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein

Bundesländer:

Baden-Württemberg:

- Datenreport 2012 zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg. Eckdaten, Strukturen und Trends, Auftraggeber: Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, Stuttgart (in Vorbereitung)

- Datenreport 2010 zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg. Eckdaten, Strukturen und Trends, Auftraggeber: Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg, Stuttgart

Bayern:

Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht Bayern (2012), Auftraggeber: Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie, München (in Vorbereitung)

Berlin:

Kulturwirtschaft in Berlin - Entwicklungen und Potentiale (2008), Hrsg.: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, der regierende Bürgermeister von Berlin, Senatskanzlei
- Kulturelle Angelegenheiten, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Berlin

Brandenburg:

- Kultur- und Kreativwirtschaft in Brandenburg - Standortbestimmung und Ausblick 2008/2009, Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft und Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg Potsdam

- Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg (2007), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft und Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg Potsdam

Bremen:

Kulturwirtschaftsbericht für Bremen (2010), Mitteilung des Senats an die Bremische Bürgerschaft (Landtag), Bremen

Hamburg:

- Kreativwirtschaftsbericht 2012 der Freien und Hansestadt Hamburg, Auftraggeber: Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH (2012)
- Kulturwirtschaftsbericht für Hamburg. Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von künstlerisch-kreativen Leistungen in der Freien und Hansestadt Hamburg (2006), Auftraggeber: Stadt Hamburg, Kulturbehörde

Hessen:

- Datenreport 2012, Creative Industries / Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen (2012), Auftraggeber: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden
- Kulturwirtschaft in Hessen – Fortschreibung der wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen (2010), Hrsg.: HA Hessen Agentur, Werkstattbericht 67, Wiesbaden
- Dritter Kulturwirtschaftsbericht (2008), Hrsg.: Hessische Ministerien für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung sowie Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden

Mecklenburg-Vorpommern:

Erster Kulturwirtschaftsbericht (1997), Hrsg.: Wirtschaftsministerium des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Schwerin

Niedersachsen:

- Zweiter Kulturwirtschaftsbericht (2007), Hrsg.: Niedersächsische Ministerien für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr sowie Wissenschaft und Kultur, Hannover
- Kulturwirtschaft in Niedersachsen. Quantitativer Befund und Schlussfolgerungen für die wirtschaftspolitische Diskussion (2002), Hrsg.: Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung, Hannover

Nordrhein-Westfalen:

- Erarbeitung einer Expertise zur ökonomischen Bedeutung und den Potenzialen der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW (2012), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf (in Vorbereitung)
- Kultur- und Kreativwirtschaft, Ökonomische Impulse für Nordrhein-Westfalen (2009), Hrsg.: NRW.BANK, Düsseldorf
- Fünfter Kulturwirtschaftsbericht (2007), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf

Rheinland-Pfalz:

Land der Möglichkeiten. Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Rheinland-Pfalz (2010), Hrsg.: Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) e.V., Mainz

Saarland:

Kreativwirtschaftsbericht Saarland (2011), Auftraggeber: Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft, Saarbrücken

Sachsen:

Erster Kulturwirtschaftsbericht für den Freistaat Sachsen 2008, Hrsg.: Sächsische Staatsministerien für Wirtschaft und Arbeit sowie Wissenschaft und Kunst, Dresden

Sachsen-Anhalt:

Zweiter Kulturwirtschaftsbericht (2007), Hrsg.: Ministerien für Wirtschaft und Arbeit sowie Kultus des Landes Sachsen-Anhalt, Magdeburg

Schleswig-Holstein:

- Bericht über Entwicklung und Stand der Kulturwirtschaft (2010), Bericht der Landesregierung Schleswig- Holstein, Landtagsdrucksache 17/434; Kiel
- Erster Kulturwirtschaftsbericht (2004) Hrsg.: Staatskanzlei (Kulturabteilung), Landesregierung Schleswig- Holstein, Kiel

Thüringen:

- Potenzialanalyse für die Kreativwirtschaft in Thüringen (2011), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie, Erfurt
- Erster Kulturwirtschaftsbericht Thüringen (2008), Kulturwirtschaft und öffentlicher Kultursektor: Verflechtungen und Entwicklungspotenziale, Hrsg.: Thüringer Kultusministerium, Erfurt

Auswahl aktueller kommunaler/regionaler Kulturwirtschaftsberichte

Stand Juli 2012

Aachen:

- Kulturwirtschaft in Aachen. Potenziale einer Stadt (2007), Auftraggeber: GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen
- Kulturwirtschaft in Aachen. Erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt (2005), Auftraggeber: GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen

Bergisches Städtedreieck (Remscheid, Solingen, Wuppertal)

Kreativ- und Kulturwirtschaft im Bergischen Städtedreieck (2011), Auftraggeber: Bergische Entwicklungsagentur GmbH, Solingen

Bochum:

Kreativwirtschaft in Bochum – Zusammenfassung und Unternehmensportraits (2008), Auftraggeber: Stadt Bochum, Wirtschaftsförderung

Braunschweig:

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Braunschweig (2011), Auftraggeber: Stiftung NORD/LB ÖFFENTLICHE Braunschweig

Bremen:

Benchmark-Bericht (2008), Auftraggeber: Handelskammer Bremen, Industrie- und Handelskammer Bremerhaven, Bremen Marketing GmbH

Cottbus:

SWOT Analysis of Cultural and Creative Industries in Cottbus (2011), Auftraggeber: EGC Entwicklungsgesellschaft Cottbus mbH

Dortmund:

Masterplan Kreative Dortmund (2012), Auftraggeber: Stadt Dortmund, Wirtschaftsförderung Dortmund

Dresden:

Kultur- und Kreativwirtschaft (2011), Auftraggeber: Landeshauptstadt Dresden

Düsseldorf:

Kulturwirtschaft in Düsseldorf – Entwicklungen und Potenziale (2010), Auftraggeber: Landeshauptstadt Düsseldorf

Essen:

Standort Essen. Kreativwirtschaft (2009), Hrsg.: Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH

Frankfurt/Main:

- Branchenreport Kultur- und Kreativwirtschaft (2011), Hrsg.: Regionalverband FrankfurtRheinMain

- Perspektiven für die Kreativwirtschaft in FrankfurtRheinMain 2020 (2009), Hrsg.: Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main. Ergebnisse der dritten Zukunftsklausur des IHK-Forums Rhein-Main und der IHK Frankfurt am Main

- Kreativwirtschaftsbericht Frankfurt (2008), Auftraggeber: Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH

Göttingen:

Kulturwirtschaft in Göttingen (2011), Auftraggeber: Stadt Göttingen

Halle/Saale:

Studie Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft. Positionsbestimmung, Strategie- und Umsetzungsaktivitäten zur Netzwerk- und Clusterentwicklung – Handlungskonzept (2012), Auftraggeber: Saalekreis

Heidelberg:

Die Kreative Ökonomie in Heidelberg (2010), Auftraggeber: Stadt Heidelberg

Karlsruhe:

- Karlsruhe: Kultur und Wirtschaft in Stadt und Region. Kulturwirtschaftsbericht II (2007), Auftraggeber: Stadt Karlsruhe

- Potenzialanalyse Kreativpark Karlsruhe (2010), Auftraggeber: Stadt Karlsruhe

Kassel:

Benchmark-Report. Initiativen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Projekt Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel: Identifizierung und Förderung regionaler Entwicklungspotentiale (2010), Hrsg.: Universität Kassel, Fachgebiet Umwelt- und Verhaltensökonomik

Köln:

- Kulturwirtschaftsbericht Köln. Fortschreibung (2012), Auftraggeber: RheinEnergieStiftung

Kultur

- Kulturwirtschaftsbericht Köln (2007), Auftraggeber: RheinEnergieStiftung Kultur

Leipzig:

Medien- und Kreativstandort Leipzig. Eine Studie zur Leipziger Medien- und Kreativwirtschaft 2010 (2011), Auftraggeber: Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig, Sächsische Staatskanzlei und DREFA Media Holding GmbH

Magdeburg:

- Studie zu den wirtschaftlichen Potentialen der Kultur- und Kreativwirtschaft (voraussichtlich Sommer 2012), Auftraggeber: Dezernat für Wirtschaft der Landeshauptstadt Magdeburg

München:

- Grundlagenstudie Kultur- und Kreativwirtschaft (2012), Auftraggeber: AG Kultur in Kooperation mit der AG Wirtschaft, Europäische Metropolregion München (in Vorbereitung)
- München - Standortfaktor Kreativität (2007), Auftraggeber: Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft

Münster:

Räume der Kreativwirtschaft. Eine Standortanalyse am Beispiel der Stadt Münster (2010). Verfasser: Johannes Walsmüller, erschienen im VDM Verlag Dr. Müller

Niederrhein (Duisburg, Wesel, Kleve):

Kultur- und Kreativwirtschaft am Niederrhein (2012). Standorte-Branchen-Beschäftigte, Hrsg.: Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg

Nürnberg:

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Metropolregion Nürnberg (2010), Hrsg.: Europäische Metropolregion Nürnberg, Geschäftsstelle des Forums „Wirtschaft und Infrastruktur“ im Wirtschaftsreferat der Stadt Nürnberg, in Abstimmung mit: Geschäftsstelle des Forums „Kultur“ im Referat Kultur, Jugend und Freizeit der Stadt Erlangen

Offenbach:

Kreativwirtschaft in Offenbach. Gutachten im Auftrag der Stadt Offenbach am Main (2007), Auftraggeber: Stadt Offenbach

Ruhrgebiet:

- Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr (2010), Auftraggeber: Wirtschaftsförderung Metropole Ruhr GmbH
- Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet: eine vergleichende Analyse nach Stadttypen, Kurzstudie (2009), Auftraggeber: Regionalverband Ruhr

Stuttgart:

Creative Industries in Northwest Europe: Mapping Innovation Opportunities (2009), Auftraggeber: ECCE Innovation Partners Aachen, Birmingham, Cardiff, Doncaster, Dublin, Eindhoven, Nantes, Stuttgart

Trier:

Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Trier (2010), Auftraggeber: Stadt Trier

Wiesbaden und Rhein-Main-Region:

Kreativcluster in Wiesbaden und der Rhein-Main-Region. Analyse der regionalen

Wettbewerbsvorteile der Kreativwirtschaft mit drei Marktstudien zur Werbe- und Designwirtschaft, der Filmindustrie und dem Buchmarkt (2010), Auftraggeber: Landeshauptstadt Wiesbaden, Wirtschaftsförderung

6.6 Statistische Abgrenzung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Abgrenzung erfolgt nach der europäischen Wirtschaftszweigklassifikation NACE Rev.2. Sie wurde in Anlehnung an die verwandten Konzepte *2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics*, *ESSnet Culture Statistics* und *European Cluster Observatory* zur Kultur- und Kreativwirtschaft erstellt.

European Culture and Creative Industries Statistics - NACE Rev.2

NACE Rev.2 3 and 4-digit-code	Description
Service activities in the Culture and Creative Industries (CCI)	
58.1	Publishing of books, periodicals and other publishing activities
58.2	Software publishing
59.1	Motion picture, video and television programme activities
59.2	Sound recording and music publishing activities
60.1	Radio broadcasting
60.2	Television programming and broadcasting activities
62.01	Computer programming activities
63.12	Web portals
63.91	News agency activities
71.11	Architectural activities
73.1	Advertising
74.1	Specialised design activities
74.2	Photographic activities
74.3	Translation and interpretation activities
77.22	Renting of video tapes and disks
85.52	Cultural education
90.0	Creative, arts and entertainment activities
91.0	Libraries, archives, museums and other cultural activities
Retail sale activities in the CCI	
47.59*	Proportion: retail sale of musical instruments and scores in specialised stores
47.61	Retail sale of books in specialised stores
47.62	Retail sale of newspapers and stationery in specialised stores
47.63	Retail sale of music and video recordings in specialised stores
47.78*	Proportion: retail sale art, pictures, craftwork in specialised stores
47.79*	Proportion: retail sale of antique rugs and second-hand bookstores in stores
Arts and crafts activities in the CCI or related activities	
18.14	Binding and related services
32.1	Manufacture of jewellery and related articles
32.2	Manufacture of musical instruments

Notes: NACE Rev.2 = Statistical classification of economic activities in the European Community, 2008; *proportion of the class
Source: Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. / German Working Group on Cultural Statistics, Berlin/Cologne 2011

Die vorliegende europäisch orientierte Abgrenzung ist darum bemüht, die Komplexität der verschiedenen Abgrenzungsmodelle zu reduzieren und in eine vereinfachte Form zu überführen. Deshalb wurden viele 4-Steller-Codes in 3-Steller-Codes übertragen, damit auch europäische Staaten, die ihre Wirtschaftsstatistiken nur auf 3-Steller-Ebene abbilden können, eine vergleichende Analyse auf europäischer Ebene durchführen können. Sofern der Einzelhandel nicht in 4-Steller-Codes erfasst werden kann, gilt ersatzweise der 3-Steller Code 47.6. Die weitere Vereinfachung, mit dem Ziel eine vollständige Abbildung auf 3-Steller-Ebene für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu erreichen, wird zusammen mit europäischen und nationalen Experten aus verschiedenen Ländern bis zum Ende des Jahres 2012 angestrebt.