



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011

Langfassung

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Stand

Dezember 2012

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Redaktion

Michael Söndermann
Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011

Langfassung

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
1.1	Auftrag.....	5
1.2	Definition.....	5
2	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung im Überblick	11
2.1	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.....	11
2.2	Anteil an der Wertschöpfung.....	14
2.3	Erwerbstätige.....	16
2.4	Export.....	20
2.5	Unternehmenstypen.....	21
2.6	Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Automobilindustrie.....	24
2.7	Exkurs: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	25
3	Strukturen und Trends der elf Teilmärkte	27
3.1	Musikwirtschaft.....	27
3.2	Buchmarkt.....	31
3.3	Kunstmarkt.....	34
3.4	Filmwirtschaft.....	37
3.5	Rundfunkwirtschaft.....	40
3.6	Markt für darstellende Künste.....	43
3.7	Designwirtschaft.....	46
3.8	Architekturmarkt.....	49
3.9	Pressemarkt.....	52
3.10	Werbemarkt.....	55
3.11	Software-/Games-Industrie.....	57
4	Spezialthema Kulturhandwerk	60
5	Abschließende Bewertung	63
5.1	Zusammenfassung der empirischen Befunde.....	63
5.2	Besonderer Fokus: Selbständige Künstler/-innen.....	67
5.3	Besonderer Fokus: Kultursektor.....	69
5.4	Zukünftige Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	72
6	Anhang	73
6.1	Methodische Hinweise.....	73
6.2	Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.....	75
6.3	Statistische Daten.....	78
6.4	Literaturliste.....	93
6.5	Liste der aktuellen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte in Deutschland.....	94

Abbildungen

Abbildung 1.1:	Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	6
Abbildung 1.2:	Binnensegmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	9
Abbildung 2.1:	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2009 – 2011.....	13
Abbildung 2.2:	Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2009 – 2010	15
Abbildung 2.3:	Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich 2010.....	17
Abbildung 2.4:	Struktur der Erwerbstätigen insgesamt in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 – 2011.....	18
Abbildung 2.5:	Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011	19
Abbildung 2.6:	Export in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010.....	21
Abbildung 2.7:	Unternehmenstypologie nach offizieller EU-Definition.....	22
Abbildung 2.8:	Kultur- und Kreativwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen 2010.....	22
Abbildung 2.9:	Unternehmensgrößen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf statistischen Teilgruppen 2010.....	23
Abbildung 2.10:	Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010.....	24
Abbildung 2.11:	Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Automobilindustrie 2010.....	24
Abbildung 2.12:	Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 Gliederung nach statistischen Teilgruppen.....	25
Abbildung 2.13:	Entwicklung der freiberuflichen Künstler/-innen in der Künstlersozialkasse 2000 – 2011	26
Abbildung 3.1:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Musikwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011.....	28
Abbildung 3.2:	Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Musikwirtschaft 2010.....	29
Abbildung 3.3:	Entwicklung der Musikwirtschaft 2009 – 2011	30
Abbildung 3.4:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Buchmarkt nach Wirtschaftszweigen 2011....	31
Abbildung 3.5:	Unternehmenstypen nach Größenklassen im Buchmarkt 2010.....	32
Abbildung 3.6:	Entwicklung des Buchmarktes 2009 – 2011.....	33
Abbildung 3.7:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Kunstmarkt nach Wirtschaftszweigen 2011 ..	35
Abbildung 3.8:	Unternehmenstypen nach Größenklassen im Kunstmarkt 2010	35
Abbildung 3.9:	Entwicklung des Kunstmarktes 2009 – 2011	36
Abbildung 3.10:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Filmwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011.....	37
Abbildung 3.11:	Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Filmwirtschaft 2010	38
Abbildung 3.12:	Entwicklung der Filmwirtschaft 2009 – 2011.....	39
Abbildung 3.13:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Rundfunkwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011.....	40
Abbildung 3.14:	Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Rundfunkwirtschaft 2010.....	41
Abbildung 3.15:	Entwicklung der Rundfunkwirtschaft 2009 – 2011.....	42
Abbildung 3.16:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Markt für darstellende Künste nach Wirtschaftszweigen 2011.....	43
Abbildung 3.17:	Unternehmenstypen nach Größenklassen im Markt für darstellende Künste 2010.....	44
Abbildung 3.18:	Entwicklung des Marktes für darstellende Künste 2009 – 2011.....	45
Abbildung 3.19:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Designwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011.....	46
Abbildung 3.20:	Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Designwirtschaft 2010	47
Abbildung 3.21:	Entwicklung der Designwirtschaft 2009 – 2011.....	48
Abbildung 3.22:	Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Architekturmarkt nach Wirtschaftszweigen 2011.....	49

Abbildung 3.23: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Architekturmarkt 2010	50
Abbildung 3.24: Entwicklung des Architekturmarktes 2009 – 2011	51
Abbildung 3.25: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Pressemarkt nach Wirtschaftszweigen 2011	52
Abbildung 3.26: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Pressemarkt 2010.....	53
Abbildung 3.27: Entwicklung des Pressemarktes 2009 – 2011	54
Abbildung 3.28: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Werbemarkt nach Wirtschaftszweigen 2011	55
Abbildung 3.29: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Werbemarkt 2010	56
Abbildung 3.30: Entwicklung des Werbemarktes 2009 – 2011	56
Abbildung 3.31: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Software-/Games-Industrie nach Wirtschaftszweigen 2011	57
Abbildung 3.32: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Software-/Games-Industrie 2010.....	58
Abbildung 3.33: Entwicklung der Software-/Games-Industries 2009 – 2011	59
Abbildung 4.1: Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010.....	61
Abbildung 5.1: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009 – 2011.....	63
Abbildung 5.2: Entwicklung der Erwerbstätigkeit in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009 – 2011.....	64
Abbildung 5.3: Entwicklung der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009 – 2011.....	65
Abbildung 5.4: Entwicklung der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft.....	66
Abbildung 5.5: Selbständige Künstler/Schriftsteller/-innen einschließlich Journalisten/-innen u. ä. 2010.....	68
Abbildung 5.6: Verteilung der selbständigen Künstler/-innen nach Umsatzgrößenklassen 2010.....	69
Abbildung 5.7: Erwerbstätige im Kultursektor nach den Domänen 2010.....	71
Abbildung 5.8: Struktur der Erwerbstätigkeit des Kultursektors nach Stellung im Beruf 2010	71

1 Einleitung

1.1 Auftrag

Im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft wird regelmäßig 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 2011 erfolgt die Aktualisierung des Monitoringberichtes 2010¹. 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 folgende 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, 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 Unternehmen einerseits und nicht-marktwirtschaftlichen Unternehmen andererseits ist aus ordnungs- und steuerpolitischen 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.

1 Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2011): Monitoringbericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010, Kurzfassung Berlin.

Branchenorientierung

Ebenfalls hat die Wirtschaftsministerkonferenz 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 so genannte Kreativbranchen mit einbezogen. Mit diesen elf Teilbranchen ist das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt abgegrenzt.

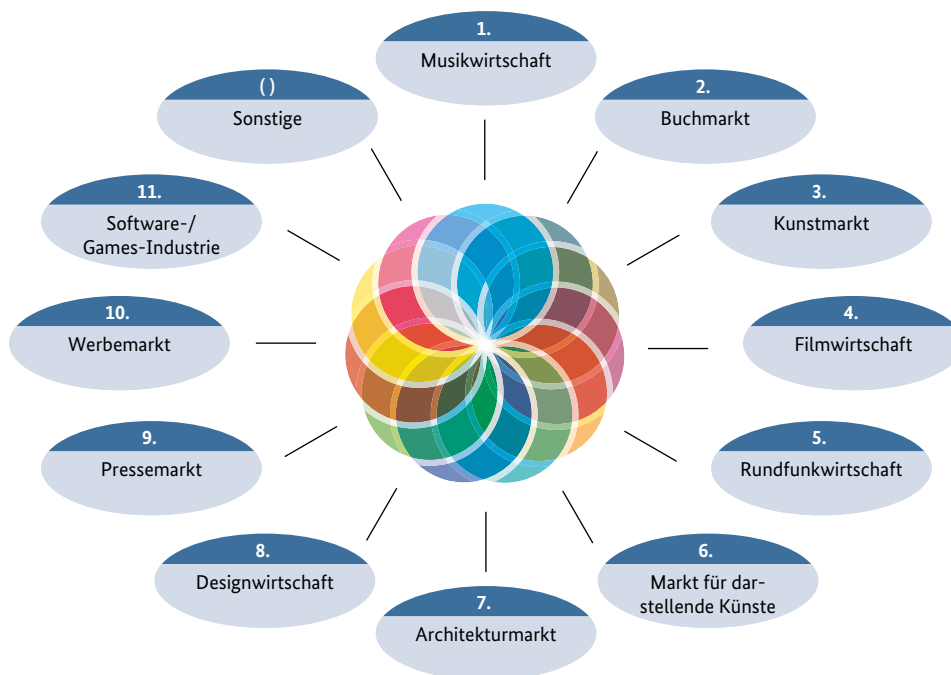
Die Wirtschaftsministerkonferenz hat sich damit für eine branchengegliederte oder teilmarktbezogene Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgesprochen. Diese

Branchengliederung stellt die in der Kultur- und Kreativwirtschaftsforschung² am weitesten verbreitete Form der Erfassung des Wirtschaftsfeldes dar.

Es gibt jedoch auch alternative Ansätze zur Strukturierung des Wirtschaftsfeldes, wie den britisch-australischen Ansatz³, der 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 zu den Creative Industries eine starke Heterogenität der Zuordnung von Teilbranchen fest und

Abbildung 1.1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

- 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.

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.

Gegen die Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten wird mitunter 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? Nun verfügt der Branchenkomplex Kultur- und Kreativwirtschaft tatsächlich über wirtschaftliche Felder und Teilmärkte, die sowohl miteinander verbunden sind als auch unverbunden nebeneinander existieren können. Darüber hinaus wird die Einbeziehung einzelner Teilmärkte, wie die Software-/Games-Industrie gelegentlich kritisch gesehen, da sie wohl überwiegend durch Software- und weniger durch Games-Aktivitäten geprägt sei (Flögel et al. 2011)⁵.

Diese konzeptionell strukturellen Definitionsdefizite teilt die Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen verwandten Branchenkomplexen. So listet beispielsweise die Medienwirtschaft ebenfalls elektronische Medien und Printmedien der unterschiedlichsten Art auf, ohne dass diese in stringenter Weise wirtschaftlich miteinander 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, das 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 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 beispielsweise bei den Begriffen der „Kreativen Klasse“ oder der „Kreativen Ökonomie“.

5 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.

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

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 die vorwiegend technologisch-orientierten 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 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 anschiebt, 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/der 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 berufsklassifikatorisch 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 Beziehung zu seinen Verwertern steht.

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

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

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

Als Beispiel sei das konstruierte Bild des Bildenden Künstlers und der Künstlerin beschrieben, das alle genannten Aspekte vereint: Der Bildende Künstler und die Künstlerin ist Schöpfer seines/ihrer Werkes, arbeitet in seinem/ihrer 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.

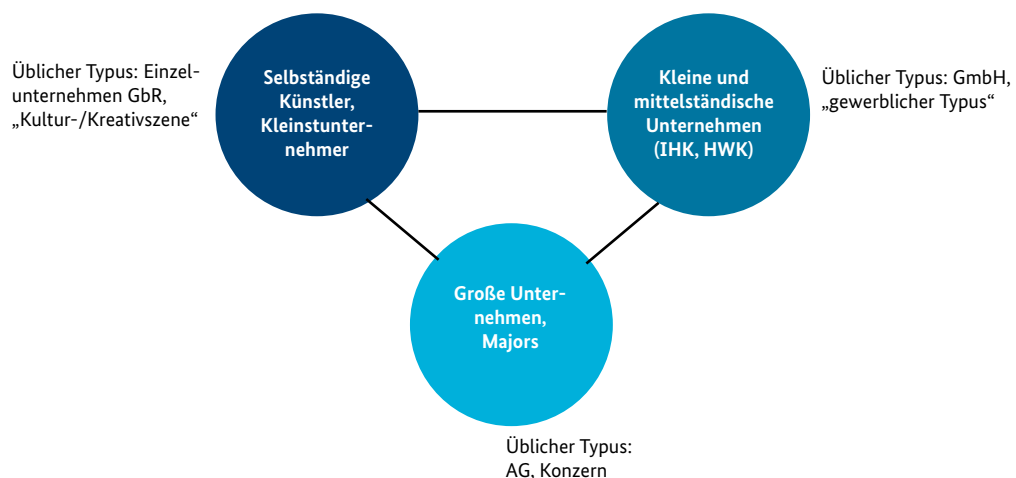
Binnensegmentierung

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 kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie die Großunternehmen.

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.

Abbildung 1.2: Binnensegmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Relevante Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: In Anlehnung an Kulturwirtschaftsbericht Köln⁹

Typus Kleine und mittelständische Unternehmen:

Die kleinen 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 kleinen 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 kleine 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

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. Bei den Datenangaben für das Jahr 2011 handelt es sich um Schätzungen, da die Umsatzsteuerstatistik 2011 erst nach Redaktionsschluss zum Frühjahr 2013 vorliegen wird. Die Schätzungen wurden aus der Konjunkturstatistik 2011¹¹ abgeleitet, mit der Beschäftigtenstatistik 2011 abgeglichen und im Vergleich der Vorjahre geprüft.

Die statistischen Daten zu den Jahren 2009, 2010 und 2011 aus der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit (BA) gelten als so genannte 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 2011 existieren in der Kultur- und Kreativwirtschaft schätzungsweise knapp 244.000 Unternehmen. Sie erzielen zusammen ein Umsatzvolumen von schätzungsweise

mehr als 143 Milliarden Euro und bieten knapp 740.000 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 2011 schätzungsweise einen Beitrag in Höhe von 62,7 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung.

Die prozentualen Anteilswerte

Gemessen an der Gesamtwirtschaft erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 bei den Unternehmen einen Anteil von knapp 7,5 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 im Jahr 2011 schätzungsweise bei 2,4 Prozent.

Alle Beschäftigungs- und Erwerbstätigendaten enthalten einen so genannten Kernbestand der Erwerbstätigkeit, soweit diese sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze umfasst oder Freiberufler bzw. selbständige Unternehmer, die als Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft bei den Steuerbehörden 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 aktuellen Jahresvergleich 2010 zu 2011 steigt die Zahl der Selbständigen und Unternehmen schätzungsweise um rund 2 Prozent an. Die Unternehmenslandschaft entwickelt sich damit wieder deutlich besser als noch im Vorjahresvergleich 2009/2010. Damals konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem Zuwachs von 0,4 Prozent ihr Unternehmensniveau lediglich minimal steigern.

11 Destatis (2012): Konjunkturstatistik im Dienstleistungsbereich, Wiesbaden; Monatsstatistik im Einzelhandel und im Kfz-Handel; Monatsbericht im Verarbeitenden Gewerbe.

- Die Umsatzentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft wird voraussichtlich mit einem Zuwachswert von 4,4 Prozent im Jahr 2011 gegenüber dem Vorjahr ein überdurchschnittliches Wachstum erzielen. Dieser sehr gute Umsatzzuwachs der Kultur- und Kreativwirtschaft wurde auf der Basis der Konjunkturstatistik ermittelt. Er spiegelt eine ansteigende konjunkturelle Aufwärtsentwicklung wider, die bereits im Vorjahresvergleich 2009/2010 mit einem Umsatzzuwachs von 2,2 Prozent eingesetzt hatte. Die Kultur- und Kreativwirtschaft konnte nach dem Krisenjahr 2009 offensichtlich im Gefolge der allgemeinen Konjunkturentwicklung ihr wirtschaftliche Leistungsfähigkeit wieder auf- und ausbauen.
- Die starke wirtschaftliche Entwicklung hat sich in der Folge im Erwerbstätigenmarkt positiv niedergeschlagen. Im Jahr 2011 steigt die Zahl der Erwerbstätigen erstmals nach der Krise wieder an und erreicht eine Wachstumsrate von 2,5 Prozent, während sie in der vorherigen Vergleichsperiode 2009/2010 noch um 0,2 Prozent geschrumpft war.

Die Gründe für die positive Entwicklung im Erwerbstätigenmarkt liegen zum einen am starken Zuwachs der abhängig Beschäftigten. So ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2011 gegenüber 2010 um 2,7 Prozent gestiegen. Zum anderen steigt ebenso die Zahl der Unternehmen, so dass der Erwerbstätigenmarkt wieder zu einem stabilen Faktor in der Kultur- und Kreativwirtschaft werden kann. Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann sich somit wieder dem allgemeinen wirtschaftlichen Wachstumstrend anschließen.

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 2011 bei 587.000 Euro und erreicht damit lediglich ein Drittel des Umsatzwertes eines durchschnittlichen Unternehmens in der Gesamtwirtschaft.

Im Vergleich zum Umsatzwert je Kultur- oder Kreativunternehmen des Vorjahres (2010 waren es 573.000 Euro) ist der Wert hingegen angestiegen, da der Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleichszeitraum noch stärker gestiegen ist, als die Zahl der Unternehmen. Somit konnte das Leistungsvermögen

der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2011 gegenüber 2010 gesteigert werden.

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. Der Anteil der Selbständigen an allen Erwerbstätigen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt bei 25 Prozent.

Abbildung 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009 und 2011

Kategorie	2009	2010	2011*	Veränderung in % 2011*/2010
Statistischer Kernbestand				
Anzahl Unternehmen in Tausend¹				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	238	240	244	2,0 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,6 %	7,6 %	7,5 %	-
Umsatz in Milliarden Euro				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	134,3	137,3	143,4	4,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,7 %	2,6 %	2,6 %	-
Anzahl Beschäftigte in Tausend (svB)²				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	723	720	740	2,7 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,6 %	2,6 %	2,6 %	-
Anzahl Erwerbstätige in Tausend³				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	962	960	984	2,5 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,2 %	3,1 %	3,1 %	-
Statistische Schätzungen				
Anzahl geringfügig Tätige in Tausend⁴				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	194	209	225	7,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	18,0 %	19,1 %	19,9 %	-
Anzahl geringfügig Beschäftigte in Tausend⁵				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	510	504,6	486,1	-3,7 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,1 %	6,9 %	4,0 %	-
Anzahl geringfügig Erwerbstätige in Tausend⁵				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	704	714	711	-0,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,2 %	6,2 %	6,0 %	-
Statistischer Kernbestand und Schätzungen				
Anzahl Erwerbstätige total in Tausend⁶				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	1.666	1.674	1.695	1,3 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,3 %	4,3 %	4,3 %	-
Bruttowertschöpfung in Milliarden Euro⁷				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	61,5	61,4	62,7	2,2 %
- Anteil KKW am BIP	2,6 %	2,5 %	2,4 %	-
- Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.374,5	2.496,2	2.592,6	3,9 %
Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft				
Umsatz je Unternehmen in Tausend Euro	563	573	587	2,4 %
Umsatz je Beschäftigter in Tausend Euro	186	191	194	1,7 %
Umsatz je Erwerbstätiger in Tausend Euro	140	143	146	1,8 %
Beschäftigte je Unternehmen	3,0	3,0	3,0	0,7 %
Erwerbstätige je Unternehmen	4,0	4,0	4,0	0,5 %
BWS je Erwerbstätiger in Tausend Euro	63,9	63,9	63,7	-0,3 %
Anteil Selbständige an Erwerbstätige in % (Kernbestand)	25	25	25	-

Hinweise: *Schätzungen und vorläufige Angaben. Schätzungen 2011 basieren auf den Entwicklungsraten der Vorjahre, der Konjunkturstatistik 2012 und der Beschäftigtenstatistik 2012.

1 Steuerpflichtige Unternehmer/-innen mit 17.500 Euro 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 Euro Jahresumsatz auf Basis Mikrozensus). Wegen Datenkorrektur gegenüber Monitoring 2010 steigen die geschätzten Anteilswerte von jeweils rund 5 % auf rund 19 %.

5 Zusätzlich statistisch nachweisbare geringfügig Beschäftigte und auf Basis Mikrozensus.

6 Erwerbstätige total umfasst sämtliche Selbständige und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Beschäftigte und Tätige auf Basis Mikrozensus.

7 Bruttowertschöpfung 2009 und 2010 basiert auf aktualisierten Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und umfasst nur Mindestangaben (VGR, Stand: Oktober 2012, WZ-Auswahl: 58-60, 73, 90-92, ohne 62, 71, 74); Bruttowertschöpfung für die Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 Schätzung.

Quelle: Destatis 2012; Bundesagentur für Arbeit 2012; 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 heterogenen 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 vor 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.

Im Jahr 2009 erwirtschaftet die bundesweite Kultur- und Kreativwirtschaft nach dieser Abgrenzung eine Bruttowertschöpfung von schätzungsweise 61,5 Milliarden Euro.¹² Im Folgejahr 2010 wird erstmals kein Anstieg, sondern eine Stagnation bzw. ein minimaler Rückgang ausgewiesen. Die Bruttowertschöpfung liegt nunmehr bei 61,4 Milliarden Euro. Während das Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2010 gegenüber 2009 mit 5,1 Prozent überdurchschnittlich gestiegen ist, hat die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft hingegen stagniert und in der Folge ist damit auch der Anteilswert der Kultur- und Kreativwirtschaft gesunken. So erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2010 einen Anteil an der bundesweiten Wertschöpfung von lediglich 2,5 Prozent (nach Vorjahresberechnung lag er bei 2,6 Prozent).

Mit Blick auf die Binnenergebnisse der ausgewählten Gruppen soll eine erste Erklärung für die Stagnation versucht werden:

- Nach den neuen VGR-Angaben erzielt das Verlagsgewerbe im Jahr 2010 eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 17,5 Milliarden Euro und schrumpft damit gegenüber dem Jahr 2009 mit 18,0 Milliarden Euro um 3,0 Prozent. Während die Buch- und Presseverlage Verluste zu verzeichnen haben, können die Software- und Gamesverlage sich vom Negativtrend abkoppeln und zulegen.
- Die Musik-, Film- und Rundfunkwirtschaftsgruppen erzielen zusammen eine Wertschöpfung von 11,7 Milliarden Euro in 2010. Das sind 0,1 Milliarden Euro weniger und entspricht einem Rückgang von 0,8 Prozent gegenüber dem Jahr 2009. Auch entwickeln sich einzelne Teilgruppen auseinander, während die Filmwirtschaft und die Rundfunkwirtschaft positive Raten erzielen, muss die Musikwirtschaft mit Negativraten zurechtkommen.
- Die Werbung (zusammen mit Marktforschung) erreicht nach dem starken Einbruch des Jahres 2009 erstmals wieder eine nennenswerte Steigerung mit rund 12,3 Milliarden Euro Wertschöpfung im Jahr 2010. Das sind 0,2 Milliarden Euro oder 1,5 Prozent mehr als im Vorjahr.
- Die Gruppe Kunst und Kultur erreicht im Jahr 2010 inklusive des ihr zugeordneten Segmentes Glücksspiel 19,9 Milliarden Euro, was einem Zuwachs von 0,3 Milliarden Euro oder 1,7 Prozent gegenüber dem Jahr 2009¹³ entspricht. Der reine Kunst- und Kulturbetrieb macht dabei nach Schätzungen knapp 7 Milliarden Euro aus.
- Ein Teil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Branchen (u. a. IT- und Informationsdienstleister, Architektur-, Ingenieur- und Designbüros) werden in den aufgeführten Gruppen Verlagsgewerbe bis Werbung erfasst bzw. konnten noch nicht in diese Auswertung einbezogen werden.

Insgesamt haben sich innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft divergierende Entwicklungen im Jahr 2010 vollzogen. Im Endergebnis führt dies für die

12 Gegenüber dem Monitoringbericht 2010 wurde der Wertschöpfungsbeitrag des Jahres 2009 in Höhe von 62,7 Milliarden Euro damit um 1,2 Milliarden nach den neuen VGR-Daten reduziert, siehe BMWI (Hrsg.): Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010, Berlin 2012.

13 Der Wertschöpfungsbeitrag für die Gruppe Kunst und Kultur wurde vom Statistischen Bundesamt für das Jahr 2009 von 20,1 Milliarden Euro auf 19,6 Milliarden Euro korrigiert.

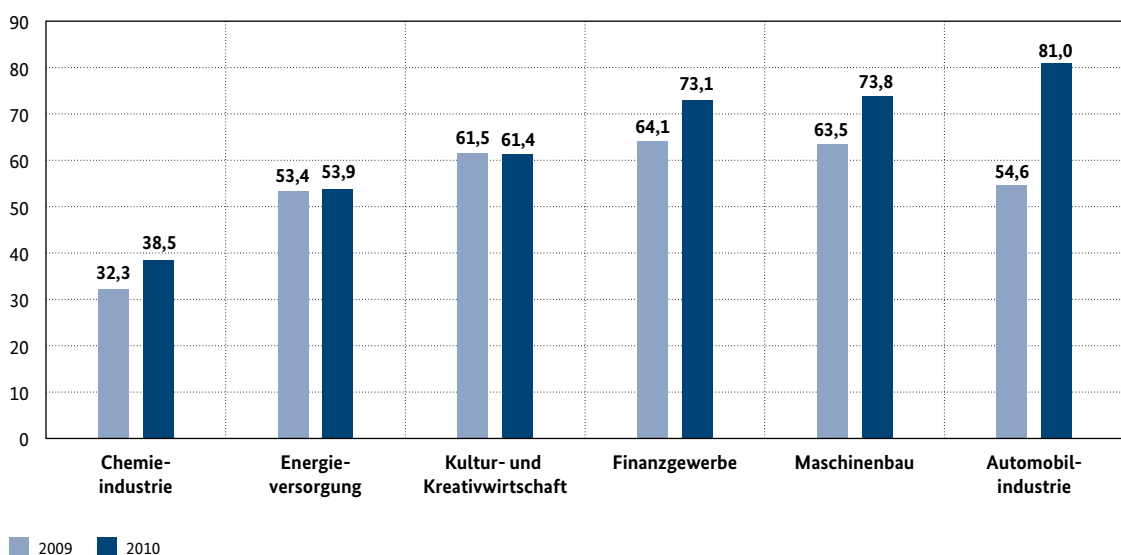
Branche zu einem stabilen Gesamtbild. Im folgenden Vergleich mit anderen Wirtschaftsbranchen wird deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft zwar nicht mit der Dynamik der Gesamtwirtschaft und der spezifischen Branchenauswahl mithalten kann, dennoch bleibt die Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihrem Wertschöpfungsanteil nach wie vor ein gleichwertiger Branchenkomplex – v. a. auf Bundesebene – im Vergleich der großen klassischen Industrien.

Vergleicht man den Beitrag der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft in der obigen Definition zur Wertschöpfung im Jahr 2010 mit wichtigen deutschen Wirtschaftsbranchen, wird die starke Stellung der Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar. Die chemische Industrie¹⁴ liegt bei nunmehr 38,5 Milliarden Euro Wertschöpfung und mit einem Anteil von 1,5 Prozent am Bruttoinlandsprodukt deutlich hinter der Energieversorgung, die in Absolutwerten 53,9 Milliarden Wertschöpfung erzielt und einen Anteil von 2,2 Prozent am BIP erreicht. Darüber liegt die Kultur- und Kreativwirt-

schaft mit einem Wertschöpfungsbeitrag von 61,4 Milliarden Euro und damit bei 2,5 Prozent Anteil am BIP. Die folgenden drei Wirtschaftsbranchen Finanzgewerbe, Maschinenbau und Automobilindustrie können ihren Wertschöpfungsbeitrag im Jahr 2010 deutlich bis überdurchschnittlich steigern und erreichen Wertschöpfungsbeiträge von 73,1 bis 81,0 Milliarden Euro. Ihre Anteile am BIP liegen bei rund 3 Prozent oder mehr. Insbesondere die Automobilindustrie hat die wirtschaftliche Krise mit einer starken Wachstumsdynamik überwunden. Allein im Jahr 2010 steigt die Wertschöpfung der Automobilindustrie gegenüber 2009 um weit überdurchschnittliche 48,2 Prozent. Dies ist vor allem durch den starken Anstieg des Exports in die asiatischen Märkte bedingt. Zusätzlich konnte die Automobilindustrie bereits im ersten Jahr nach der Krise 2009 wieder eine „Normalisierung“ der wirtschaftlichen Entwicklung einleiten.

Nach den vorliegenden Erfahrungen aus dem Krisenjahr 2009, war die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht

Abbildung 2.2: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2009–2010
(in Mrd. Euro)



Hinweise: Die Schätzungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf den Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung; Automobilindustrie einschließlich sonstiger Fahrzeugbau; Angaben zum Jahr 2009 nach neuen VGR-Angaben korrigiert; Beträge in jeweiligen Preisen.
Quelle: Destatis, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Detailergebnisse 2011, Sept. 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

14 Nach neuer Abgrenzung ohne Pharmazie und deshalb mit deutlich geringerem Wertschöpfungsvolumen.

vergleichbar starken Schwankungen ausgesetzt, wie der Industriesektor. In der Folge konnte sie allerdings nicht mit der rasanten Wachstumsdynamik der Industriebranchen mithalten. Die geringen Wachstumsschwankungen sind andererseits auch als positive Zeichen für die relative Stabilität der Kultur- und Kreativwirtschaft zu betrachten.

Insgesamt reagiert die Kultur- und Kreativwirtschaft meist in einem verzögerten Rhythmus auf die allgemeine konjunkturelle Entwicklung. Da sowohl die Beschäftigung als auch die Umsatzvolumina im Jahr 2011 voraussichtlich wieder stärker zunehmen werden, ist auch mit einer Zunahme der Wertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu rechnen.

2.3 Erwerbstätige

Die Zahl der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht im Jahr 2010¹⁵ einen Umfang von 960.000 Personen. Rund 25 Prozent der Erwerbstätigen zählen zu den Selbständigen, während die restlichen 75 Prozent mit 720.000 Personen die Gruppe der abhängig Beschäftigten bilden. Insgesamt erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft damit einen Anteil von 3,1 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 rund 714.000 Selbständigen und Beschäftigungsfällen) werden an dieser Stelle ausgeklammert, da dazu ein Branchenvergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit den klassischen Wirtschaftsbranchen vorgestellt werden soll.

Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich

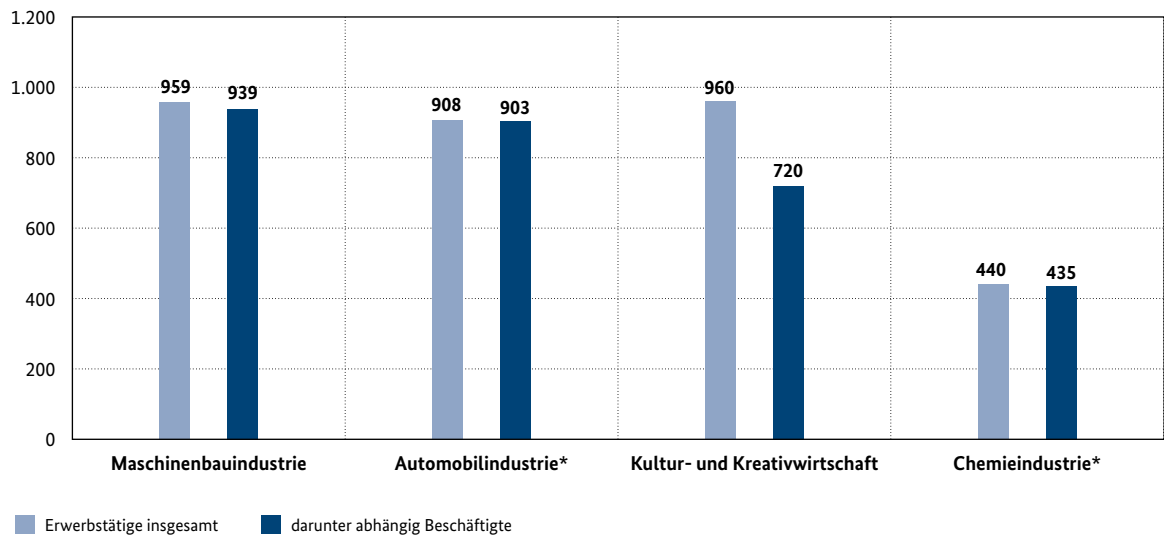
Wichtige Wirtschaftsbranchen wie der Maschinenbau, die Automobilindustrie oder die chemische Industrie zeichnen sich durch einen hohen Anteil an Vollerwerbsarbeitsplätzen aus. Deshalb werden nur solche Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft einbezogen, die entweder in Vollzeit arbeiten, oder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

Der Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt mit rund 720.000 abhängig Beschäftigten fast auf gleicher Höhe mit dem Vergleichsmarkt der Automobilindustrie, der 770.000 abhängig Beschäftigte umfasst. Im Unterschied zu früheren Darstellungen wurden erstmals auch die Beschäftigten im so genannten sonstigen Fahrzeugbau mit rund 133.000 Beschäftigten der Automobilindustrie zugerechnet. Die in der Abbildung ausgewiesene Zahl von insgesamt 903.000 abhängig Beschäftigten weist die Gesamtzahl der Automobilindustrie einschließlich des sonstigen Fahrzeugbaus aus.

Die weiteren Branchenmärkte, der Maschinenbau, der 939.000 abhängig Beschäftigte umfasst, liegt mit einem Viertel über dem Niveau der Kultur- und Kreativwirtschaft, die chemische Industrie hingegen liegt mit mehr als einem Viertel unter dem Niveau der Kultur- und Kreativwirtschaft.

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. Mehr als 5.000 Selbständige in der Automobilindustrie (einschließlich sonstiger Fahrzeugbau) und rund 5.000 Selbständige in der chemischen Industrie bilden nur einen Bruchteil des Anteils der Kultur- und Kreativwirtschaft, die mit mehr als 239.000 Selbständigen einen überdurchschnittlichen Anteil der Erwerbstätigen ausmachen. Lediglich die Maschinenbauer verfügen mit etwas mehr als 20.000 Selbständigen über ein gewisses quantitatives Kontingent.

15 Die Darstellung der Erwerbstätigen bezieht sich in diesem Abschnitt abweichend auf das Jahr 2010, da die Vergleichsdaten der klassischen Wirtschaftsbranchen Maschinenbau etc. für das Jahr 2011 zum Redaktionsschluss noch nicht vorlagen.

Abbildung 2.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich 2010 (in Tausend)

Hinweise: Erwerbstätige = Selbständige nach der Umsatzsteuerstatistik (ab 17.500 Euro Jahresumsatz) und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (ohne geringfügig Beschäftigte) nach Beschäftigtenstatistik; *Automobilindustrie einschließlich sonstiger Fahrzeugbau; *Chemieindustrie einschließlich Pharmazie.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bekanntlich 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 2010 auf 770.000 abhängig Beschäftigte. Die Automobilindustrie hat demnach mehr als 40.000 abhängig Beschäftigte in diesem Zeitraum verloren. Die Kultur- und Kreativwirtschaft musste nach neuer Zählung (WZ-2008) ebenfalls mit einem Beschäftigungsverlust zurechtkommen. So verloren rund 11.000 abhängig Beschäftigte zwischen den Jahren 2008 und 2010 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 2010–2011

	Kultur- und Kreativwirtschaft			
	Anzahl 2010	%-Anteil 2010	Anzahl 2011*	%-Anteil 2011*
Kernbestand				
Erwerbstätige				
I. Freiberufler und Selbständige (ab 17.500 Euro Jahresumsatz) ¹	239.534	14,3	244.324	14,4
II. Abhängig Beschäftigte (sozialversicherungspflichtig) ²	720.402	43,0	739.841	43,6
Erwerbstätige ohne geringfügig Beschäftigte	959.936	57,4	984.166	58,1
Zusätzlich geringfügig Erwerbstätige				
III. geringfügig Tätige ³	209.176	12,5	224.676	13,3
IV. geringfügig Beschäftigte ⁴	504.618	30,1	486.110	28,7
geringfügig Erwerbstätige	713.794	42,6	710.785	41,9
I. – IV. Insgesamt	1.673.730	100,0	1.694.951	100,0

Hinweise: *Schätzungen und vorläufige Angaben.

1 Angaben nach Umsatzsteuerstatistik.

2 Angaben nach Beschäftigtenstatistik.

3 Schätzung nach Mikrozensus.

4 Angaben nach Statistik der geringfügig Beschäftigten einschließlich im Nebenjob Beschäftigte und Schätzungen nach Mikrozensus.

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

Der Kernbereich des Erwerbstätigenmarktes der Kultur- und Kreativwirtschaft ist im Jahr 2011 weiter gestiegen und umfasst mit 984.200 Erwerbstätigen fast 25.000 mehr als im Vorjahr 2010. Der größere Zuwachs ist durch die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von rund 20.000 Beschäftigten zu verzeichnen, während die Selbständigen mit einem Zuwachs von schätzungsweise 5.000 Freiberuflern und Unternehmen ebenfalls einen nennenswerten Anteil einnehmen.

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 2011 nach den Angaben der Bundesagentur für Arbeit rund 292.000 Personen. Hier handelt es sich ausschließlich um geringfügig Beschäftigte und im Nebenjob Beschäftigte. Zusätzlich lassen sich aus der Mikrozensushebung nach neuer Zählung (WZ-2008) weitere Beschäftigungsgruppen ermitteln, die rund 194.000

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. Zusammen sind damit schätzungsweise rund 486.000 geringfügig Beschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig.

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 können. Demnach waren im Jahr 2011 mindestens rund 225.000 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 2011 ermittelt werden.

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

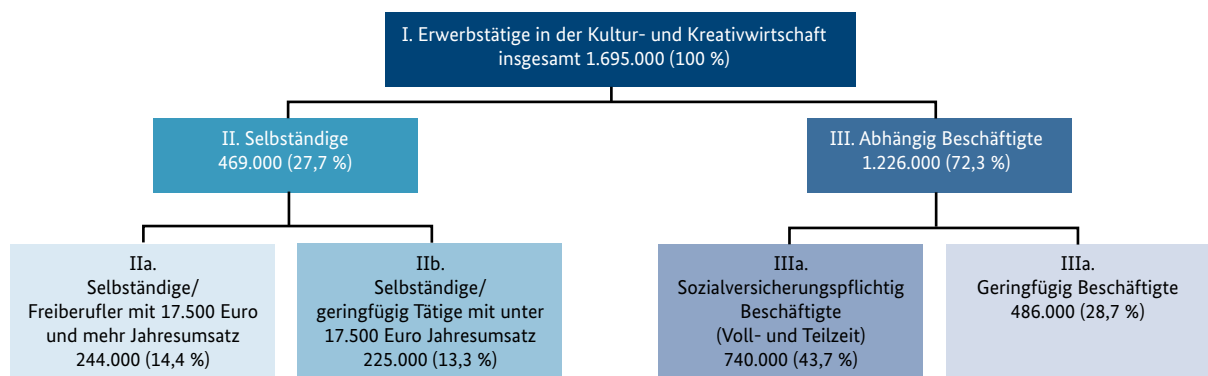
Im Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 arbeiten rund 14 Prozent (244.300 Personen) aller Erwerbstätigen als Selbständige. Nimmt man das Kontingent der geringfügig Tätigen, die nach dem Mikrozensus mindestens rund 13 Prozent (225.000 Personen) in der Kultur- und Kreativwirtschaft ausmachen, hinzu, steigt der Anteil der Selbständigen auf knapp 28 Prozent an allen Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der Vergleich zur Struktur der Gesamtwirtschaft ergibt folgende Anteilswerte: 8 Prozent aller Erwerbstätigen (3,16 Millionen Personen) sind im vergleichbaren Kernbereich als Selbständige tätig. Hinzu kommen rund 3 Prozent (1,09 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 knapp 44 Prozent (740.000 Personen), während der entsprechende Anteil in der Gesamtwirtschaft knapp 71 Prozent ausmacht (27,7 Millionen Personen). Somit ist der Beschäftigtenanteil an so genannten 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 knapp 28,7 Prozent (486.000 Personen) geringfügig Beschäftigte. Demgegenüber erreicht die vergleichbare Gruppe in der Gesamtwirtschaft ein Anteil von 18 Prozent (7 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 2011*



Hinweise: *alle Daten geschätzt bzw. vorläufig. 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 2012; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2012; 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 2010¹⁶ einen Gesamtumsatz von 141,1 Milliarden Euro¹⁷ und einen exportrelevanten Umsatz von 7,7 Milliarden Euro. Das entspricht einer Exportquote von 5 Prozent.

In Abweichung zu früheren Auswertungen (nach alter WZ-Abgrenzung) liegen nach neuer WZ-Abgrenzung die Games-/Softwareverlage mit dem höchsten Exportanteil wiederum an der Spitze der Wirtschaftszweige. Mit 57 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 43 Prozent, gefolgt von der Schmuckherstellung etc. mit 24 Prozent und der Tonträgerindustrie einschließlich der Musikverlage mit 22 Prozent.

Die bisherige Bewertung, wonach 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 bis 6 Prozent.

Am Ende der Rangfolge liegen die Werbebüros, 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.

¹⁶ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

¹⁷ Gesamtwert der Kultur- und Kreativwirtschaft ist wegen Wirtschaftsgruppen-Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) beim Umsatz leicht erhöht (vgl. dazu Eckdaten für 2010: 137,3 Milliarden Euro).

Abbildung 2.6: Export in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010
Gesamtumsatz und Exportquote nach Wirtschaftsgruppen und -zweigen

Wirtschaftsgruppen und -zweige	Umsatz insgesamt Mio. Euro	Steuerfreier Umsatz mit Vorsteuerabzug Mio. Euro	Exportquote 2010 %
Games-/Softwareverlage	3.469	1.987	57 %
Musikinstrumentenproduktion	551	236	43 %
Schmuckproduktion	2.774	659	24 %
Tonträger-/Musikverlage	1.647	355	22 %
Fotografie und Fotolabors	1.697	131	8 %
Museumshops	883	53	6 %
Verlagshandel etc.	14.681	731	5 %
Programmierungstätigkeiten	22.549	1.099	5 %
Designbüros	1.935	91	5 %
Buch- und Zeitschriftenverlage	35.164	1.649	5 %
Künstlerische Gruppen	6.401	145	2 %
Korrespondenz-/Nachrichtenbüros	513	10	2 %
Übersetzen und Dolmetschen	736	13	2 %
Architekturbüros	7.860	131	2 %
Filmwirtschaft	7.732	120	2 %
Werbung	25.714	324	1 %
Webportale	477	2	0,4 %
Rundfunkveranstalter	6.452	11	0,2 %
Kultur- und Kreativwirtschaft*	141.237	7.747	5 %

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 Wirtschaftsgruppe Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) beim Umsatz (vgl. Eckdaten 2010: 137,3 Milliarden Euro) von 141,2 leicht erhöht. Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; 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 Kleinstunternehmen 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 Kleinstunternehmen 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 kleinen 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 Krea-

tivwirtschaft 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

- 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 kleinen und mittelständischen Unternehmen entsprechend der EU-Gliederung unterteilt wurden.

Bezogen auf die Gesamtstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft des Jahres 2010¹⁸ verteilen sich die vier Größenklassen wie folgt:

Rund 236.000 der Unternehmen zählen zur Gruppe der Kleinstunternehmen und belegen damit 97 Prozent der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft. Zur Gruppe der Kleinunternehmen gehören rund 5.500 Unternehmen. Den Rest des 1-Prozentbereichs bilden die mittelständischen und Großunternehmen, die auf eine Anzahl von zusammen rund 1.400 Unternehmen kommen.

Bezogen auf das im Jahr 2010 erzielte Umsatzvolumen ist die Gruppe der Großunternehmen mit rund 40 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 16 Prozent am Gesamtumsatz.

Abbildung 2.8: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen 2010

Unternehmenstyp	Größenklasse in Euro	Unternehmen		Umsatz		Umsatz je Unternehmen in Tsd. Euro
		Anzahl	%-Anteil	Mio. Euro	%-Anteil	
Kleinstunternehmen	bis 2 Mio.	236.091	97,2 %	38.772	27,5 %	164
Kleine Unternehmen	bis 10 Mio.	5.473	2,3 %	22.136	15,7 %	4.045
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio.	1.144	0,5 %	23.259	16,5 %	20.331
Großunternehmen	ab 50 Mio.	290	0,1 %	57.070	40,4 %	196.795
Alle Unternehmenstypen*	Insgesamt	242.998	100 %	141.237	100 %	581

Hinweis: Unternehmen mit einem Jahresumsatz ab 17.500 Euro. 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. *Gesamtwerte der Kultur- und Kreativwirtschaft sind wegen Wirtschaftsgruppe Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) leicht erhöht. Summendifferenzen rundungsbedingt.

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

Verteilung der Unternehmenstypen nach elf Teilgruppen

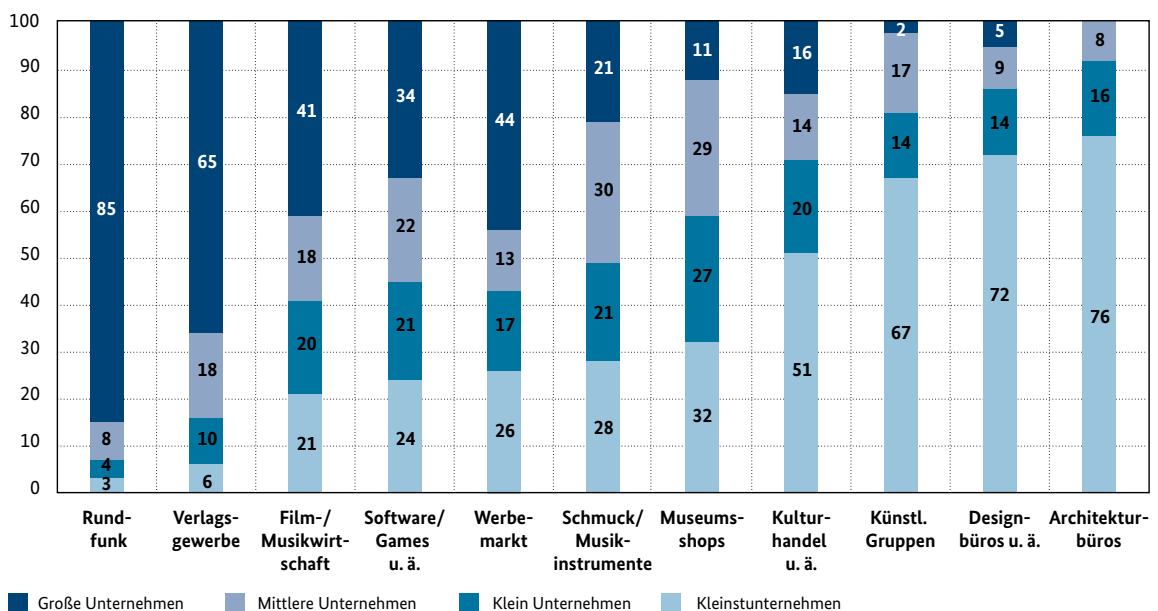
Neben der Teilgruppe Rundfunkwirtschaft, deren Umsatz zu 85 Prozent von Großunternehmen erwirtschaftet wird, existiert nur noch die Teilgruppe des Verlagsgewerbes, deren überdurchschnittlicher Umsatzanteil in Höhe von 65 Prozent von Großunternehmen erzielt wird. In der Film- und Musikwirtschaft sowie im Werbemarkt spielen die Großunternehmen mit 41 bzw. 44 Prozent Umsatzanteilen auch noch eine relativ bedeutende Rolle.

In weiteren sieben Teilgruppen stellen die Kleinstunternehmen mit unterschiedlichen Anteilen von 24 Prozent (Software-/Games-Industrie) bis zu 76 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 knappes Viertel der Umsätze wird von drei unterschiedlichen Unternehmenstypen getragen, die vierte Gruppe, die großen Unternehmen belegen mit einem gestiegenen Anteil gegenüber den Vorjahren nunmehr 34 Prozent (Vorjahr 28 Prozent).

Insgesamt wird aus der Strukturverteilung der Umsätze nach den elf Teilgruppen¹⁹ 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 2010
(Umsatzanteil in %)



Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 Euro und mehr; Summendifferenzen rundungsbedingt
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

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

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 (27 Prozent und 16 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 2 Prozent des gesamten Umsatzvolumens. Auch hier ist die relativ höhere Bedeutung in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem vergleichbaren Wert von 17 Prozent ersichtlich.

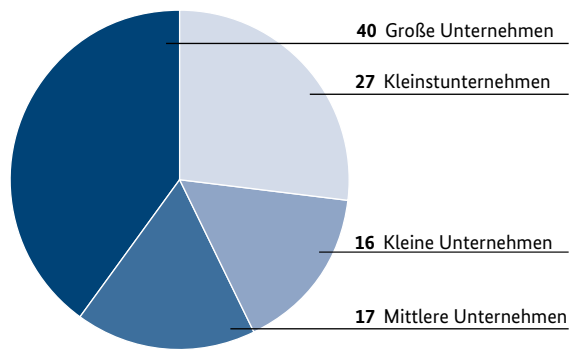
Die überragende Bedeutung der Großunternehmen in der Automobilindustrie wird aus dem Umsatzanteil von 97 Prozent deutlich. Die Großunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaften hier mit einem Umsatzanteil von 40 Prozent vergleichsweise weniger als die Hälfte des Umsatzes.

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.

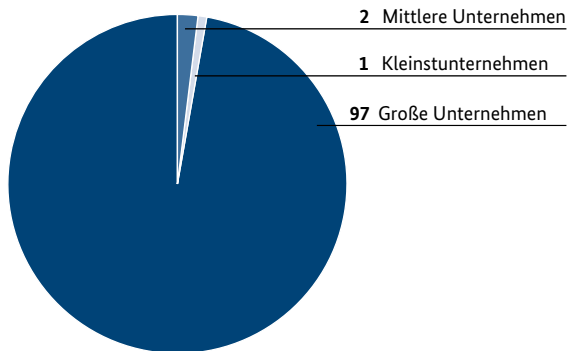
Insgesamt ist es für die adäquate Bewertung des Branchenkomplexes der Kultur- und Kreativwirtschaft deshalb unabdingbar, den Blick außer auf die etablierten Unternehmen verstärkt auf die vielen Kleinunternehmen zu richten. Wirtschaftliche Prosperität findet in den unterschiedlich fragmentierten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Strukturen statt, die mit den bisherigen empirisch-quantitativen Methoden

Abbildung 2.10: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Kultur- und Kreativwirtschaft (in %)



Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 Euro und mehr
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012;
 eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abbildung 2.11: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Automobilindustrie 2010 (in %)



Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 Euro und mehr
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012;
 eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

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

Trotz einiger Studien bleibt das Thema „Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft“ noch wenig differenziert erforscht. Allgemeine Fragestellungen zu verschiedenen genderspezifischen Relationen, die inzwischen in weiten gesellschaftlichen Bereichen diskutiert werden, sind noch wenig beantwortet und bedürfen einer umfangreichen Untersuchung (z. B. Entlohnung bei gleicher Arbeit, Besetzen von Spitzenpositionen etc.).

In diesem Kapitel wird daher ein kurzer Überblick über den Anteil von Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft gegeben.

Auffallend ist bei erster Betrachtung, dass die Anteilswerte der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft gesunken zu sein scheinen. Die früher üblichen 50 und mehr Prozent werden nicht mehr erreicht. Ein Grund dafür liegt offenbar in einer statistischen Neugruppierung. Mit der Einführung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2008 wurden Wirtschaftsgruppen aufgenommen, die bis dahin aus statistischen Gründen

nicht einbezogen wurden. Für diese Wirtschaftsgruppen konnten in der Vergangenheit keine geschlechtsspezifischen Daten ausgewiesen werden. Zu diesen neu aufgenommenen Wirtschaftsgruppen gehören die Fotografie, die Schmuckproduktion, die Musikinstrumentenherstellung u. a.

Abbildung 2.12 zeigt einen Erwerbstätigenanteil der Frauen von 49 Prozent in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das Absinken des Frauenanteils unter 50 Prozent liegt an zwei Faktoren, die aus dieser Abbildung deutlich werden: Erstens sind mit der Neuaufnahme von Wirtschaftsgruppen nun auch solche mit unterdurchschnittlichem Frauenanteil stärker vertreten, zweitens erreichen die Frauen in ihrer beruflichen Stellung als Selbständige lediglich einem Wert von 38 Prozent.

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 Anteil von 50 Prozent (soweit die Wirtschaftsgruppen ausgewiesen sind).

Abbildung 2.12: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011, Gliederung nach statistischen Teilgruppen

Wirtschaftsgruppe	Anteil der Frauen		
	Insgesamt	an den Selbständigen	an den abhängig Beschäftigten
Bibliotheken, Archive, Museen etc.	66 %	-	61 %
Übersetzen und Dolmetschen	66 %	64 %	63 %
Einzelhandel mit Verlagsprodukten, etc.	63 %	43 %	61 %
Herstellung von Schmuckwaren, etc.	61 %	-	38 %
Verlagsgewerbe	55 %	41 %	56 %
Designaktivitäten	53 %	49 %	67 %
Fernsehveranstalter	52 %	60 %	52 %
Werbung	47 %	31 %	50 %
Fotografie und Fotolabors	46 %	33 %	60 %
Hörfunkveranstalter	42 %	40 %	45 %
Kreative, künstlerische Aktivitäten etc.	41 %	39 %	41 %
Filmwirtschaft	41 %	30 %	47 %
Tonträger-/Musikverlage, etc.	38 %	-	-
Games-/Softwareverlage	22 %	17 %	24 %
Kultur- und Kreativwirtschaft	49 %	38 %	50 %
Zum Vergleich: Gesamtwirtschaft	46 %	32 %	48 %

Hinweise: Ohne Teilgruppen: Architektur, Musikinstrumentenherstellung, Buchbinderei. (-) keine Angaben vorhanden

Quelle: Mikrozensus, Destatis, 2012, 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 beträgt der Frauenanteil in der Gesamtwirtschaft 32 Prozent und bei den abhängig Beschäftigten 48 Prozent.

Nach Angaben der Künstlersozialkasse ist die Zahl der freiberuflichen Künstlerinnen zwischen 2000 und 2011 um 83 Prozent gestiegen, während die Zahl der Männer im gleichen Zeitraum lediglich um 41 Prozent zugenommen hat.

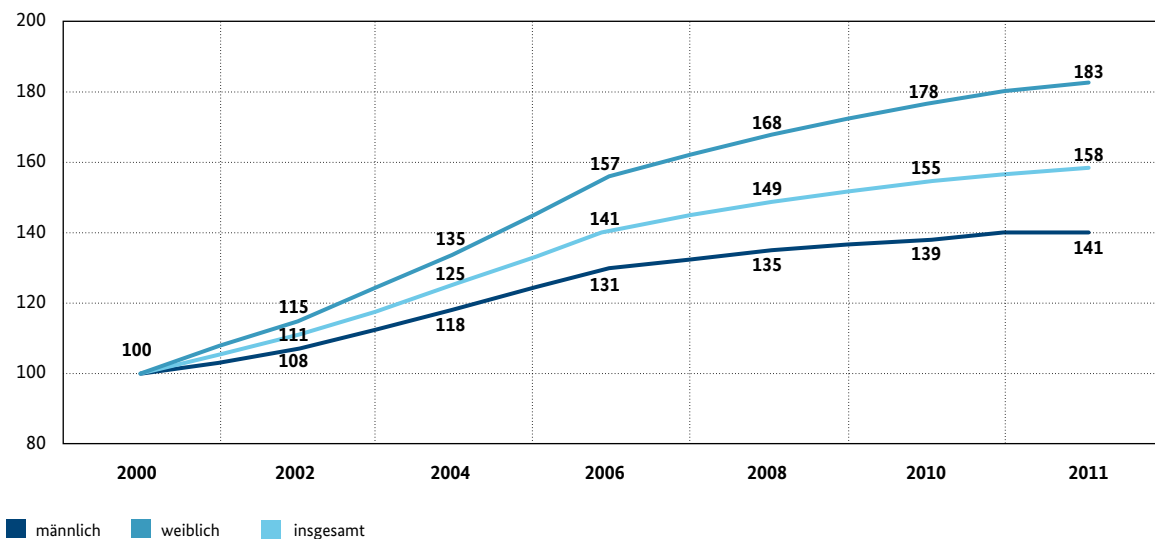
In absoluten Angaben arbeiten im Jahr 2000 rund 43.800 Frauen als Künstlerinnen, während die Anzahl der Männer bei 63.400 liegt. Im Jahr 2011 sind 80.200 Frauen und 89.400 Männer in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv. Zusammen sind damit rund 169.600 freiberufliche Künstlerinnen und Künstler tätig. Dies entspricht einem Frauenanteil von 47 Prozent.

Insgesamt wird aus den wenigen Daten ersichtlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft auch weiterhin ein wichtiger Beschäftigungs- und Tätigkeitsmarkt für Frauen ist.

Abschließend soll allerdings noch einmal darauf hingewiesen werden, dass eine substanzielle 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.

Abbildung 2.13: Entwicklung der freiberuflichen Künstler/-innen in der Künstlersozialkasse 2000–2011
(Index 2000 = 100)



Quelle: Angaben der Künstlersozialkasse 2012, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

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.

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	Musikensembles
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

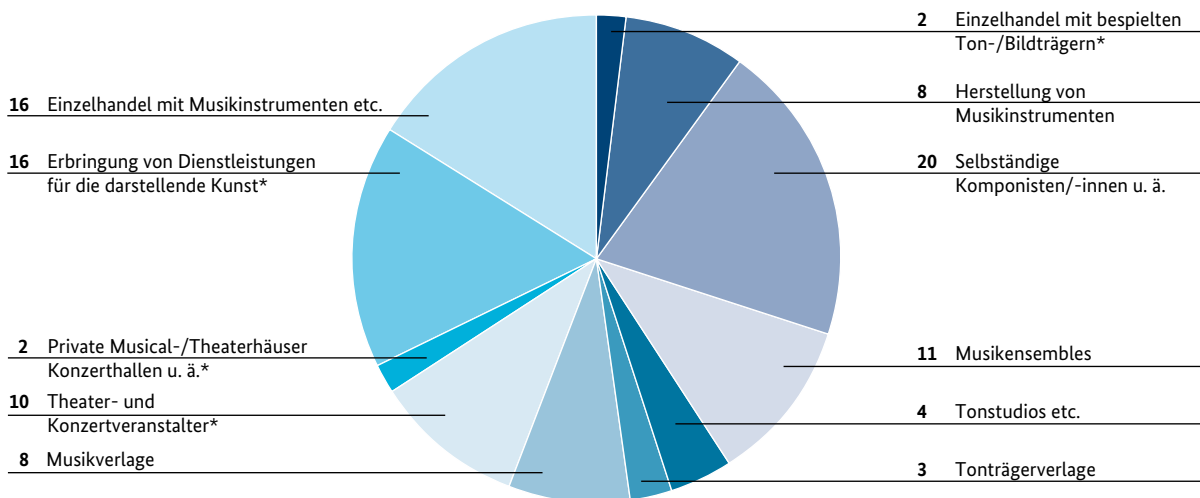
Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Die Eckdaten

Die Musikwirtschaft beschäftigt im Jahr 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 46.800 oder 4,2 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von rund 33.000 Personen enthalten. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind in der Rangfolge die Theater-/Konzertveranstalter, der Musikeinzelhandel, die Musikensembles, die Musikinstrumentenhersteller und die Tonträger-/Musikverlage, die – gemessen an der Erwerbstätigkeit – jeweils Anteile von 13 Prozent und 14 Prozent erreichen.

Im Jahr 2011 erwirtschaftet die Musikwirtschaft ein Umsatzvolumen von knapp 6,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 4,0 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind die Theater-/Konzertveranstalter, die mit rund 1,6 Milliarden Euro knapp ein Viertel des gesamten Umsatzes erzielen. Die Tonträger-/Musikverlage und der Musikeinzelhandel belegen mit 23 Prozent und 18 Prozent Marktanteilen innerhalb der Musikwirtschaft die weiteren Rangplätze.

Abbildung 3.1 : Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Musikwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 Euro und mehr
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012;
 eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

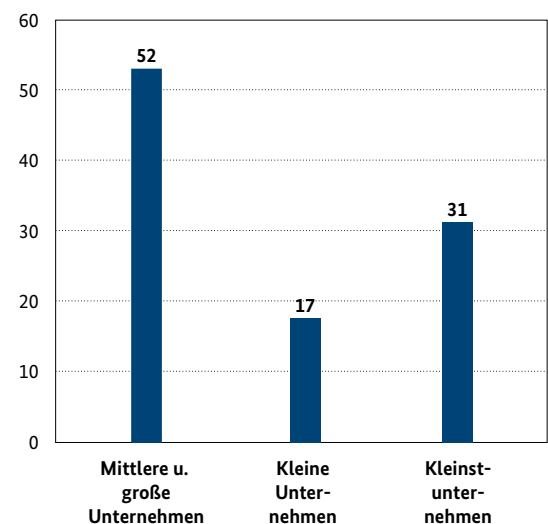
Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Musikwirtschaft liegt im Jahr 2011 zusammen bei rund 13.900 oder 4,7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Davon zählen rund 4.300 (Anteil 30 Prozent) zu den selbständigen Musikberufen (selbst. Musiker/-innen 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 230 bis 270 Unternehmen lediglich jeweils 2 Prozent der gesamten Musikwirtschaft ausmachen.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010²⁰ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 4.100 oder 97 Prozent Kleinstunternehmen erzielen einen Marktanteil am Umsatz von 31 Prozent.
- Die 122 kleinen Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen rund 3 Prozent erreichen einen Marktanteil von 17 Prozent, während die mittleren und großen Unternehmen mit einer absoluten Zahl von 25 Unternehmen einen Marktanteil von 52 Prozent erzielen.
- Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens (einschließlich Großunternehmen) liegt bei 59 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 212.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Abbildung 3.2: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Musikwirtschaft 2010
(Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweise: Auswahl der Wirtschaftszweige Tonträger-/Musikverlage, Einzelhandel mit Musikalien etc.
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008²¹ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Wie die Abbildung 3.3 (S. 26) 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. Erste Anzeichen für eine Verbesserung der wirtschaftlichen Lage werden zum Jahr 2011 sichtbar. So steigt die Umsatzleistung der Musikwirtschaft an und erreicht im Vergleich zum Vorjahr 2010 schätzungsweise einen Zuwachs von rund 3 Pro-

²⁰ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

²¹ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

zent. Ebenso zeichnet sich bei den Unternehmen eine Kehrtwende ab: Nach dem Minus bis 2010 wächst die Unternehmenszahl mit einem knappen Prozent und liegt damit wieder auf dem Niveau des Jahres 2009. Im Erwerbstätigenmarkt sind noch keine positiven Anzeichen zu beobachten. Die Erwerbstätigenzahl stagniert im Jahr 2011 auf dem Niveau des Vorjahres. Diese Stagnation liegt v. a. an der Gruppe der abhängig Beschäftigten, deren Zahl insgesamt nicht ansteigt, sondern weiter schrumpft. Mit einem Minus von 0,3 Prozent im Jahr 2011 gegenüber 2010 bei den abhängig Beschäftigten wird der positive Zuwachs der Selbständigen egalisiert. Dadurch verändert sich der Erwerbstätigenmarkt insgesamt noch nicht.

Insgesamt befindet sich die Musikwirtschaft nach dem Krisenjahr 2009 auch im Jahr 2011 in einer schwierigen Phase, die sich vor allem auf den Beschäftigungsmarkt auswirkt. Die positiven Ansätze in der Umsatzentwicklung des Teilmarktes lassen immerhin auf eine Besserung des Beschäftigungsmarktes hoffen, sofern sich die wirtschaftliche Entwicklung weiterhin bessert.

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

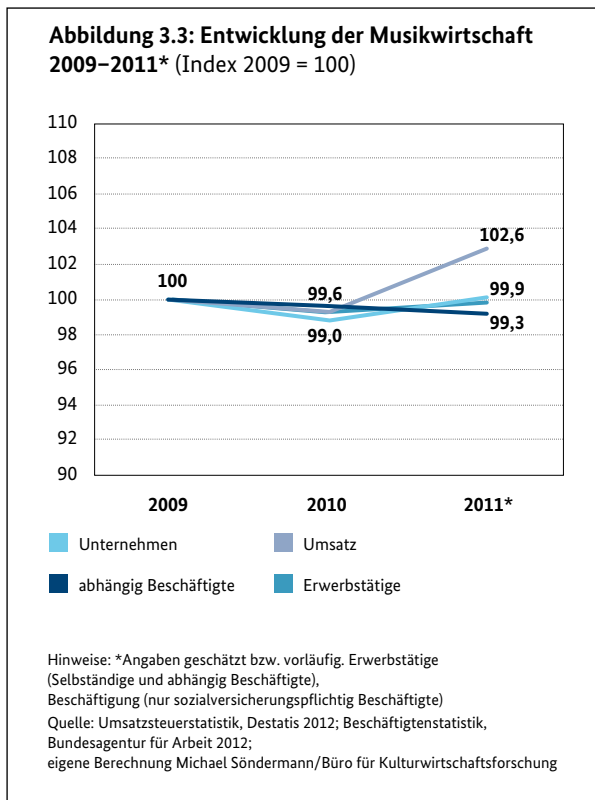


Tabelle 3.2: Verbands- und sonstige Quellen zur Musikwirtschaft

Allianz Deutscher Autorenverbände der Musik: www.komponistenverband.de
Bundesinnungsverband für das Musikinstrumenten-Handwerk: 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
Bundesverband Deutscher Privatmusikschulen e.V.
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.drmmv.de
Deutscher Tonkünstlerverband e.V.
DMV – Deutscher Musikverleger-Verband e.V.: www.dmv-online.com
Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e.V.: gdm-online.com
Interessenverband Musikmanager & Consultants e.V.: www.imuc.de
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
Vereinigung Deutscher Musik-Bearbeiter e.V.
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.

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 Teilmaktdarstellung die Gruppe der Schriftsteller/-innen als ein selbstverständlicher Akteur des Buchmarktes mit einbezogen, da ohne ihre Leistungen kein Buchmarkt existieren würde.

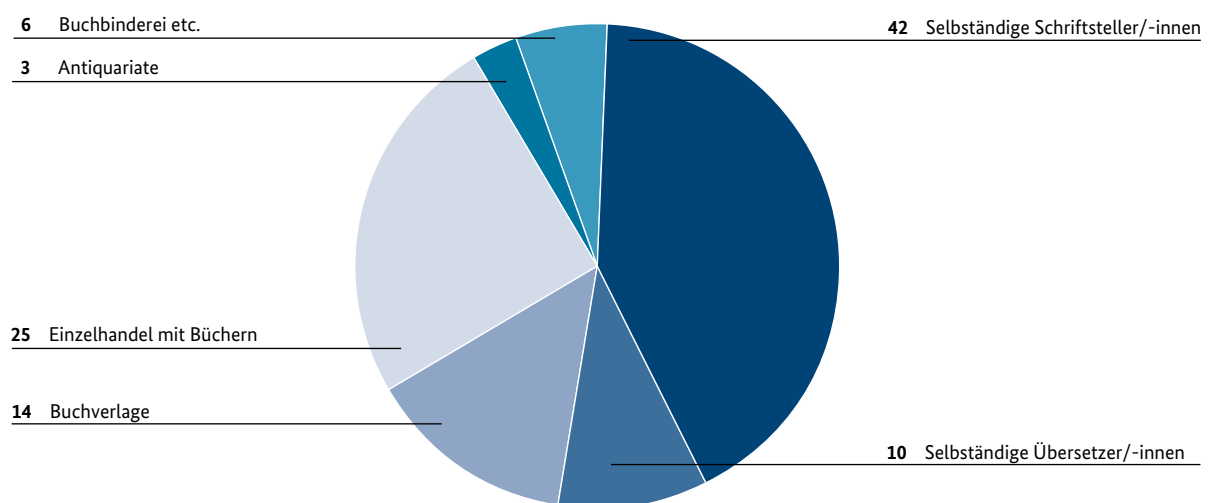
Tabelle 3.3: Kernwirtschaftszweige des Buchmarktes

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.

Die Eckdaten

Der Buchmarkt beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 80.100 oder 7,3 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 63.300 Personen einen erheblichen Anteil im Buchmarkt ausmachen. Gemessen an den Arbeitsplätzen liegt der Bucheinzelhandel mit rund 30.500 Erwerbstätigen (Anteil 38 Pro-

Abbildung 3.4: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Buchmarkt nach Wirtschaftszweigen 2011* (in %)



Hinweise: *Angaben geschätzt.

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

zent) nach neuer Abgrenzung²² vor den Buchverlagen, die mit mehr als 25.500 Erwerbstätigen (Anteil 32 Prozent) auf dem zweiten Rangplatz folgen. Die selbständigen Schriftsteller/-innen kommen auf eine Erwerbstätigenzahl von rund 7.500 (Anteil 9 Prozent), die selbständigen Übersetzer/-innen zählen rund 5.000 Erwerbstätige (Anteil 6 Prozent). Der neu in die Betrachtung/Klassifizierung aufgenommene Wirtschaftszweig „Buchbinderei etc.“ liegt mit rund 10.800 Erwerbstätigen (Anteil 13 Prozent) an dritter Stelle innerhalb des Erwerbstätigenmarktes im Buchmarkt.

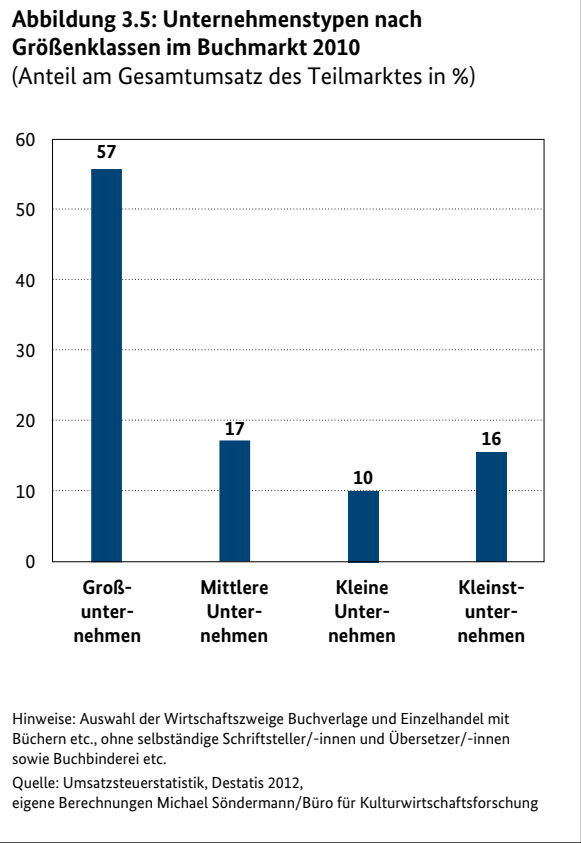
Im Jahr 2011 erwirtschaftet der Buchmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 13,6 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 8,4 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Buchverlage, die mit 8,5 Milliarden Euro knapp zwei Drittel des gesamten Umsatzes erzielen. Der Buch-einzelhandel erwirtschaftet mit 3,6 Milliarden Euro rund 26 Prozent, die Buchbinderei etc. schaffen mit 586 Millionen Euro rund 4 Prozent, während die selbständigen Schriftsteller/-innen und Übersetzer/-innen mit einem Umsatzvolumen von zusammen 873 Millionen Euro 6 Prozent des Buchmarktumsatzes belegen.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Buchmarkt liegt im Jahr 2011 zusammen schätzungsweise bei rund 16.900 oder 5,7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darunter zählen rund 8.900 (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 4.300 Unternehmen besonders hervor, gefolgt von den Buchverlagen mit 2.300 und den Buchbindereien etc. mit 990 Unternehmen. Die Antiquariate stellen mit rund 460 Unternehmen die kleinste Gruppe innerhalb des Buchmarktes dar.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010²³ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die rund 6.000 oder 93 Prozent Kleinunternehmen erzielen einen Marktanteil am Umsatz von 16 Prozent.
- Die rund 410 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen rund 6 Prozent erreichen einen Marktanteil von 27 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit einer absoluten Zahl von 28 Unternehmen einen Marktanteil von 57 Prozent erzielen.



22 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.

23 Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 253 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinunternehmen 323.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008²⁴ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

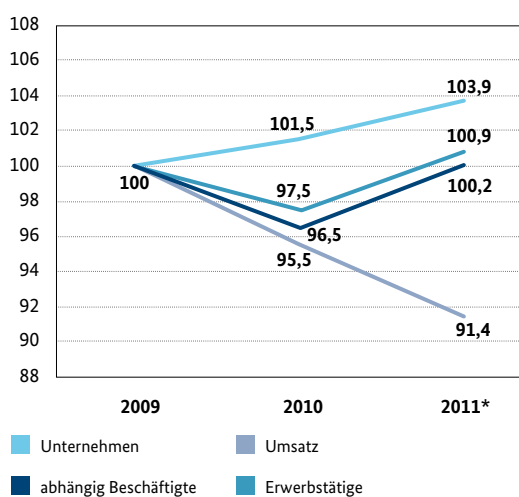
Die Abbildung zeigt zwischen 2009 und 2011 einen Anstieg von 3,9 Prozent bei den Unternehmen, alle weiteren Kategorien: Umsatz, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte weisen bis 2010 zunächst mit minus 2,5 bis minus 4,5 Prozent jeweils negative Ergebnisse auf. Im Folgejahr 2011 wird eine erstaun-

liche Entwicklung im Beschäftigungs- und Erwerbstätigenmarkt sichtbar. So ist in beiden Kategorien ein Anstieg von jeweils mehr als 3 Prozent gegenüber 2010 zu verzeichnen. Dieser positive Trend steht in einem eigentümlichen Gegensatz zur negativen Entwicklung des Umsatzes. Dieser ist im Buchmarkt nach dem Einbruch in 2010 weiter um mehr als 4 Prozent gesunken. Sollte die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Buchmarktes weiter abnehmen, wird dies auch negative Auswirkungen auf den Beschäftigungsmarkt haben müssen.

Insgesamt hat der Buchmarkt seit Jahren mit strukturellen Umbrüchen zu kämpfen. Buchmarktunternehmen agieren in einem ständigen wirtschaftlichen Wechsel zwischen Auf- und Abschwung. Bisher hat es der Buchmarkt mit seiner breiten Struktur von den Kleinst- und Kleinunternehmen bis zu den wenigen Großunternehmen immer wieder geschafft, 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 Online-wirtschaft überstehen kann.

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

Abbildung 3.6: Entwicklung des Buchmarktes 2009–2011* (Index 2009 = 100)



Hinweise: *Angaben geschätzt bzw. vorläufig. 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

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 der Freien Lektorinnen und Lektoren e.V.
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 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.

* Schätzung

Die Eckdaten

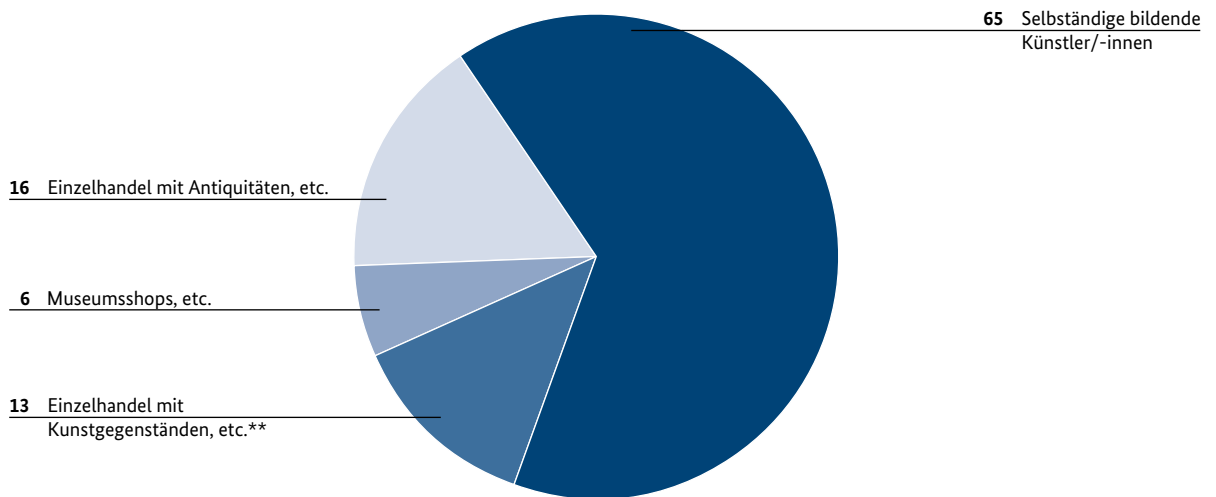
Der Kunstmarkt beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 19.200 oder 1,7 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind sozialversicherungspflichtig Beschäftigte enthalten, die mit einer Zahl von rund 5.600 Personen einen eher geringen Anteil im Kunstmarkt ausmachen.

Der wichtigste Wirtschaftszweig ist, gemessen an der Zahl der Erwerbstätigen, die Gruppe der selbständigen bildenden Künstler/-innen, die rund 10.200 Personen (einschließlich einer geringen Zahl abhängig Beschäftigter) oder 53 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 2011 allein 59.700 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 Abgrenzungen²⁵ mit knapp 2.200 Einzelhändlern neu aufgenommen. Der verbreitende Kunsthandel bietet 9.000 Erwerbstätigen (Anteil am Kunstmarkt 47 Prozent) einen Arbeitsplatz.

Im Jahr 2011 erwirtschaftet der Kunstmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 2,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 1,5 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die Gruppe der bildenden Künstler/-innen erzielt rund 770 Millionen Euro oder einen Anteil von 32 Prozent, der Kunsthandel rund 760 Millionen Euro oder 32 Prozent und die Museumsshops sowie Kunstausstellungen rund 520 Millionen Euro oder 21 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.

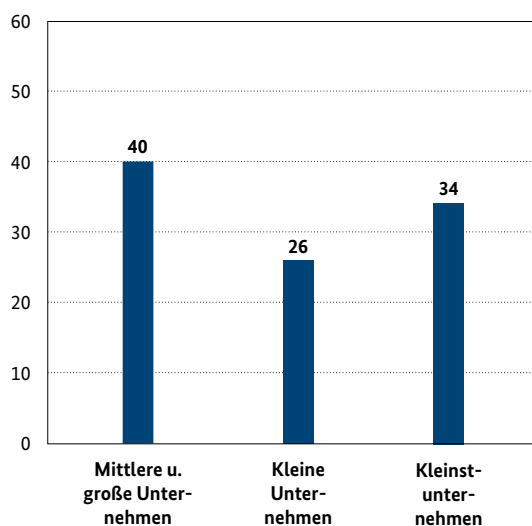
Abbildung 3.7: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Kunstmarkt nach Wirtschaftszweigen 2011*
(in %)



Hinweise: *Angaben geschätzt. **Anteil geschätzt.

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

Abbildung 3.8: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Kunstmarkt 2010
(Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweis: Auswahl nur Museumshops etc., ohne bildende Künstler/-innen, Kunsthandel und Antiquitätenhandel.

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

Die Unternehmenstypen

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

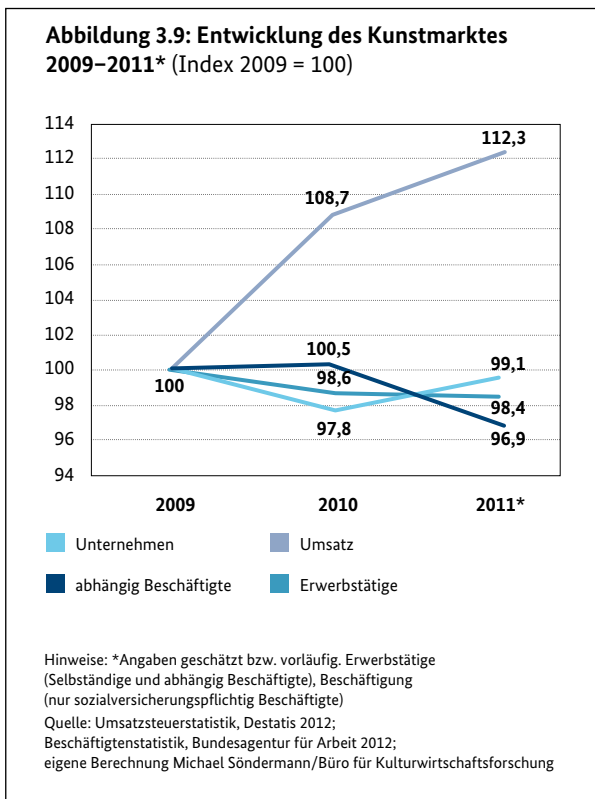
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010²⁶ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (Museumshops, etc.) wie folgt:

- Die rund 790 oder 96 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 34 Prozent.
- Die 31 kleinen Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von knapp 4 Prozent erreichen einen Marktanteil von 26 Prozent, während die vier mittleren und ein Großunternehmen einen Umsatzanteil von 40 Prozent belegen.

→ Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens (einschließlich Großunternehmen) liegt bei 41,7 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht einen Jahresumsatz von 225.000 Euro.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008²⁷ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.



Die Umsatzkurve des Kunstmarktes lässt zwischen 2009 und 2011 einen überdurchschnittlichen Zuwachs von mehr als 12 Prozent erkennen. Hingegen stagniert die Zahl der Kunsthandelsunternehmen in 2011 nach einem kurzzeitigen Einbruch in 2010, während der

Beschäftigtenmarkt mit den abhängigen Arbeitsplätzen zunächst auf einem relativ konstanten Niveau verharrend (2010), einen deutlichen Einbruch hinnehmen muss.

Hinter diesen divergierenden Entwicklungen verbirgt sich möglicherweise ein umfassender Wandel des Kunstmarktes. Während die Umsätze im Vergleichszeitraum weiter gestiegen sind, bauten die Kunstmarktunternehmen ihr Personal drastisch ab. Möglicherweise werden die Arbeitsplätze der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten verstärkt durch kurzfristige oder geringfügig tätige Mitarbeiter ersetzt. Sollte sich jedoch der positive wirtschaftliche Trend im Kunstmarkt weiter fortsetzen, kann auch wieder mit neuen sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen gerechnet werden.

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 Kunsthändler e.V.

- Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer e.V.:
www.kunstversteigerer.de

- Deutscher Kunsthandelsverband e.V.: www.deutscherkunsthandel.org

- Verband der Gemeinschaften der Künstlerinnen und Kunstförderer e.V. (GEDOK): www.gedok.de

- Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de

- Weitere Einzelverbände unter „Sektion Kunstrat“ im Deutschen Kulturrat: www.kulturrat.de

27 Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

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 Abgrenzung²⁸. 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 des Filmwirtschaft

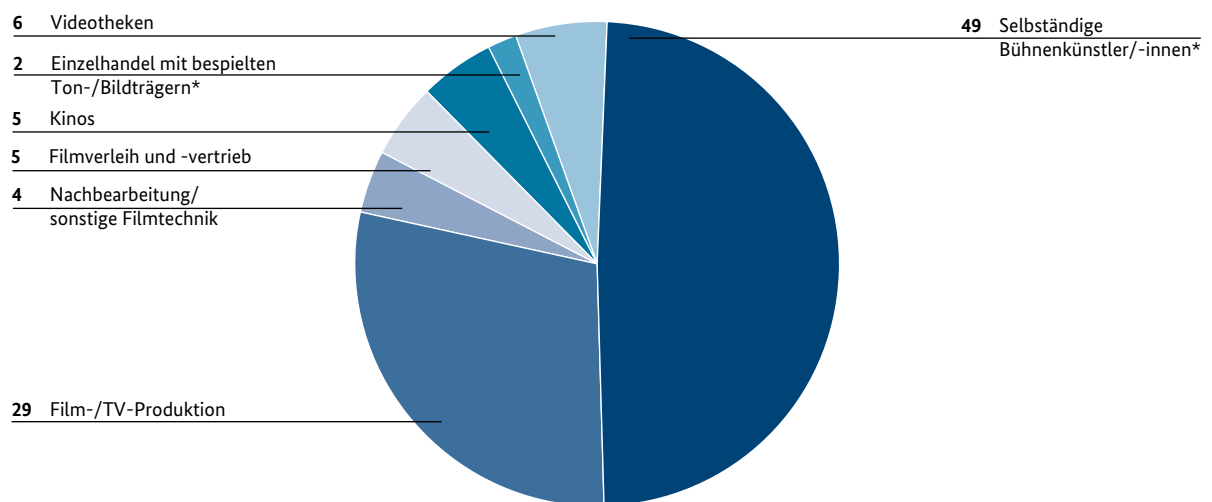
WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*
59.11	Film-/TV-Produktion
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik
59.13	Filmverleih und -vertrieb
59.14	Kinos
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern etc.*
77.22	Videotheken

Hinweis: * Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Die Eckdaten

Die Filmwirtschaft beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 60.800 oder 5,5 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von knapp 42.600 Personen einen erheblichen Anteil in der Filmwirtschaft ausmachen. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist die

Abbildung 3.10: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Filmwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Angaben geschätzt.

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

Film-/TV-/Videoherstellung, die mehr als der Hälfte aller Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz bieten kann.

Im Jahr 2011 erwirtschaftet die Filmwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 9,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 5,9 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Film-/TV-Videoherstellung, die mit 4,8 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 2011 zusammen schätzungsweise bei mehr als 18.200 oder 6,2 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 9.000 (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

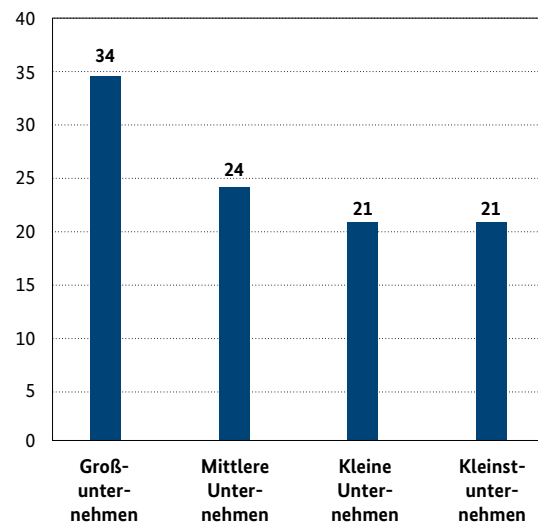
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010²⁹ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 7.300 oder 94 Prozent Kleinunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 21 Prozent.
- Die rund 480 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 6 Prozent erreichen einen Marktanteil von 45 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit 14 an der Zahl einen Marktanteil von 34 Prozent erzielen.
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 191 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 220.000 Euro Jahresumsatz.

²⁹ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

³⁰ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

Abbildung 3.11: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Filmwirtschaft 2010
(Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweis: Filmwirtschaft ohne Bühnenkünstler/-innen

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012,

eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008³⁰ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Die Entwicklung der Filmwirtschaft verläuft im Vergleichszeitraum 2009 bis 2011 beim Umsatz mit einem überdurchschnittlichen Zuwachs von 8,6 Prozent positiv, dagegen verzeichnen die Kategorien: Unternehmen, Erwerbstätigkeit sowie abhängige Beschäftigung Minusraten von jeweils rund 2 Prozent oder stagnieren im Jahr 2011.

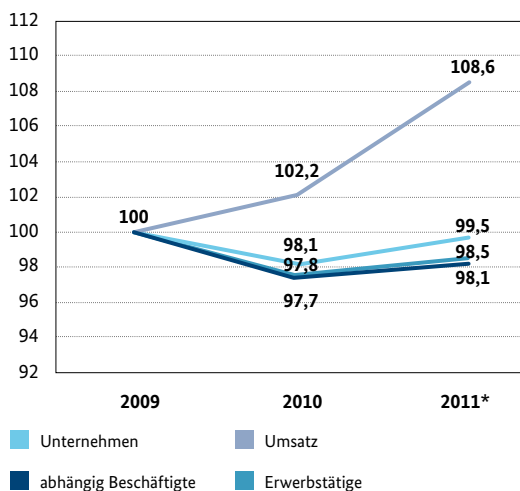
In wirtschaftlicher Hinsicht ist die Film-/TV-Produktion der mit Abstand wichtigste Wirtschaftszweig in der Filmwirtschaft. Sie wird zum Jahr 2011 schätzungs-

weise einen starken wirtschaftlichen Zuwachs mit mehr als 6 Prozent erreichen und dadurch die gesamte Filmwirtschaft positiv beeinflussen. In der Folge dürften auch die Beschäftigtenzahlen wieder ansteigen, sofern sich der wirtschaftlich positive Trend fortsetzt.

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 damit 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).

Abbildung 3.12: Entwicklung der Filmwirtschaft 2009–2011* (Index 2009 = 100)



Hinweise: *Angaben geschätzt bzw. vorläufig. 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

Tabelle 3.8: Verbands- und sonstige Quellen zum Kunstmarkt

AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.: www.agkino.de
AG Verleih – Arbeitsgemeinschaft der unabhängigen Filmverleiher e.V.: www.ag-verleih.de
Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V.: www.produzentenallianz.de
Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (BVV): www.bvv-medien.de
Bundesverband Deutscher Film- und AV- Produzenten e.V. (BAV): www.bundesverband-av.de
Bundesverband der Fernseh- und Filmregisseure in Deutschland e.V. (BVR)
Bundesverband der Film- und Fernsehschauspieler e.V. (BFFS)
Bundesverband Deutscher Film-Autoren e.V. (BDFA)
Bundesverband der bildgestaltenden Kameramänner und -frauen in Deutschland e.V. (bvk)
FDW Werbung im Kino e.V. (FDW): www.fdw.de
German-Films: www.german-cinema.de
HDF KINO e.V. (HDF): www.hdf-kino.de
Interessenverband Deutscher Schauspieler e.V. (IDS): www.ids-ev.eu
SPIO-Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.: www.spio.de
Verband der Filmverleiher e.V. (VdF): www.vdfkino.de
Verband Deutscher Filmexporteure e.V. (VDFE): www.vdfe.de
Verband Deutscher Filmproduzenten e.V.: www.filmproduzentenverband.de
Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen e.V.: www.schauspieler-agenturen.de
Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen e.V. (VTFF): www.vtff.de
Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de
Goldmedia GmbH, Hamburg Media School (2012): Produzentenstudie 2012 – Daten zur Filmwirtschaft in Deutschland 2011/2012. Im Auftrag von: FFA Filmförderungsanstalt, Medienanstalt Berlin-Brandenburg und Bayerische Landeszentrale für Neue Medien

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 Fernseh-

Tabelle 3.9: Kernwirtschaftszweige der Rundfunkwirtschaft

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

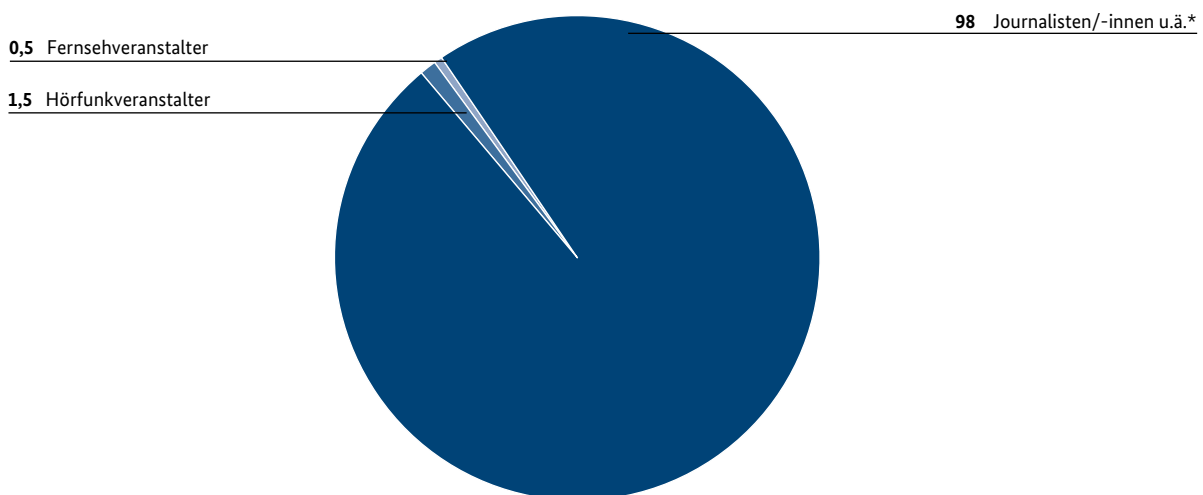
Hinweis: * Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

filme, 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.

Die Eckdaten

Die Rundfunkwirtschaft beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 40.100 oder 3,6 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In der Aufteilung nach den drei Wirtschaftszweigen

Abbildung 3.13: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Rundfunkwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Angaben geschätzt.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

entfallen auf die selbständigen Journalisten rund 18.400 Erwerbstätige einschließlich 860 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, dem Wirtschaftszweig Rundfunkveranstalter und Programmhersteller können rund 21.600 Erwerbstätige einschließlich 21.200 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zugeordnet werden.

Die Gesamtzahl der in der Rundfunkwirtschaft tätigen 22.600 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 knapp 32.000 Personen (einschließlich öffentlicher Unternehmen) beschäftigen.

Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen liegt in der Rundfunkwirtschaft im Jahr 2011 schätzungsweise bei rund 17.900 oder 6,1 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darunter zählen 98 Prozent oder knapp 17.600 zu den selbständigen Journalisten/innen. Lediglich 2 Prozent oder rund 360 Unternehmen sind den Rundfunkveranstaltern und Programmherstellern zuzuordnen.

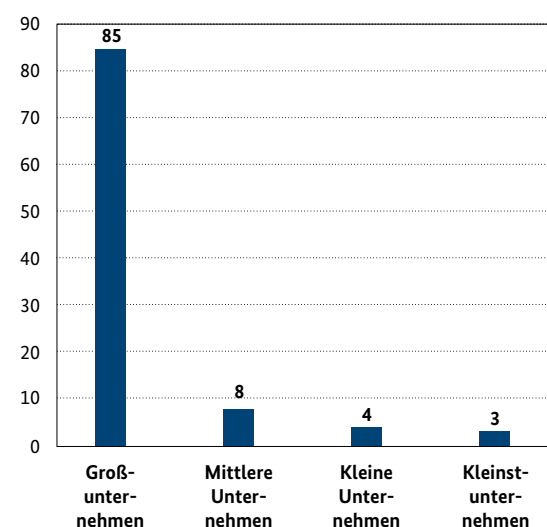
Im Jahr 2011 erwirtschaftet die privatwirtschaftliche Rundfunkwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 8,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 5,2 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die Umsatzangaben enthalten nur die Umsätze der selbständigen Journalisten (1,2 Milliarden Euro) und steuerpflichtigen Unternehmen (rund 7,2 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

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010³¹ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die rund 240 oder 69 Prozent Kleinunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 3 Prozent.
- Rund 100 kleine und mittlere Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 28 Prozent erreichen einen Marktanteil von 12 Prozent und die Großunternehmen, 10 an der Zahl, erzielen einen Marktanteil von 85 Prozent.
- Der Durchschnittsumsatz je 7 Großunternehmen liegt bei 547 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 670.000 Euro Jahresumsatz.

Abbildung 3.14: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Rundfunkwirtschaft 2010
(Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweis: Auswahl Rundfunkunternehmen, ohne selbständige Journalisten/-innen
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012,
eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

31 Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008³² können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Die Rundfunkwirtschaft wird naturgemäß von den Radio- und TV-Unternehmen wirtschaftlich geprägt. Insgesamt erzielen sie schätzungsweise ein weit überdurchschnittliches Umsatzplus von 13 Prozent, welches im Jahr 2011, wie schon im Vorjahr 2010, vor allem von den TV-Unternehmen erwirtschaftet wird. Hingegen stagnieren die Umsätze der Radiounternehmen im Jahr 2011. Die selbständigen Journalisten/innen können ihr Ergebnis erneut positiv gestalten und erzielen ein Plus von rund einem Prozent im Jahr 2011 gegenüber 2010.

Insgesamt signalisiert die wirtschaftliche Entwicklung der Rundfunkunternehmen nach dem Abwärtstrend in den Vorjahren ab 2007 bis zum Absturz im Krisenjahr 2009 nunmehr eine positive Entwicklung bis 2011. Diese wirkt sich auch auf den Beschäftigungsmarkt aus, der immerhin um 2 Prozent in 2011 gegenüber 2010 zunimmt. Ob daraus eine stabile wirtschaftliche Aufwärtsentwicklung für die Rundfunkwirtschaft in den kommenden Jahren erwachsen wird, bleibt abzuwarten.

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

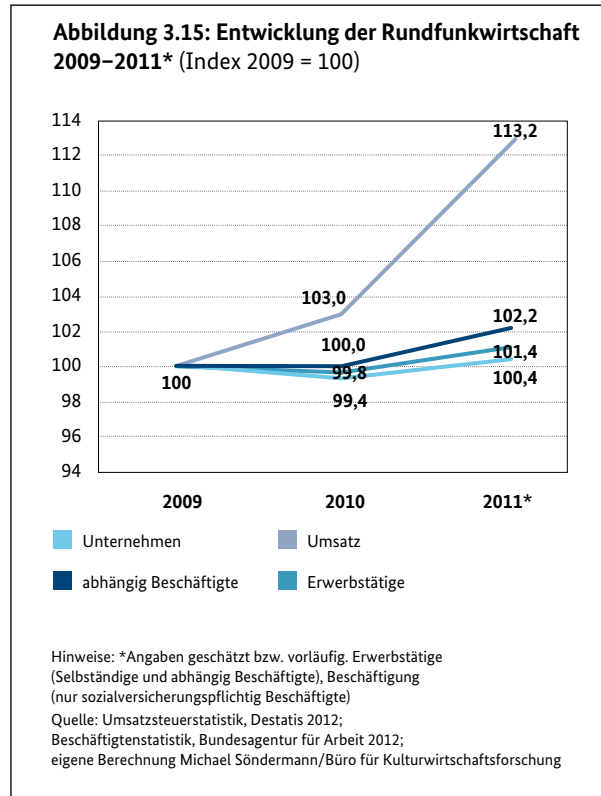


Tabelle 3.10: Verbands- und sonstige Quellen zur Rundfunkwirtschaft

Deutscher Journalisten-Verband e. V.: www.djv.de
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
Goldmedia GmbH (2011): Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2010/2011. Im Auftrag von: ALM GbR

32 Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

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

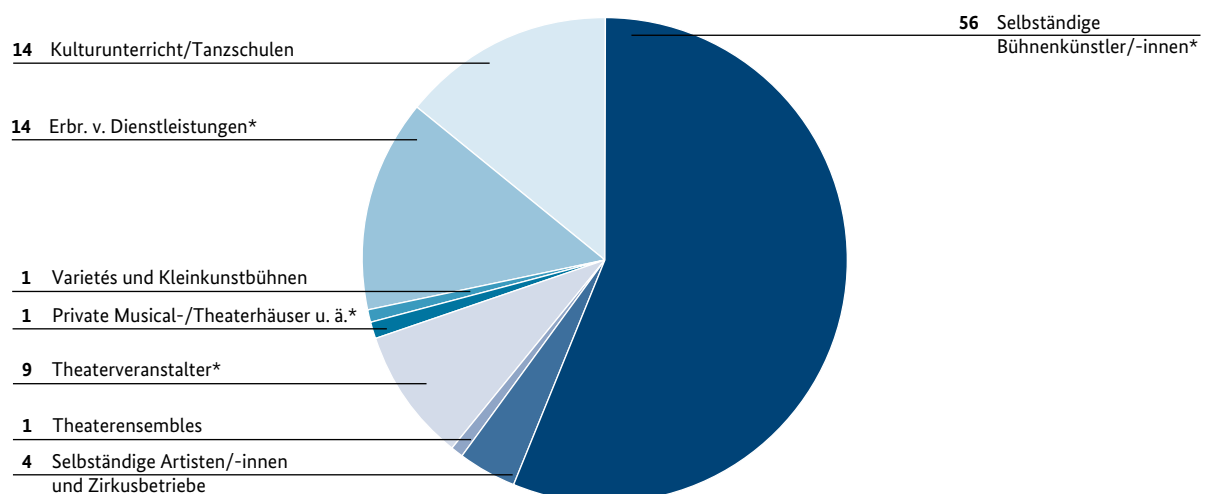
Tabelle 3.11: Kernwirtschaftszweige des Marktes für darstellende Künste

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 Kleinkunsthöfen
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen

Hinweis: * Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

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.

Abbildung 3.16: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Markt für darstellende Künste nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Angaben geschätzt.

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

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.

Die Eckdaten

Der Markt für darstellende Künste beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben rund 34.100 oder 3,1 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 18.200 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 18 Prozent.

Im Jahr 2011 erwirtschaftet der Markt für darstellende Künste ein Umsatzvolumen von schätzungsweise mehr als 3,6 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 knapp 1,6 Milliarden Euro rund 44 Prozent des gesamten Umsatzes erzielt haben. Die übrigen Wirtschaftszweige liegen jeweils deutlich unterhalb der Milliardengrenze.

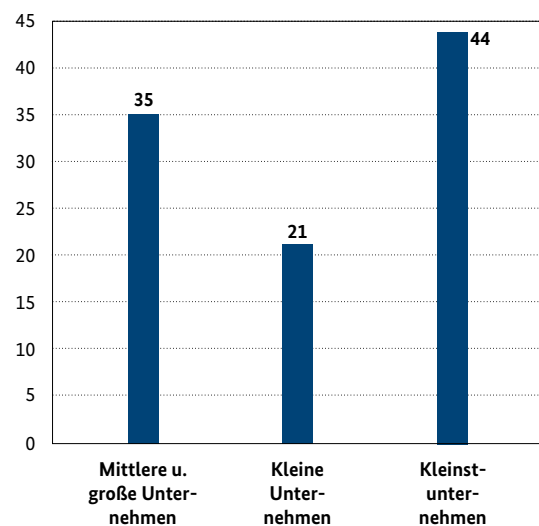
Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen liegt zusammen bei mehr als 15.900 oder 5,4 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Knapp 9.000 (Anteil 56 Prozent) darunter zählen zu den selbständigen Bühnenkünstler/-innen, die mit Abstand die größte Gruppe im Markt für darstellende Künste bilden.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010³³ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (WZ-Nr. 90.01 und 90.04) wie folgt:

- Die rund 12.700 oder 98 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 44 Prozent.
- Die rund 170 kleinen Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 1 Prozent erreichen einen Marktanteil von rund 21 Prozent, die mittleren und Großunternehmen mit 49 an der Zahl erzielen einen Marktanteil von 35 Prozent.
- Der Durchschnittsumsatz je mittleres Unternehmen liegt bei 22 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 106.000 Euro Jahresumsatz.

Abbildung 3.17: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Markt für darstellende Künste 2010 (Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweis: Auswahl Wirtschaftszweige WZ-Nr. 90.01 und 90.04
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012,
 eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

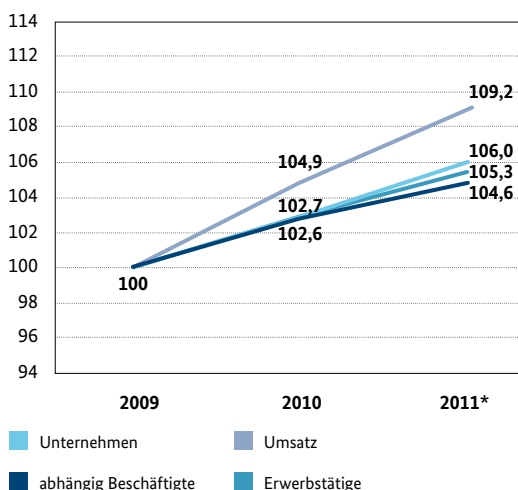
33 Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008³⁴ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Der Markt für darstellende Künste zählt zu den wachstumsstärksten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit einem Umsatzplus von 9,2 Prozent in 2011 gegenüber 2009 erreicht der Teilmarkt wiederum ein gutes wirtschaftliches Ergebnis innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Durch die wirtschaftlich positive Entwicklung des Teilmarktes ist auch die Zahl der Erwerbstätigen gestiegen. Mit rund 5 Prozent wächst der Erwerbstätigenmarkt etwas schneller, als der Beschäftigtenmarkt, der mit 4,6 Prozent im Vergleichszeitraum 2009 bis 2011 zulegt.

Abbildung 3.18: Entwicklung des Marktes für darstellende Künste 2009–2011* (Index 2009 = 100)



Hinweise: *Angaben geschätzt bzw. vorläufig. 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

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
Bundesverband Freier Theater e. V.
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://buehningengenossenschaft.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 2002

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.

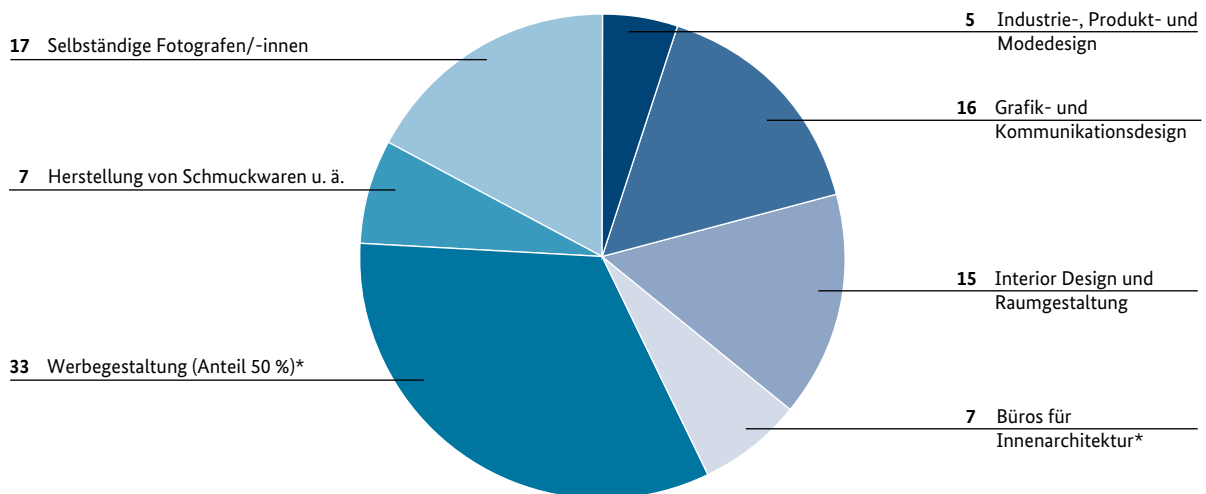
Tabelle 3.13: Kernwirtschaftszweige der Designwirtschaft

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

Hinweis: * Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

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 Abgrenzung³⁵ neu aufgenommen wurden.

Abbildung 3.19: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Designwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Angaben geschätzt.

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

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

Die Eckdaten

Die Designwirtschaft beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 129.000 oder 11,7 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 76.400 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.

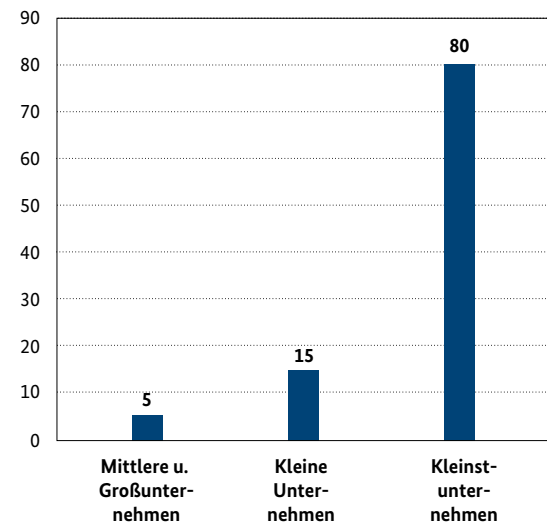
Im Jahr 2011 erwirtschaftet die Designwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 19,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 12,1 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Werbegestaltung, die mit 12,3 Milliarden Euro einen Anteil von 63 Prozent des gesamten Designumsatzes belegt. Die übrigen Designzweige erzielen zusammen den restlichen Umsatz mit einem Anteil von 37 Prozent.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Designwirtschaft liegt bei 52.600 oder 17,8 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 17.600 (Anteil 33 Prozent) der Unternehmen arbeiten im Wirtschaftszweig Werbegestaltung. Die Fotografen/-innen zählen rund 9.000 Büros (Anteil 17 Prozent), gefolgt von den Grafik-/Kommunikationsdesignern mit 8.300 Büros (Anteil 16 Prozent) und den Interiordesignern etc. mit mehr als 7.800 Büros (Anteil 15 Prozent). Zu den kleineren Wirtschaftszweigen zählen die Schmuckhersteller mit rund 3.900 Büros (Anteil 7 Prozent), die Innenarchitekten/-innen mit 3.200 Büros (Anteil 6 Prozent) und die Industrie-, Produkt- und Modedesigner mit 2.400 Büros (Anteil 5 Prozent).

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010³⁶ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (Industrie-, Produkt-, Mode-, Grafik-, Kommunikations-, Interiordesign und Raumgestaltung, ohne Werbegestaltung; Schmuckherstellung, Fotografie) wie folgt:

Abbildung 3.20: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Designwirtschaft 2010
(Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweis: Auswahl Designbüros WZ-Nr. 74.1., ohne Werbegestaltung, Schmuck- und Fotodesign und Innenarchitektur
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

- Die rund 17.100 oder 99,5 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 80 Prozent.
- Die 73 kleinen Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 0,4 Prozent erreichen einen Marktanteil von 15 Prozent. Die 5 mittleren Unternehmen belegen 3 Prozent Marktanteil. Großunternehmen werden im Jahr 2010 nicht von den Steuerbehörden erfasst.
- Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens liegt bei 21 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 91.000 Euro Jahresumsatz.

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

36 Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

Die Entwicklung

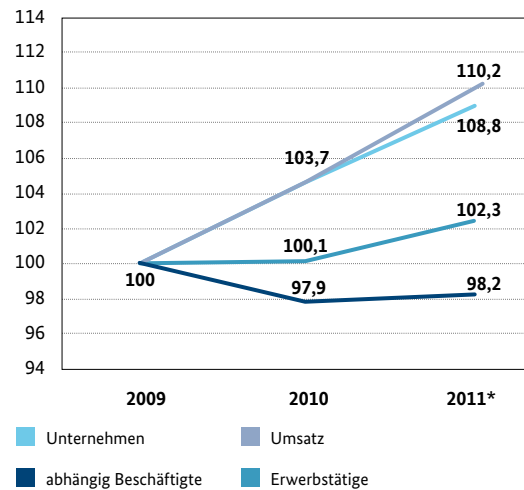
Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008³⁷ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Die Designwirtschaft entwickelt sich immer mehr zu einem stabilen Wachstumsmarkt innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Gesamtumsatz und die Zahl der Designunternehmen haben sich mit 10,2 bzw. 8,8 Prozent in 2011 gegenüber 2009 überdurchschnittlich positiv entwickelt, während der Beschäftigtenmarkt noch eine stagnierende Phase durchläuft. Diese Stagnation ist jedoch ausschließlich durch die Schmuckproduktion verursacht, die trotz der überdurchschnittlich guten wirtschaftlichen Entwicklung (Umsatzplus 26 Prozent in 2011 gegenüber 2010), einen starken Abbau der Beschäftigung zu verzeichnen hatte (Beschäftigungsminus 21 Prozent in 2011 gegenüber 2010). Alle anderen Wirtschaftszweige in der Designwirtschaft konnten im Jahr 2011 positive Zuwächse bei der Beschäftigung erreichen.

Insgesamt haben alle Wirtschaftszweige (bis auf die Einschränkung des Schmuck-Beschäftigungsmarktes) der Designwirtschaft im aktuellen Jahr 2011 in allen vier Kategorien Unternehmen, Umsatz, Erwerbstätigkeit und Beschäftigung gute bis sehr gute Wachstumsraten zu verzeichnen. In dieser Hinsicht zählt die Designwirtschaft zu den erfolgreichsten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft des Jahres 2011.

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

Abbildung 3.21: Entwicklung der Designwirtschaft 2009–2011* (Index 2009 = 100)



Hinweise: *Angaben geschätzt bzw. vorläufig. 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

Tabelle 3.14: Verbands- und sonstige Quellen zur Designwirtschaft

Allianz deutscher Designer (AGD) e.V.: www.agd.de

Arbeitsgemeinschaft selbständige Industrie-Designer e.V.

BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V. : www.bdg-designer.de

Bund freischaffender Fotodesigner (BFF)

Deutscher Designertag e.V. (DT)

Deutscher Designer Verband e.V. (DDV): <http://germandesign.de>

Freelens e.V.

Illustratoren Organisation e.V.

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. (VMDM): 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. Architekturrelevante 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 Abgrenzung³⁸ können erstmals die Innenarchitekten als eigenständige Gruppe erfasst und einbezogen werden, ebenso sind die selbständigen Restauratoren/-innen neu aufgenommen worden.

Die Eckdaten

Der Architekturmarkt beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 105.600 oder 9,6 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftig-

Tabelle 3.15: Kernwirtschaftszweige des Architekturmarktes

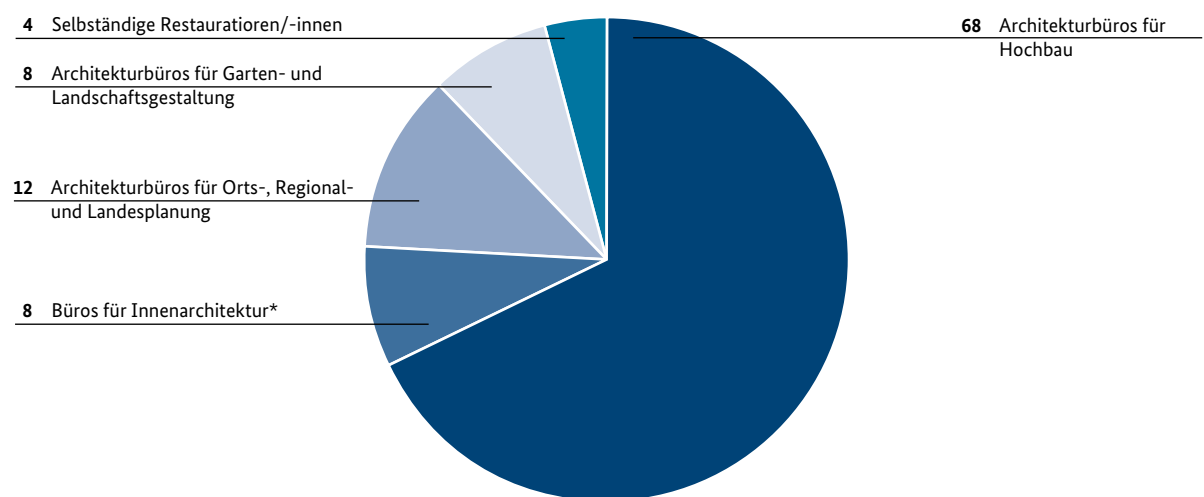
WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen

Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

ten mit einer Zahl von rund 64.600 Personen enthalten. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Büros für Hochbau und Innenarchitektur, die 74 Prozent des gesamten Architekturmarktes ausmachen.

Im Jahr 2011 erwirtschaftet der Architekturmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 8,4 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.

Abbildung 3.22: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Architekturmarkt nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Angaben geschätzt.

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

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Architekturmarkt liegt bei rund 41.000 oder 13,8 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

→ Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens liegt bei 16 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 156.000 Euro Jahresumsatz.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010³⁹ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die mehr als 38.300 oder 99 Prozent Kleinunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 76 Prozent.
- Die rund 380 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 1 Prozent erreichen einen Marktanteil von jeweils 16 Prozent und 8 Prozent. Großunternehmen werden im Jahr 2010 nicht von den Steuerbehörden erfasst.

Die Entwicklung

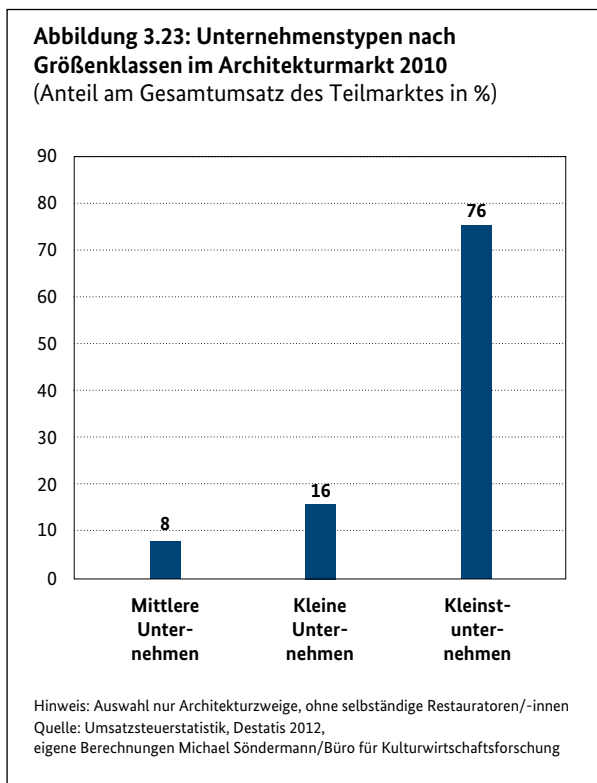
Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008⁴⁰ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Der Architekturmarkt entwickelt sich nach dem Krisenjahr 2009 in allen vier Kategorien positiv. Dieser summarische Befund ist umso höher zu bewerten, als der Architekturmarkt in den Jahren vor der Krise tendenziell in einem strukturellen Minuswachstum gesteckt hatte.

Im Unterschied zu den meisten Teilmärkten, deren wirtschaftliche Entwicklung in der Regel an der Spitze der Wachstumsdynamik steht, belegt der Beschäftigungsmarkt im Architekturmarkt die Spitzenposition bei der Entwicklung. Mit knapp 7 Prozent wächst der Beschäftigungsmarkt zwischen 2009 und 2011, dahinter folgen die wirtschaftliche Entwicklung und der Erwerbstätigenmarkt mit jeweils rund 5 Prozent Zuwachs im gleichen Zeitraum. Die Zahl der Architekturbüros kommt auf eine geringere Wachstumsquote von 2 Prozent.

Insgesamt hat sich der Architekturmarkt 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.

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



39 Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

40 Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

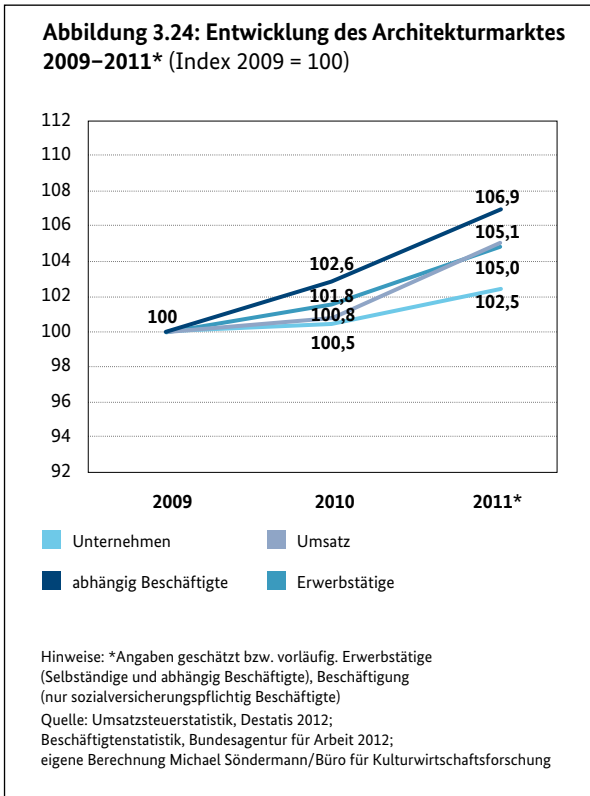


Tabelle 3.16: Verbands- und sonstige Quellen zum Markt für darstellende Künste

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.bdl.de

Vereinigung Freischaffender Architekten Deutschlands (VFA):
www.vfa-architekten.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 Nachrichtsbüros. Neben den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen werden die sonstigen Verlage mit Landkarten, Kunst-druckwerken etc. und die Adressbuchverlage der Wirtschaftsguppe Presseverlage zugeordnet. Neu aufgenommen wurden gemäß internationaler Abgrenzung der Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen.

Die Eckdaten

Der Pressemarkt beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 161.900 oder 14,7 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer überdurchschnittlich hohen Zahl von 126.800 Personen enthalten. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Zeitungsverlage, die 30 Prozent des gesamten Erwerbstätigenmarktes ausmachen, gefolgt von den Zeitschriftenverlagen, die 25 Prozent

Tabelle 3.17: Kernwirtschaftszweige des Pressemarktes

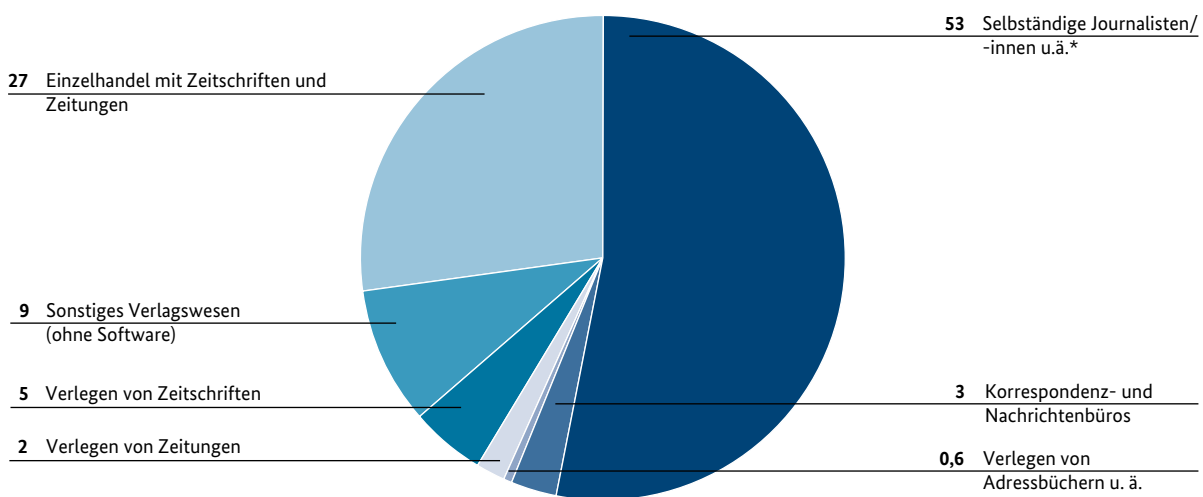
WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtsbüros
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.
58.13	Verlegen von Zeitungen
58.14	Verlegen von Zeitschriften
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften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

Hinweis: * Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

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 2011 erwirtschaftet der Pressemarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 31,0 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 19,3 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Wiederum sind die beiden

Abbildung 3.25: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Pressemarkt nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Angaben geschätzt.
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Presseverlage Zeitungen und Zeitschriften für 35 Prozent und 32 Prozent der Umsätze verantwortlich.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Pressemarkt liegt im Jahr 2011 bei rund 33.100 oder 11,2 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier fällt das zahlenmäßige Gewicht der selbständigen Journalisten/-innen mit einem Anteil 53 Prozent am gesamten Pressemarkt auf.

Die Unternehmenstypen

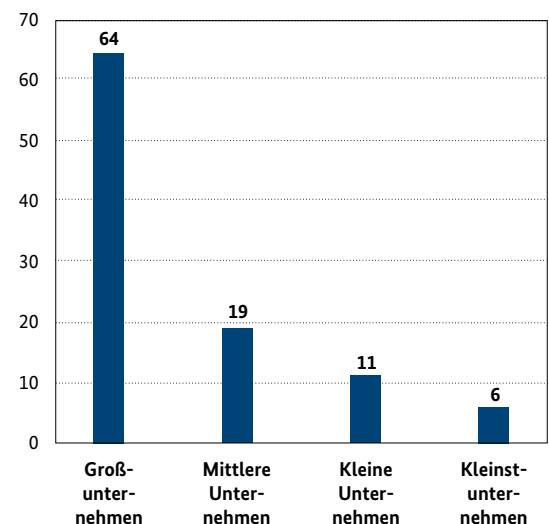
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010⁴² verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 6.900 oder 84 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 19 Prozent, die 113 Großunternehmen mit jeweils mehr 50 Millionen Euro Jahresumsatz belegen einen Marktanteil von 64 Prozent.
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 199 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinstunternehmen erreicht 322.000 Euro Jahresumsatz.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008⁴³ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Abbildung 3.26: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Pressemarkt 2010
(Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweis: Auswahl Presseverlage einschließlich Buchverlage (WZ-Nr. 58.1)
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012,
eigene Berechnungen 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 alle vier Kategorien in negative Richtung. Der Umsatz geht mit einem Prozent zurück, die Unternehmen, die Erwerbstätigkeit und die abhängig Beschäftigten schrumpfen mit 3 bis 5 Prozent in 2011 gegenüber 2009.

Im Gegensatz zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft fällt auf, dass in sechs der sieben Wirtschaftszweige des Pressemarktes Unternehmen vom Markt verschwinden, ein konstanter Verlust von Arbeitsplätzen bei den größten Wirtschaftszweigen wie den Zeitungen und Zeitschriften zu verzeichnen ist und die wirtschaftliche Lage aller Presseverlage negativ verläuft.

42 Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

43 Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

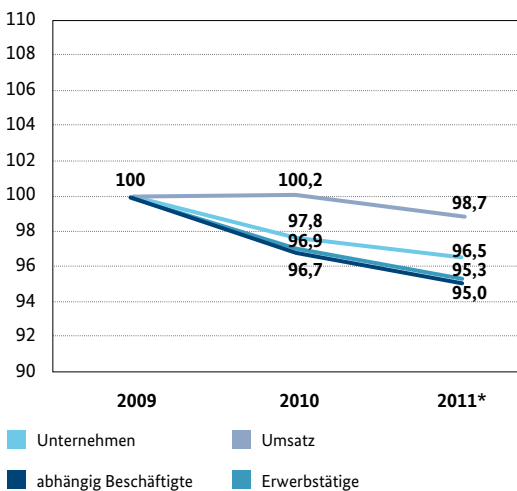
Der Blick auf die aktuellen Entwicklungen zeigt, dass der Pressemarkt mit einer weiteren Schrumpfung zu rechnen haben wird. In wirtschaftlicher Hinsicht steht die Bewältigung des strukturellen Wandels in den nächsten Jahren im Mittelpunkt. Für die Presseunternehmen wird der Weg zu konvergenten Medienunternehmen ein aufregender Prozess, der für die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt von großer Bedeutung ist.

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

Abbildung 3.27: Entwicklung des Pressemarktes 2009–2011* (Index 2009 = 100)



Hinweise: *Angaben geschätzt bzw. vorläufig. 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

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.

Die Eckdaten

Der Werbemarkt beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 140.700 oder 12,8 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer überdurchschnittlich hohen Zahl von 105.000 Personen enthalten. Im Jahr 2011 erwirtschaftet der Werbemarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 26,0 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 16,2 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Werbemarkt liegt im Jahr 2011 bei

rund 35.700 oder 12,1 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010⁴⁴ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

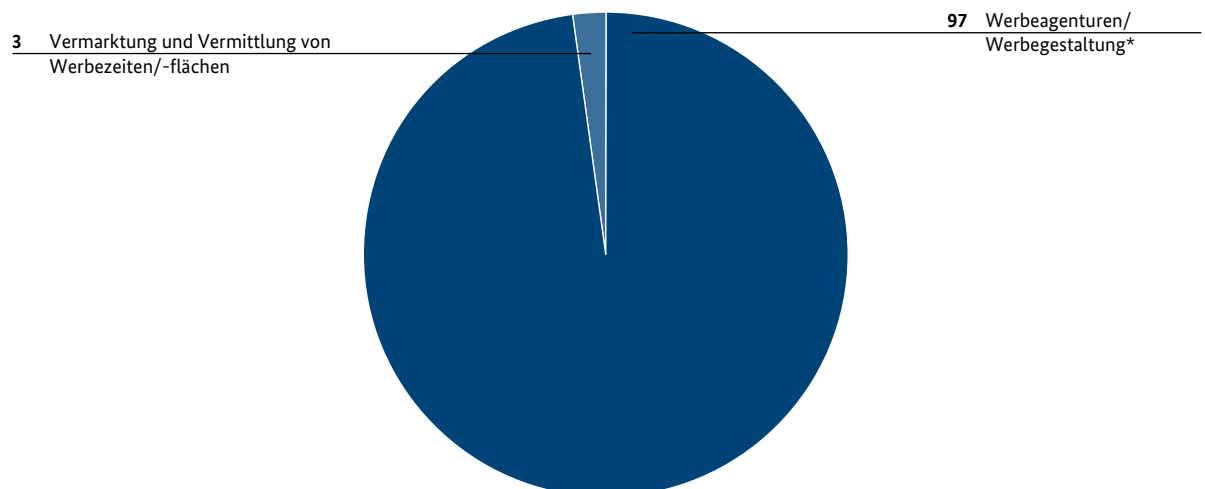
- Die rund 34.000 oder 96 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 26 Prozent.
- Die rund 1.300 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 4 Prozent erreichen einen Marktanteil von

Tabelle 3.19: Kernwirtschaftszweige des Werbemarkts

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

Hinweis: * Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 3.28: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen im Werbemarkt nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**

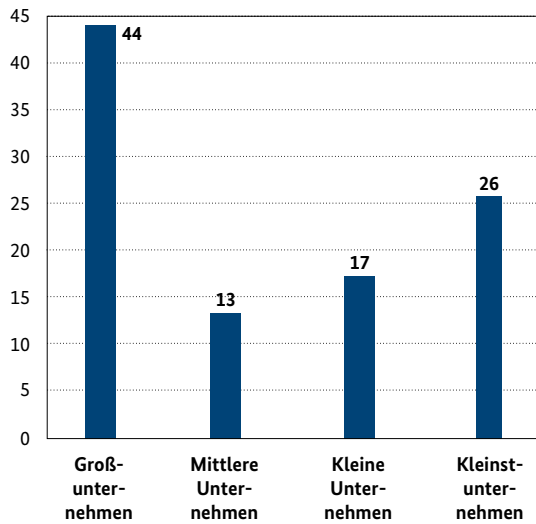


Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet. **Angaben geschätzt.

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

44 Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

Abbildung 3.29: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Werbemarkt 2010
(Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



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

17 Prozent und 13 Prozent, die 62 Großunternehmen mit jeweils mehr als 50 Millionen Euro Jahresumsatz belegen einen Marktanteil von 44 Prozent.

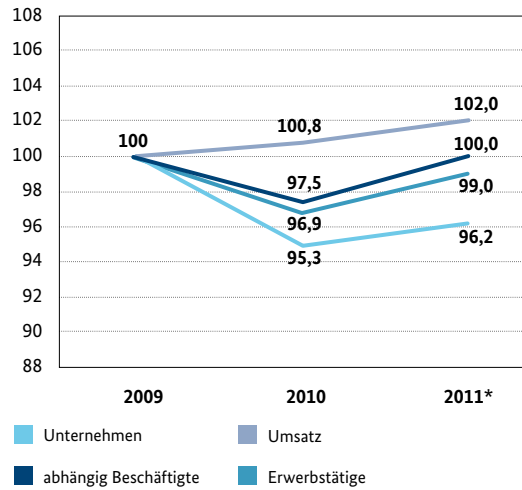
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 182 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 195.000 Euro Jahresumsatz.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ- 2008⁴⁵ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

Wie die Abbildung deutlich macht, konnte der Werbemarkt mit einem leichten Anstieg von 2 Prozent die wirtschaftlich negative Entwicklung des Krisenjahres hinter sich lassen. Ebenso zeigen die drei weiteren Kategorien nach dem Einbruch in 2010 wieder in eine positive Richtung. So erreicht der Beschäftigungsmarkt

Abbildung 3.30: Entwicklung des Werbemarktes 2009–2011* (Index 2009 = 100)



Hinweise: *Angaben geschätzt bzw. vorläufig. 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

erstmal wieder das Niveau des Krisenjahres 2009. Dies ist vor dem Hintergrund des starken Einbruches vor dem Krisenjahr 2009 immerhin ein erster Lichtblick. Die Unternehmensentwicklung bleibt jedoch noch deutlich hinter dem Niveau des Jahres 2009 zurück. Dies kann als auch Zeichen eines noch fehlenden Vertrauens in die positive Entwicklung des Teilmarktes gewertet werden, die Werbebüros warten offensichtlich ab.

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

45 Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

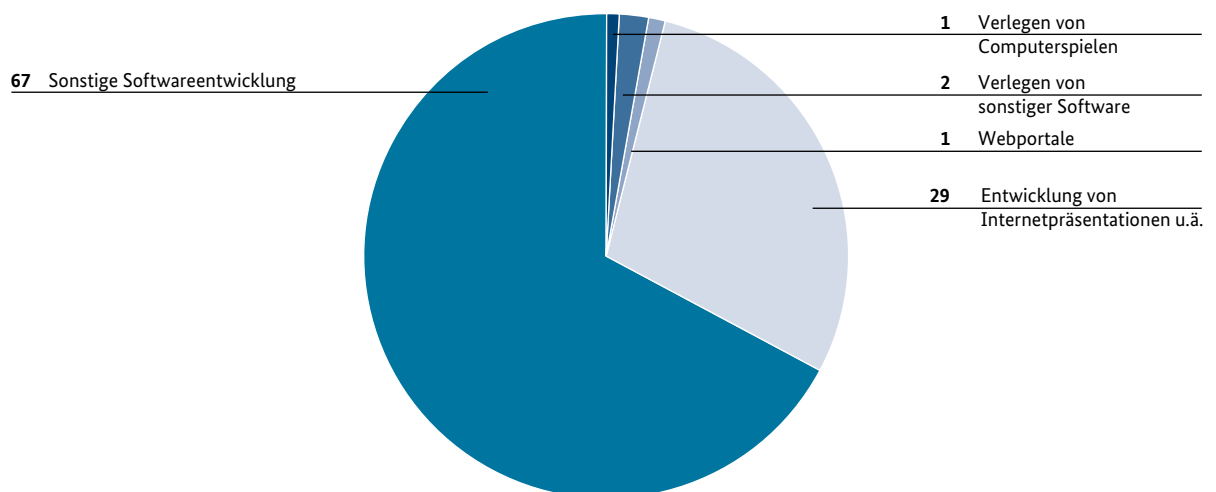
11 Software-/Games-Industrie

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 etc.⁴⁶ 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 Debatte⁴⁷ folgende Wirtschaftszweige einbezogen: Verlegen von Computerspielen und sonstiger Software, Webportale sowie Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen und sonstiger Software.

Abbildung 3.31: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen in der Software-/Games-Industrie nach Wirtschaftszweigen 2011 (in %)**



Hinweise: *Angaben geschätzt.

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

⁴⁶ Die Aufzählung in Anlehnung an den Bundesverband G.A.M.E.

⁴⁷ Vgl. ESSnet Culture Statistics 2011; European Cluster Observatory (ECO): Creative Industries 2011; 2009 UNESCO-Framework for Cultural Statistics.

Tabelle 3.21: Kernwirtschaftszweige der Software-/Games-Industrie

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

Die Eckdaten

Die Software-/Games-Industrie beschäftigt 2011 nach vorläufigen Angaben insgesamt 268.700 oder 24,4 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von knapp 238.900 Personen enthalten.

Im Jahr 2011 erwirtschaftet die Software-/Games-Industrie ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 30,3 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 18,9 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes.

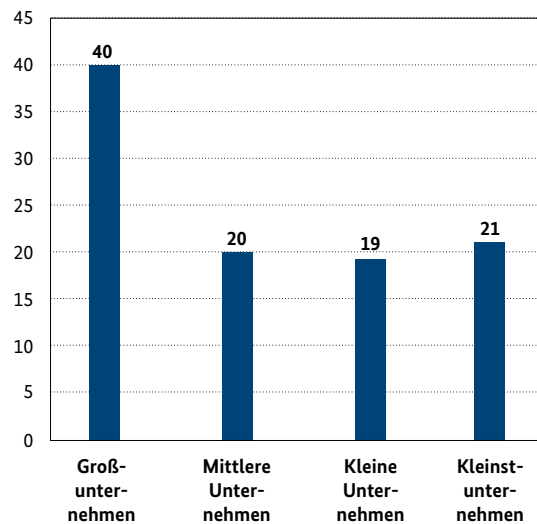
Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen in der Software-/Games-Industrie liegt im Jahr 2011 zusammen bei rund 29.800 oder 10,1 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2010⁴⁸ verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 26.800 oder 95 Prozent Kleinunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 21 Prozent.
- Die rund 1.300 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 5 Prozent erreichen einen Marktanteil von

Abbildung 3.32: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Software-/Games-Industrie (Anteil am Gesamtumsatz des Teilmarktes in %)



Hinweis: Auswahl Games-/Softwareverlage (WZ-Nr. 58.2) und Software-/Internetaktivitäten (WZ-Nr. 62.01)
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

19 Prozent und 20 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit einer absoluten Zahl von 41 Unternehmen einen Marktanteil von 40 Prozent erzielen.

- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 252 Millionen Euro im Jahr, ein durchschnittliches Kleinunternehmen erreicht 206.000 Euro Jahresumsatz.

Die Entwicklung

Vorbemerkung: Bedingt durch die statistische Umstellung der Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2003 auf WZ-2008⁴⁹ können derzeit noch keine mehrjährigen Entwicklungstrends für den gesamten Teilmarkt dargestellt werden. Die Analyse muss sich deshalb auf den Jahresvergleich 2009/2010/2011 beschränken.

⁴⁸ Zum Redaktionsschluss lagen noch keine Daten für das Jahr 2011 vor.

⁴⁹ Vgl. methodische Hinweise im Anhang.

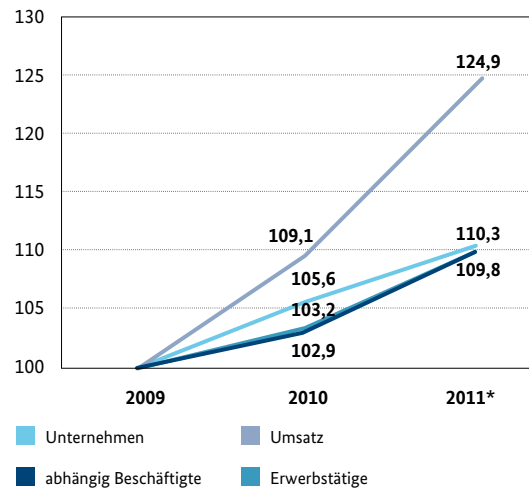
Wie die Abbildung deutlich macht, kann die Software-/Games-Industries als der zentrale Wachstumstreiber der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden. Alle vier Kategorien zeigen eindeutige bis überdurchschnittliche Wachstumstendenzen an. Das Umsatzvolumen des Teilmarktes erzielt in 2011 gegenüber 2009 mit knapp 25 Prozent den höchsten Zuwachs aller Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, mehr als 10 Prozent an Unternehmen sind in 2011 zusätzlich im Markt tätig. Ebenso steigen der Erwerbstätigen- und der Beschäftigungsmarkt mit jeweils knapp 10 Prozent Zuwachs in 2011 gegenüber 2009 an.

Insgesamt hat die neue Datenbasis für den Teilmarkt zu neuen Fragen bei der Zuordnung der Games- und Softwarefirmen geführt. Die statistischen Ergebnisse der einzelnen Teilmärkte lassen auf aktuelle Zuordnungsprobleme der Steuerbehörden und anderer Stellen bei der Einordnung der verschiedenen Unternehmenstypen der Software-/Games-Industrie schließen. 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 Onlinespielemarkt 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).

Abbildung 3.33: Entwicklung der Software-/ Games-Industrie 2009–2011* (Index 2009 = 100)



Hinweise: *Angaben geschätzt bzw. vorläufig. 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

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 Spezialthema Kulturhandwerk

Vorbemerkung: Die hier dargestellten Daten zum Kunsthandwerk stützen sich auf die Studie: „Das Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft“. Sie wurde im Auftrag des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Jahr 2011 erstellt. Die Datenbasis bezieht sich auf das Wirtschaftsjahr 2010. Es wird auf eine Aktualisierung deshalb verzichtet, weil die Grunddaten für Handwerk 2010 und die Monitoringdaten 2011 in großen Teilen auf Schätzungen beruhen. Die Aktualisierung kann nach Vorlage der Umsatzsteuerstatistik 2011 erfolgen.

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 kulturrelevante 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 sichtbar zu machen, werden die neuen und „alten“ Handwerkszweige in diesem Spezialkapitel exklusiv dargestellt. Denn es sei gerne konzidiert, dass das methodische Verständnis für dieses Segment der Kultur- und Kreativwirtschaft durchaus noch Klärungs- und Schärfungsbedarf benötigt. 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 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 konnte erstmals das gesamte Handwerk in Deutschland diesbezüglich empirisch untersucht werden.

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 Metallbildner 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.

Abbildung 4.1: Handwerk in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010

Wirtschaftszweig	Gewerbe­zweig	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, kunstgewerblichen 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
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 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen

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 mit anderen Märkten verschmelzen. Dieser Trend wird z. B. in den Wirtschaftszweigen der Schmuckherstellung oder bei den Musikinstrumentenbauern 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 Wan-

del 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 so genannten 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.

5 Abschließende Bewertung

5.1 Zusammenfassung der empirischen Befunde

Positiver Abschluss erwartet

Nachdem die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft entsprechend der allgemeinen Konjunktorentwicklung bereits im Jahr 2010 insgesamt einen positiven Verlauf genommen hatte, wird die Kultur- und Kreativwirtschaft im Folgejahr 2011 erneut zulegen und schätzungsweise eine Verdoppelung der Wachstumsrate erreichen. So steigt das Umsatzvolumen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2011 schätzungsweise um mindestens 4,4 Prozent gegenüber 2010 an.

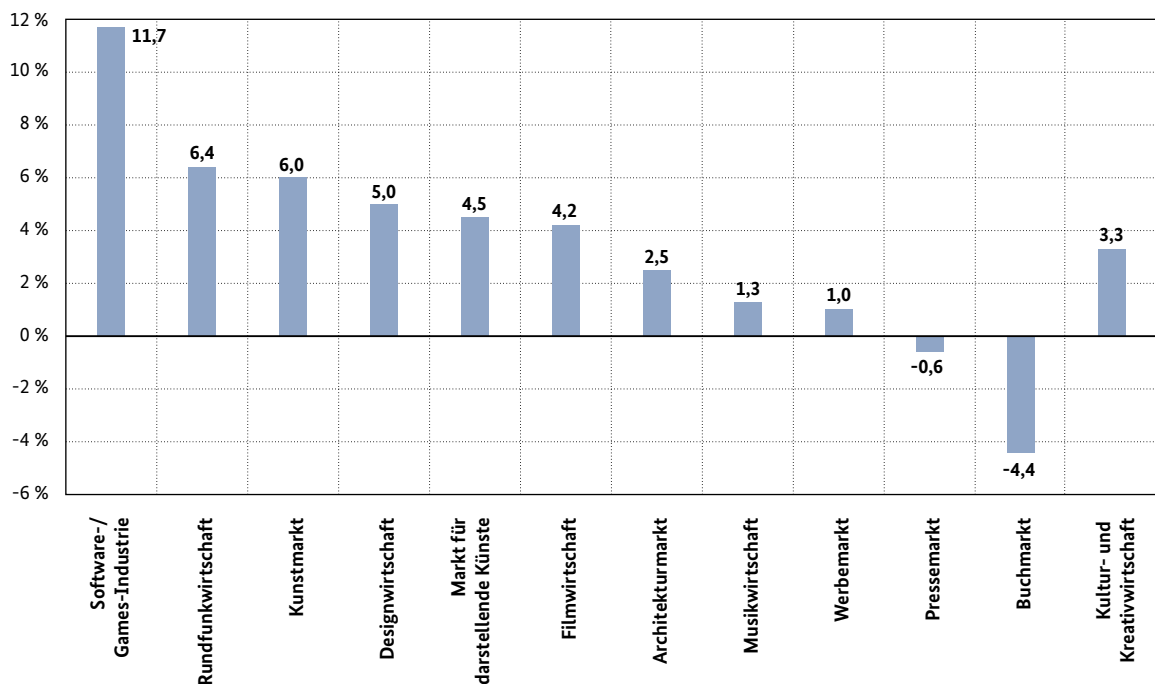
In der Gesamtschau der Vergleichsperiode 2009 bis 2011 ergibt sich damit ein durchschnittliches jährliches

Gesamtwachstum von 3,3 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie in Abbildung 5.1 dargestellt.

Wie schon in den früheren Jahren erreicht die Software-/Games-Industrie die Spitzenstellung mit einem durchschnittlichen jährlichen Umsatzzuwachs von 11,7 Prozent. Die Wachstumsdynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft stützt sich jedoch nicht alleine auf diesen Teilmarkt. Eine überdurchschnittlich hohe Umsatzdynamik erzielen ebenfalls die Rundfunkwirtschaft mit 6,4 Prozent, der Kunstmarkt mit 6,0 Prozent, die Designwirtschaft mit 5,0 Prozent sowie der Markt für darstellende Künste und die Filmwirtschaft mit jeweils rund 4 Prozent an Zuwächsen.

Zu den weiteren Teilmärkten mit positiven Umsatzraten zählen der Architekturmarkt mit 2,5 Prozent sowie die Musikwirtschaft und der Werbemarkt mit jeweils rund 1 Prozent im Vergleichszeitraum 2009 bis 2011.

Abbildung 5.1: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009–2011
(Durchschnittliche Veränderung 2009–2011* in %)



Hinweis: *Grunddaten 2011 geschätzt bzw. vorläufig.

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

Der Presse- und der Buchmarkt sind die einzigen beiden Teilmärkte, die mit einem Umsatzminus von 0,6 und 4,4 Prozent wirtschaftliche Einbußen hinnehmen müssen.

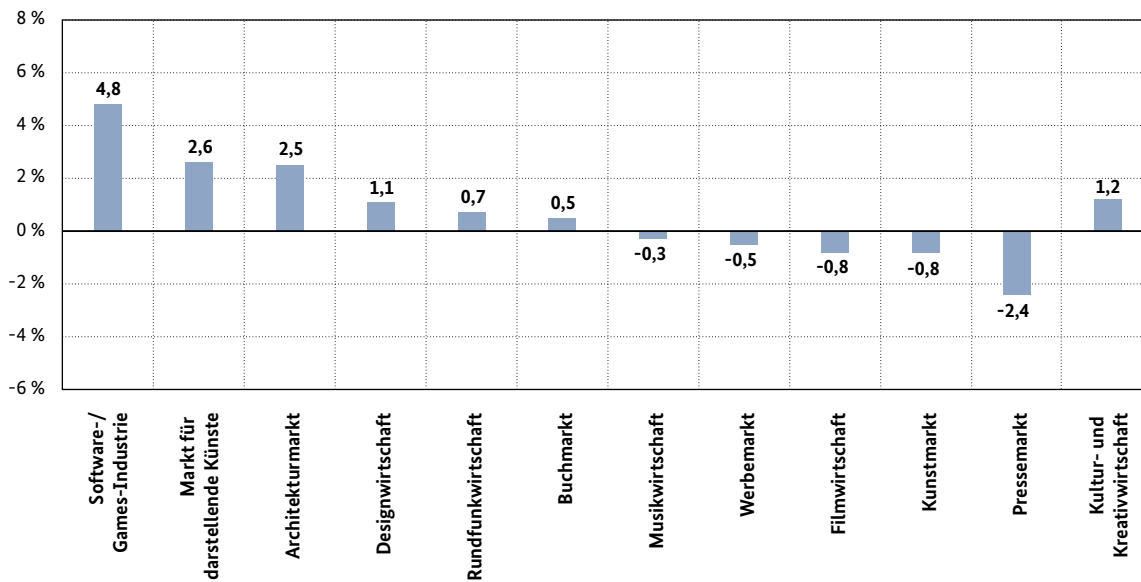
Gemessen an der wirtschaftlichen Größe der Teilmärkte wird die Kultur- und Kreativwirtschaft am stärksten von den vier Teilmärkten Pressemarkt (31 Milliarden Euro), Software-/Games-Industrie (30 Milliarden Euro), Werbemarkt (26 Milliarden Euro) und Designwirtschaft (19 Milliarden Euro) geprägt. Während die Software-/Games-Industrie und die Designwirtschaft als wichtigste Wachstumstreiber genannt werden, gilt dies für den Werbemarkt in Bezug auf seine minimale Wachstumsrate nur sehr eingeschränkt. Der Pressemarkt als größter Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft, kann in Folge der starken Strukturumwälzungen, gegenwärtig nur als Schrumpfungsmarkt bezeichnet werden.

Der Erwerbstätigenmarkt erholt sich nach der Krise

Der Erwerbstätigenmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft konnte nach dem Krisenjahr 2009 erstmalig im Jahr 2011 wieder ein positives Wachstum erzielen. Im Durchschnitt der Vergleichsperiode 2009 bis 2011 konnte der Erwerbstätigenmarkt mit einem Zuwachs von 1,2 Prozent jährlich zulegen.

Sechs der elf Teilmärkte verzeichneten durchschnittliche Zuwachsraten von 0,5 bis 4,8 Prozent. Die Software-/Games-Industrie erreicht wiederum den Spitzenplatz in der Wachstumsdynamik mit 4,8 Prozent, gefolgt vom Markt für darstellende Künste und dem Architekturmarkt mit jeweils rund 2,5 Prozent Zuwachs. Die Designwirtschaft mit 1,1 Prozent und die Rundfunkwirtschaft mit 0,7 Prozent rangieren auf den weiteren Plätzen. Überraschenderweise signalisiert

Abbildung 5.2: Entwicklung der Erwerbstätigkeit in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009–2011
(Durchschnittliche Veränderung 2009–2011* in %)



Hinweis: *Grunddaten 2011 geschätzt bzw. vorläufig.

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

ebenso der Buchmarkt ein kleines Plus mit 0,5 Prozent. Dies ist umso erstaunlicher, da der Buchmarkt mit einem durchschnittlichen Umsatzminus von 4,4 Prozent in derselben Vergleichsperiode einen erheblichen wirtschaftlichen Einbruch zu verkraften hat. Der Beschäftigungszuwachs beruht vor allem auf einem Zuwachs im Buchhandel, jedoch ist anzunehmen, dass dieser Zuwachs vornehmlich auf einer statistischen Umsetzung innerhalb der Beschäftigtenstatistik beruhen dürfte und weniger ein reales Marktergebnis darstellt.

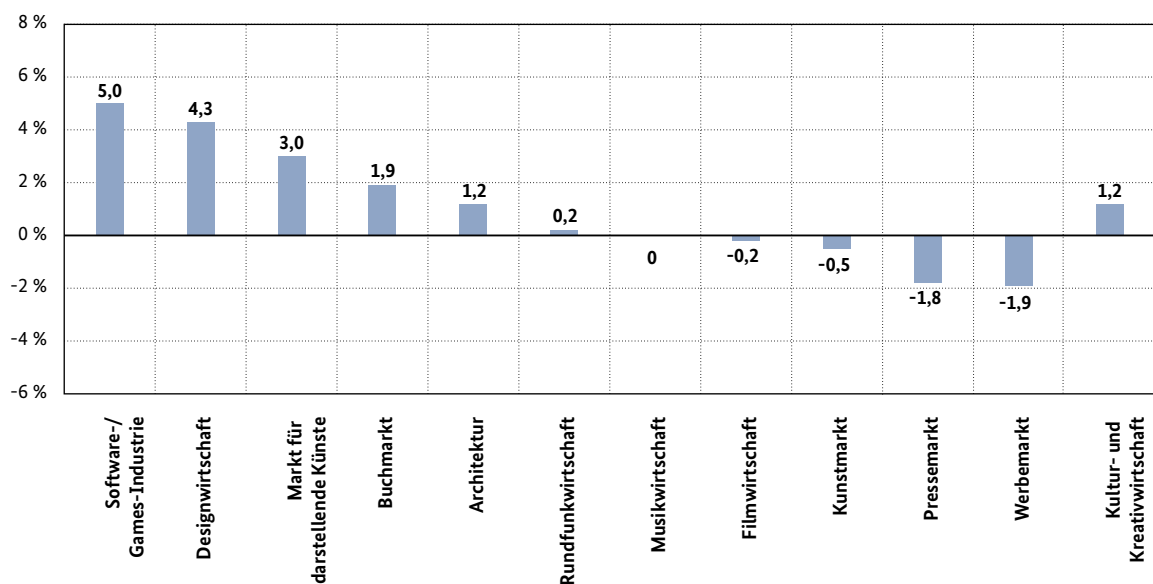
Zu den Teilmärkten mit negativer Entwicklung der Erwerbstätigkeit zählen die Musikwirtschaft, der Werbemarkt, die Filmwirtschaft sowie der Kunstmarkt, die jeweils minimale durchschnittliche Verluste von 0,3 bis 0,8 Prozent zu verzeichnen hatten. Der Pressemarkt wiederum liegt erwartungsgemäß auf Grund seiner ungünstigen wirtschaftlichen Entwicklung auch im Erwerbstätigenmarkt mit einem durchschnittlichen Minus von 2,4 Prozent am Ende der Rangskala.

Die Zahl der Unternehmensgründungen steigt wieder an

Nachdem im Jahr 2010 in sechs der elf Teilmärkte die Zahl der Unternehmen geschrumpft war, hat sich der Trend im Folgejahr 2011 wieder deutlich verbessert. Insgesamt erreicht die Unternehmensentwicklung im jährlichen Durchschnitt der Vergleichsperiode 2009 bis 2011 einen Zuwachs von 1,2 Prozent.

Die Software-/Games-Industrie wächst mit einem Jahresdurchschnitt von 5,0 Prozent, gefolgt von der Designwirtschaft mit 4,3 Prozent und dem Markt für darstellende Künste mit 3,0 Prozent. Im Hinblick auf die einzelnen Wirtschaftszweige dieser Wachstumsmärkte treten vor allem die Softwareentwickler und Programmierer hervor und zwar mit zweistelligen Wachstumsraten allein im Jahr 2011. Ähnlich starke Impulse werden in der Designwirtschaft registriert. Hier steigen die Zahlen der Industrie-/Produktdesigner, der Grafik-/Kommunikationsdesigner oder der Innenarchitekten

Abbildung 5.3: Entwicklung der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009–2011
(Durchschnittliche Veränderung 2009–2011* in %)



Hinweis: *Grunddaten 2011 geschätzt bzw. vorläufig.

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

innerhalb eines Jahres jeweils um mehr als 10 Prozent. Wie schon im Jahr 2010 zu registrieren war, steigt ebenso die Zahl der selbständigen Künstler/-innen im Jahr 2011 weiter an. Musiker/-innen, Schriftsteller/-innen, Übersetzer/-innen bildende Künstler/-innen, Schauspieler/-innen oder Journalistinnen legen im Schnitt um 2 Prozent zu.

Zu den Teilmärkten mit negativer Entwicklung zählen in erster Linie die Presse- und Werbemärkte, die in der Vergleichsperiode 2009 bis 2011 durchschnittliche Jahresverluste von jeweils knapp 2 Prozent hinnehmen mussten. Besonders hart trifft es die Korrespondenzbüros, die Presseverlage und den Presse Einzelhandel. So verschwinden allein im Jahr 2011 zwischen 1 Prozent und 7 Prozent aller Selbständigen oder Unternehmen in diesen Wirtschaftszweigen.

Insgesamt ist der Trend jedoch positiv in 2011. Es müssen jedoch weitere wirtschaftliche Wachstumsimpulse in den Folgejahren erzielt werden, damit auch die Zahl der Selbständigen wieder kontinuierlich wächst.

Erneut positive Aussichten für das Wirtschaftsjahr 2012

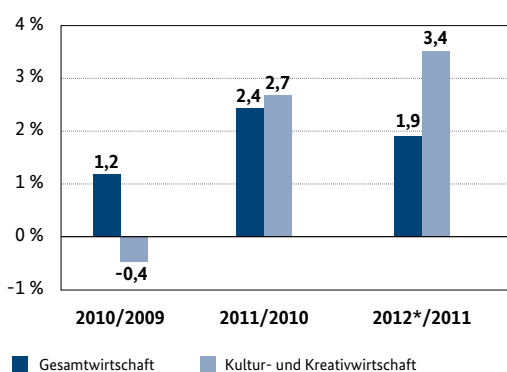
Nachdem die Kultur- und Kreativwirtschaft schätzungsweise bereits das Wirtschaftsjahr 2011 mit einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung abschließen wird und damit im zweiten Jahr nach dem Kriseneinbruch 2009 eine gute Entwicklung vorlegen kann, wird dies voraussichtlich auch durch die Entwicklung im Beschäftigungsmarkt bestätigt.

Nach den ersten vorliegenden Daten der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für das Jahr 2012 ist mit einem voraussichtlichen Zuwachs der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von mindestens plus 3,4 Prozent gegenüber dem Jahr 2011 zu rechnen. Die Gesamtwirtschaft wird einen Wert von lediglich 1,9 Prozent erreichen. Sollten sich die vorläufigen Daten im Lauf des Frühjahrs 2013 bestätigen lassen, wäre die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2012 fast doppelt so schnell gewachsen, wie die Gesamtwirtschaft. Eine solche Wachstumsdynamik hat es innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zuletzt in den 90er Jahren gegeben.

Setzt sich der beschriebene Trend fort, wäre dies erneut ein außerordentlich starkes Signal aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Denn es würde bedeuten, dass sich die wirtschaftliche Lage der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter stabilisiert hat, denn sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze sind in der Regel kostenintensiver als Freiberufler oder Werkdienstleister sind.

Es wird erwartet, dass die Teilmärkte Designwirtschaft, Architekturmarkt, Werbemarkt und Software-/Games-Industrie zu den wesentlichen Treibern der Beschäftigungsdynamik in der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen werden. Diese Teilmärkte gelten zugleich als starke Märkte mit hohen Unternehmenszahlen. Da sie vorwiegend als Dienstleister für andere Branchen in der verarbeitenden Industrie oder im Handel tätig sind, hängt die weitere Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft insbesondere von der konjunkturellen Entwicklung der Gesamtwirtschaft ab. Nach den erwarteten starken Zuwächsen des Bruttoinlandsprodukts im Jahr 2010 mit 4,2 Prozent und im Jahr 2011 mit 3,0 Prozent rechnet das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie für 2012 mit einem abgeschwächten Wachstum von unter einem Prozent. In

Abbildung 5.4: Entwicklung der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft
(Veränderung zum Vorjahr in %)



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

der Folge dieser immerhin positiven Entwicklung wird die Kultur- und Kreativwirtschaft sich in einer differenzierten wirtschaftlichen Lage mit positivem Trend entwickeln.

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 ausreichend sein. Die vertiefte Kenntnis der wirtschaftli-

chen 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 und 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.

Rund 47.600 selbständige Künstler/-innen mit Jahresumsätzen von 17.500 Euro und mehr arbeiten im Jahr 2010 in Deutschland. Das erzielte Umsatzvolumen liegt bei rund 3,9 Milliarden Euro. Im Durchschnitt kann ein/-e Künstler/-in einen Jahresumsatz von 82.000 Euro erwirtschaften.

Darüber hinaus können aus der Künstlersozialkasse zusätzlich weitere 118.000 freiberufliche Künstler/

Abbildung 5.5: Selbständige Künstler/Schriftsteller/-innen einschließlich Journalisten, Journalistinnen u. ä. 2010

	Selbständige Künstler und Wortberufe		Umsatz		Umsatz je Selbständiger
	Anzahl	%-Anteil	in Mio. €	%-Anteil	in Tsd. €
Gruppe Musik					
Komponist/-in	2.643	6 %	261	7 %	99
Musik- und Tanzensembles	1.661	3 %	210	5 %	126
Gruppe Bildende Kunst					
Bildende Künstler/-in	8.814	19 %	750	19 %	85
Restaurator/-in	1.471	3 %	171	4 %	116
Gruppe darstellende Kunst					
Bühnenkünstler/-in	8.710	18 %	752	19 %	86
Gruppe Literatur/Wort					
Schriftsteller/-in	6.941	15 %	552	14 %	79
Journalist/-in	17.401	37 %	1.219	31 %	70
Insgesamt	47.641	100 %	3.915	100 %	82
Zum Vergleich Freiberufliche Künstler/-innen nach Künstlersozialkasse ¹	165.646	-	-	-	-

Hinweise: Selbständige Künstler-/Kulturberufe mit Jahresumsätzen von 17.500 Euro und mehr.

1 Erfassung über Künstlersozialkasse, Stand 2010

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2012; Künstlersozialkasse 2011, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

-innen ermittelt werden, die weniger als 17.500 Euro im Jahr umsetzen. Insgesamt sind damit schätzungsweise knapp 165.600 selbständige Künstler/-innen am Markt tätig.

Im Kernbereich der 47.600 Künstler/-innen (auf Basis der Umsatzsteuerstatistik) stellt die Gruppe der Literatur- und Wortberufe mit 52 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 9 Prozent Anteil, die jedoch in wirtschaftlicher Hinsicht die erfolgreichste Gruppe sind. Sie erwirtschaften einen Jahresumsatz von durchschnittlich 99.000 Euro bis 126.000 Euro. Lediglich die Restauratorgruppe zählen noch zu einer vergleichbaren Umsatzklasse mit 116.000 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 70.000 bis 79.000 Euro den geringsten Umsatzdurchschnitt. Die Verteilung nach Umsatzgrößenklassen zeigt allerdings eine breite Streuung in allen Künstlergruppen, wie die folgende Auswertung deutlich macht.

Verteilung der selbständigen Künstler/-innen nach Umsatzgrößenklassen 2010

In den kleinsten Umsatzklassen von 17.500 Euro bis 50.000 Euro befinden sich mit rund 55 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 gibt es noch beachtliche Anteilswerte. Zusammen erreichen die Künstlergruppen hier teilweise bis zu 40 Prozent Anteile. Die weiteren Umsatzklassen ab 250.000 Euro liegen jeweils bei Anteilswerten von unter 10 Prozent.

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

Abbildung 5.6: Verteilung der selbständigen Künstler/-innen nach Umsatzgrößenklassen 2010

Absolutangaben	Komponisten	Musik-ensembles	Bildende Künstler	Bühnen-künstler	Schrift-steller	Journalisten
	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Umsatzgrößenklassen						
17.500 – 50.000 €	1.450	1.014	5.014	4.984	3.943	10.093
50.000 – 100.000 €	630	342	2.238	2.130	1.818	4.920
100.000 – 250.000 €	398	189	1.147	1.167	902	1.872
250.000 – 500.000 €	99	59	279	280	187	375
500.000 – 1 Mio. €	46	29	92	95	58	103
ab 1 Million €	20	28	44	54	33	38
Insgesamt	2.643	1.661	8.814	8.710	6.941	17.401
Anteil in %						
	in %	in %	in %	in %	in %	in %
Umsatzgrößenklassen						
17.500 – 50.000 €	54,9 %	61,0 %	56,9 %	57,2 %	56,8 %	58,0 %
50.000 – 100.000 €	23,8 %	20,6 %	25,4 %	24,5 %	26,2 %	28,3 %
100.000 – 250.000 €	15,1 %	11,4 %	13,0 %	13,4 %	13,0 %	10,8 %
250.000 – 500.000 €	3,7 %	3,6 %	3,2 %	3,2 %	2,7 %	2,2 %
500.000 – 1 Mio. €	1,7 %	1,7 %	1,0 %	1,1 %	0,8 %	0,6 %
ab 1 Million €	0,8 %	1,7 %	0,5 %	0,6 %	0,5 %	0,2 %
Insgesamt	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Hinweis: Auswahl ohne selbständige Restauratoren

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

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 zum 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 gezielt kulturpolitisch ausgerichteten Begriff der Kultur basiert und ihn nach kulturspezifischen Dimensionen, den sogenannten Domänen gliedert. Die hier dargestellten Kurzergebnisse wurden im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission erarbeitet und stellen erstmals den gesamten Kultursektor in Deutschland in der Abgrenzung der UNESCO-Definition dar.

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 die öffentlichen, intermediären und privatwirtschaftlichen Sektoren, soweit diese mittels statistischer Datenquellen erfasst werden können.

Demnach umfasst der Kultursektor in Deutschland im Jahr 2010 ein Erwerbstätigenvolumen von insgesamt 1,5 Millionen Personen. Damit erreicht der Kultursektor einen Anteil an allen Erwerbstätigen von 3,7 Prozent. Davon arbeiten rund 478.000 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 472.000 Erwerbstätigen und mit knapp 443.000 Erwerbstätigen Anteile von jeweils 30 Prozent bzw. 28 Prozent des Kultursektors. Die Kulturdomäne „Audiovisuelle/interaktive Medien“ und die Kulturdomäne „Darstellende Kunst und Feste“ folgen mit mehr als 304.000 bzw. 19 Prozent und knapp 158.000 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.

Der Kultursektor zeichnet sich gemeinhin durch einen hohen **Selbständigenanteil** aus. Mit einem Umfang von rund 478.000 Selbständigen beträgt ihr Anteil im Kultursektor im Jahr 2010 rund 32 Prozent und umfasst damit nahezu ein Drittel der Erwerbstätigen des gesamten Kultursektors. Die Gruppe der Selbständigen kann unterschieden werden in die geringfügig und die „regulären“ Selbständigen. Bei den Zahlenangaben zu den geringfügig Selbständigen handelt es sich um Schätzungen. Bei den rund 238.000 so genannten 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 geringerem erwerbswirtschaftlichen Umfang ausüben. Zu den Selbständigen ab 17.500 Euro Jahresumsatz zählen rund 240.000 Personen, die in der Regel die Selbständigkeit im Hauptberuf ausüben und ihre Existenz damit absichern wollen.

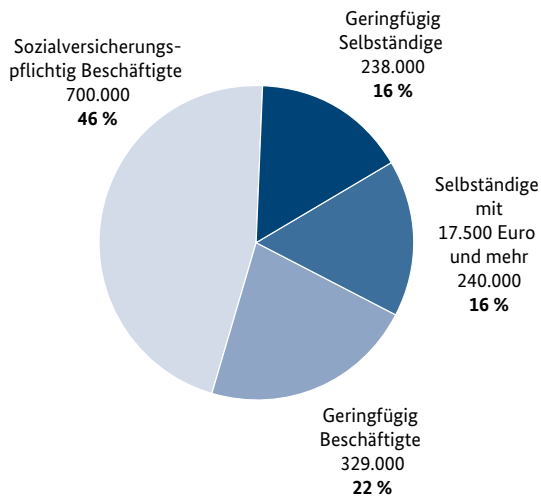
Abbildung 5.7: Erwerbstätige* im Kultursektor nach den Domänen 2010

Domäne	Erwerbstätige	
	Anzahl	Anzahl
A. Kultur- und Naturerbe	44.200	3 %
B. Darstellende Kunst	157.747	10 %
C. Bildende Kunst und Kunsthandwerk	134.501	9 %
D. Buch- und Presse	471.821	30 %
E. Audiovisuelle/interaktive Medien	304.471	19 %
F. Design und kreative Dienstleistungen	442.604	28 %
Transversale Domäne	10.158	1 %
Kultursektor mit Doppelzählung	1.565.502	100 %
Doppelzählung	59.559	-
FCS-Kultursektor	1.505.943	-
%-Anteil Kultursektor an Gesamtwirtschaft	3,7 %	-

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 2012; Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnungen Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.

Abbildung 5.8: Struktur der Erwerbstätigkeit des Kultursektors nach Stellung im Beruf 2010



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 2012, Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2012; eigene Berechnungen und Schätzungen, Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.

Der Beschäftigungsmarkt mit den **abhängig Beschäftigten** erreicht im Jahr 2010 einen Umfang von rund einer Million Personen und damit einen Anteil von 2,9 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 700.000 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 2010 bei knapp 329.000 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 38 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 44 Prozent des Kultursektors. Somit arbeiten fast die Hälfte aller geringfügig Beschäftigten in der Kulturdo-

mäne „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 die, mit Hilfe des UNESCO-Framework for Cultural Statistics vorgenommene Abgrenzung des Kultursektors, eine pragmatische Vorgehensweise sein kann, um nützliche Grundinformationen für die kulturpolitisch interessierte Fachöffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

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, da 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 (Vorleistungsver-

flechtung) ist. Zum Beispiel betrug die Bruttowertschöpfung für Deutschland im Jahr 2010 (alle Wirtschaftszweige) 2.217 Milliarden Euro, während im selben Jahr die steuerbaren Umsätze 5.241 Milliarden 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 Millionen Euro), kann die Kultur- und Kreativwirtschaft auch nach Größenstrukturen untersucht werden. Dazu wird der Begriff *Binensegmentierung* 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 Einpersonenerntnehmern 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 Mini-jobbereichs.

Mikrozensus

Der Mikrozensus ist keine Vollerhebung, sondern eine 1-Prozent-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 Faktiefe 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 2011

Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach neuer WZ-2008

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert UST	Anteilswert 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 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		
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	Museumshops 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 und -vertrieb		
59.14	Kinos		
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*		
77.22	Videotheken		
5. Rundfunkwirtschaft			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*		
60.10	Hörfunkveranstalter		40 %
60.20	Fernsehveranstalter		40 %

Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach neuer WZ-2008

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert UST	Anteilswert SVB
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 Kleinkunsthöfen		
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die 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 von 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- und Landesplanung		
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung		
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen		
9. Pressemarkt			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und 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 und Zeitungen		
10. Werbemarkt			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*		
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen		
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen		
63.12	Webportale		
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen		
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung		
58.29	Verlegen von sonstiger Software		



Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach neuer WZ-2008

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert UST	Anteilswert SVB
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive		8 %
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen		8 %
91.04	Botanische und 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 = mit angegebenem Prozentwert dem Wirtschaftszweig zugeordnet.

Quelle: Destatis, Wirtschaftszweigklassifikation WZ-2008; Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.

6.3 Statistische Daten

Tabelle 1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009 bis 2011

Kategorie	2009	2010	2011*	Veränderung in % 2011*/2010
Statistischer Kernbestand				
Anzahl Unternehmen in Tausend¹				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	238	240	244	2,0 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,6 %	7,6 %	7,5%	-
Umsatz in Milliarden Euro				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	134,3	137,3	143,4	4,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,7 %	2,6 %	2,6 %	-
Anzahl Beschäftigte in Tausend (svB)²				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	723	720	740	2,7 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,6 %	2,6 %	2,6 %	-
Anzahl Erwerbstätige in Tausend³				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	962	960	984	2,5 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,2 %	3,1 %	3,1 %	-
Statistische Schätzungen				
Anzahl geringfügig Tätige in Tausend⁴				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	194	209	225	7,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	18,0 %	19,1 %	19,9 %	-
Anzahl geringfügig Beschäftigte in Tausend⁵				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	510	504,6	486,1	-3,7 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,1 %	6,9 %	4,0 %	-
Anzahl geringfügig Erwerbstätige in Tausend⁵				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	704	714	711	-0,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,2 %	6,2 %	6,0 %	-
Statistischer Kernbestand und Schätzungen				
Anzahl Erwerbstätige total in Tausend⁶				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	1.666	1.674	1.695	1,3 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,3 %	4,3 %	4,3 %	-
Bruttowertschöpfung in Milliarden Euro⁷				
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	61,5	61,4	62,7	2,2 %
- Anteil KKW am BIP	2,6 %	2,5 %	2,4 %	-
- Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.374,5	2.496,2	2.592,6	3,9 %
Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft				
Umsatz je Unternehmen in Tausend Euro	563	573	587	2,4 %
Umsatz je Beschäftigter in Tausend Euro	186	191	194	1,7 %
Umsatz je Erwerbstätiger in Tausend Euro	140	143	146	1,8 %
Beschäftigte je Unternehmen	3,0	3,0	3,0	0,7 %
Erwerbstätige je Unternehmen	4,0	4,0	4,0	0,5 %
BWS je Erwerbstätiger in Tausend Euro	63,9	63,9	63,7	-0,3 %
Anteil Selbständige an Erwerbstätige in % (Kernbestand)	25	25	25	-

Hinweis: *Schätzungen und vorläufige Angaben. Schätzungen 2011 basieren auf den Entwicklungsraten der Vorjahre, der Konjunkturstatistik 2012 und der Beschäftigtenstatistik 2012.

- 1 Steuerpflichtige Unternehmer und Unternehmen mit 17.500 Euro 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 Euro Jahresumsatz auf Basis Mikrozensus). Wegen Datenkorrektur gegenüber Monitoring 2010 steigen die geschätzten Anteilswerte von jeweils rund 5 Prozent auf rund 19 Prozent.
- 5 Zusätzlich statistisch nachweisbare geringfügig Beschäftigte und auf Basis Mikrozensus.
- 6 Erwerbstätige total umfasst sämtliche Selbständige und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Beschäftigte und Tätige auf Basis Mikrozensus.
- 7 Bruttowertschöpfung 2009 und 2010 basiert auf aktualisierten Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und umfasst nur Mindestangaben (VGR, Stand: Oktober 2012, WZ-Auswahl: 58-60, 73, 90-92, ohne 62, 71, 74); Bruttowertschöpfung für die Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 Schätzung.

Quelle: Destatis 2012; Bundesagentur für Arbeit 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

**Tabelle 2: Kultur- und Kreativwirtschaft nach elf Teilmärkten.
Unternehmen, Umsätze, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte, 2009 bis 2011**

Teilmarkt	Kategorie	Anzahl 2009	Anzahl 2010	Anzahl 2011*
1. Musikwirtschaft	Unternehmen	13.862	13.723	13.851
2. Buchmarkt	Unternehmen	16.232	16.481	16.859
3. Kunstmarkt	Unternehmen	13.763	13.464	13.634
4. Filmwirtschaft	Unternehmen	18.312	17.956	18.223
5. Rundfunkwirtschaft	Unternehmen	17.853	17.751	17.932
6. Markt für darstellende Künste	Unternehmen	14.993	15.402	15.895
7. Designwirtschaft	Unternehmen	48.332	50.111	52.570
8. Architekturmarkt	Unternehmen	39.956	40.159	40.956
9. Pressemarkt	Unternehmen	34.317	33.564	33.117
10. Werbemarkt	Unternehmen	37.082	35.330	35.683
11. Software-/Games-Industrie	Unternehmen	27.018	28.527	29.802
12. Sonstige	Unternehmen	7.353	7.506	7.523
Mit Doppelzählung	Unternehmen	289.073	289.974	296.045
Doppelte WZ	Unternehmen	50.594	50.440	51.720
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.	Unternehmen	238.479	239.534	244.325
Gesamtwirtschaft	Unternehmen	3.135.542	3.165.286	3.272.906
1. Musikwirtschaft	Umsatz in Mio. €	6.307	6.270	6.472
2. Buchmarkt	Umsatz in Mio. €	14.848	14.182	13.574
3. Kunstmarkt	Umsatz in Mio. €	2.146	2.332	2.410
4. Filmwirtschaft	Umsatz in Mio. €	8.734	8.925	9.481
5. Rundfunkwirtschaft	Umsatz in Mio. €	7.445	7.671	8.425
6. Markt für darstellende Künste	Umsatz in Mio. €	3.316	3.478	3.622
7. Designwirtschaft	Umsatz in Mio. €	17.595	18.243	19.388
8. Architekturmarkt	Umsatz in Mio. €	7.967	8.031	8.365
9. Pressemarkt	Umsatz in Mio. €	31.341	31.398	30.936
10. Werbemarkt	Umsatz in Mio. €	25.508	25.714	26.023
11. Software-/Games-Industrie	Umsatz in Mio. €	24.296	26.496	30.339
12. Sonstige	Umsatz in Mio. €	1.579	1.588	1.669
Mit Doppelzählung	Umsatz in Mio. €	151.082	154.328	160.704
Doppelte WZ	Umsatz in Mio. €	16.751	16.993	17.329
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.	Umsatz in Mio. €	238.479	137.335	143.375
Gesamtwirtschaft	Umsatz in Mio. €	4.897.938	5.240.997	5.445.396

**Tabelle 2: Kultur- und Kreativwirtschaft nach elf Teilmärkten.
Unternehmen, Umsätze, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte, 2009 bis 2011**

Teilmarkt	Kategorie	Anzahl 2009	Anzahl 2010	Anzahl 2011*
1. Musikwirtschaft	Erwerbstätige	47.036	46.771	46.798
2. Buchmarkt	Erwerbstätige	79.379	77.405	80.123
3. Kunstmarkt	Erwerbstätige	19.515	19.243	19.206
4. Filmwirtschaft	Erwerbstätige	61.753	60.392	60.828
5. Rundfunkwirtschaft	Erwerbstätige	39.537	39.444	40.092
6. Markt für darstellende Künste	Erwerbstätige	32.416	33.282	34.122
7. Designwirtschaft	Erwerbstätige	126.101	126.285	128.965
8. Architekturmarkt	Erwerbstätige	100.425	102.213	105.578
9. Pressemarkt	Erwerbstätige	169.841	164.615	161.903
10. Werbemarkt	Erwerbstätige	142.077	137.700	140.693
11. Software-/Games-Industrie	Erwerbstätige	244.615	252.382	268.683
12. Sonstige	Erwerbstätige	15.370	15.023	14.983
Mit Doppelzählung	Erwerbstätige	1.078.065	1.074.755	1.101.974
Doppelte WZ	Erwerbstätige	116.297	114.819	117.807
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	Erwerbstätige	961.768	959.936	984.166
Gesamtwirtschaft	Erwerbstätige	30.515.638	30.875.773	31.654.249
<hr/>				
1. Musikwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	33.174	33.048	32.947
2. Buchmarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	63.147	60.924	63.264
3. Kunstmarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	5.752	5.779	5.572
4. Filmwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	43.441	42.436	42.605
5. Rundfunkwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	21.684	21.693	22.160
6. Markt für darstellende Künste	abhängig Beschäftigte (svB)	17.423	17.880	18.228
7. Designwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	77.769	76.174	76.395
8. Architekturmarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	60.469	62.054	64.622
9. Pressemarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	135.524	131.051	128.786
10. Werbemarkt	abhängig Beschäftigte (svB)	104.995	102.370	105.010
11. Software-/Games-Industrie	abhängig Beschäftigte (svB)	217.597	223.855	238.881
12. Sonstige	abhängig Beschäftigte (svB)	8.017	7.517	7.460
Mit Doppelzählung	abhängig Beschäftigte (svB)	788.992	784.781	805.928
Doppelte WZ	abhängig Beschäftigte (svB)	65.703	64.379	66.087
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12.	abhängig Beschäftigte (svB)	723.289	720.402	739.841
Gesamtwirtschaft	abhängig Beschäftigte (svB)	27.380.096	27.710.487	28.381.343
<hr/>				
1. Musikwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	11.160	11.061	11.200
2. Buchmarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	21.051	20.915	20.454
3. Kunstmarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	4.578	4.479	4.341
4. Filmwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	28.892	27.862	26.481
5. Rundfunkwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	2.067	1.985	1.726
6. Markt für darstellende Künste	geringfügig Beschäftigte (gfB)	11.968	12.117	12.635
7. Designwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	42.052	41.037	42.308

→

**Tabelle 2: Kultur- und Kreativwirtschaft nach elf Teilmärkten.
Unternehmen, Umsätze, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte, 2009 bis 2011**

Teilmarkt	Kategorie	Anzahl 2009	Anzahl 2010	Anzahl 2011*
8. Architekturmarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	18.181	18.099	18.311
9. Pressemarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	106.339	104.314	103.322
10. Werbemarkt	geringfügig Beschäftigte (gfB)	67.809	66.308	67.139
11. Software-/Games-Industrie	geringfügig Beschäftigte (gfB)	21.657	22.046	23.287
12. Sonstige	geringfügig Beschäftigte (gfB)	1.826	1.730	1.787
Mit Doppelzählung	geringfügig Beschäftigte (gfB)	337.580	331.953	332.991
Doppelte WZ	geringfügig Beschäftigte (gfB)	40.778	39.538	40.881
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.	geringfügig Beschäftigte (gfB)	296.802	292.415	292.110
Gesamtwirtschaft	geringfügig Beschäftigte (gfB)	7.191.748	7.274.398	7.386.881

Hinweis: * Schätzungen bzw. vorläufige Angaben, 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 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 3.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Unternehmen Anzahl 2009	Unternehmen Anzahl 2010	Unternehmen Anzahl 2011**
1. Musikwirtschaft				
90.03.1	Selbständige Musiker/-innen etc.	2.656	2.643	2.696
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	1.828	1.661	1.578
59.20.1	Tonstudios etc.	479	539	548
59.20.2	Tonträgerverlage	395	390	414
59.20.3	Musikverlage	1.200	1.149	1.096
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter*	1.414	1.400	1.415
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	228	228	232
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	2.024	2.109	2.224
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	2.235	2.142	2.209
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	238	282	269
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	1.165	1.180	1.171
	Teilmarkt insgesamt	13.862	13.723	13.851
2. Buchmarkt				
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	6.616	6.941	7.149
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	1.584	1.625	1.717
58.11	Buchverlage	2.193	2.220	2.275
47.61	Einzelhandel mit Büchern	4.290	4.195	4.279
47.79.2	Antiquariate	479	459	455
18.14	Buchbinderei etc.	1.070	1.041	985
	Teilmarkt insgesamt	16.232	16.481	16.859
3. Kunstmarkt				
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	8.883	8.814	8.902
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.**	1.797	1.712	1.746
91.02	Museumshops etc.	890	823	823
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	2.193	2.115	2.162
	Teilmarkt insgesamt	13.763	13.464	13.634

→

Tabelle 3.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Unternehmen Anzahl 2009	Unternehmen Anzahl 2010	Unternehmen Anzahl 2011**
4. Filmwirtschaft				
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	8.455	8.710	8.971
59.11	Film-/TV-Produktion	5.785	5.253	5.304
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	696	767	788
59.13	Filmverleih und -vertrieb	929	865	846
59.14	Kinos	888	878	881
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	238	282	269
77.22	Videotheken	1.321	1.201	1.164
	Teilmarkt insgesamt	18.312	17.956	18.223
5. Rundfunkwirtschaft				
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	17.500	17.401	17.575
60.10	Hörfunkveranstalter	266	262	265
60.20	Fernsehveranstalter	87	88	92
	Teilmarkt insgesamt	17.853	17.751	17.932
6. Markt für darstellende Künste				
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	8.455	8.710	8.971
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe	564	573	585
90.01.1	Theaterensembles	126	124	112
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	1.414	1.400	1.386
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	228	228	232
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	196	178	177
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	2.024	2.109	2.224
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	1.986	2.080	2.208
	Teilmarkt insgesamt	14.993	15.402	15.895
7. Designwirtschaft				
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	1.606	2.164	2.388
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	5.506	7.269	8.347
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	8.017	7.679	7.833
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	2.675	3.185	3.504
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50 %)*	18.060	17.125	17.560
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	3.777	3.706	3.891
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	8.691	8.983	9.047
	Teilmarkt insgesamt	48.332	50.111	52.570
8. Architekturmarkt				
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	28.140	27.587	27.863
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	2.675	3.185	3.504
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	4.664	4.828	5.000
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	3.072	3.088	3.121
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	1.405	1.471	1.468
	Teilmarkt insgesamt	39.956	40.159	40.956

→

Tabelle 3.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Unternehmen Anzahl 2009	Unternehmen Anzahl 2010	Unternehmen Anzahl 2011**
9. Pressemarkt				
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	17.500	17.401	17.575
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	995	989	979
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	211	200	190
58.13	Verlegen von Zeitungen	831	829	796
58.14	Verlegen von Zeitschriften	1.848	1.782	1.711
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.396	3.144	2.924
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	9.536	9.219	8.942
	Teilmarkt insgesamt	34.317	33.564	33.117
10. Werbemarkt				
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	36.120	34.250	34.593
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	962	1.080	1.091
	Teilmarkt insgesamt	37.082	35.330	35.683
11. Software-/Games-Industrie				
58.21	Verlegen von Computerspielen	392	354	336
58.29	Verlegen von sonstiger Software	354	474	498
63.12	Webportale	190	271	360
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	7.457	8.256	8.669
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	18.625	19.172	19.939
	Teilmarkt insgesamt	27.018	28.527	29.802
12. Sonstige				
91.01	Bibliotheken und Archive	111	100	90
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	104	95	86
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	262	265	268
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	6.006	6.237	6.299
74.20.2	Fotolabors	518	466	419
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	352	343	360
	Sonstige insgesamt	7.353	7.506	7.523
	Mit Doppelzählung	289.073	289.974	296.045
	Doppelte Wirtschaftszweige	50.594	50.440	51.720
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.		238.479	239.534	244.325
<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>		<i>7,6 %</i>	<i>7,6 %</i>	<i>7,5%</i>

Hinweise: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; **Schätzwert bzw. vorläufige Angaben; Schätzungen 2011 basieren auf den Entwicklungsraten der Vorjahre, der Konjunkturstatistik 2012 und der Beschäftigtenstatistik 2012; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tabelle 1.

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

Tabelle 3.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. Euro 2009	Umsatz in Mio. Euro 2010	Umsatz in Mio. Euro 2011**
1. Musikwirtschaft				
90.03.1	Selbständige Musiker/-innen etc.	261	261	268
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	225	210	195
59.20.1	Tonstudios etc.	93	109	114
59.20.2	Tonträgerverlage	1.215	989	1.032
59.20.3	Musikverlage	587	549	572
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter*	1.437	1.509	1.584
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	361	389	396
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	379	402	423
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.105	1.175	1.173
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	113	126	127
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	532	551	586
	Teilmarkt insgesamt	6.307	6.270	6.472
2. Buchmarkt				
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	522	552	585
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	271	274	288
58.11	Buchverlage	9.590	8.848	8.512
47.61	Einzelhandel mit Büchern	3.667	3.600	3.528
47.79.2	Antiquariate	66	72	76
18.14	Buchbinderei etc.	732	836	586
	Teilmarkt insgesamt	14.848	14.182	13.574
3. Kunstmarkt				
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	730	750	772
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.**	594	660	761
91.02	Museumsshops etc.	412	518	518
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	409	404	358
	Teilmarkt insgesamt	2.146	2.332	2.410
4. Filmwirtschaft				
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	720	752	783
59.11	Film-/TV-Produktion	4.447	4.489	4.798
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	124	153	163
59.13	Filmverleih und -vertrieb	1.667	1.815	1.940
59.14	Kinos	1.315	1.276	1.364
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	113	126	127
77.22	Videotheken	348	315	305
	Teilmarkt insgesamt	8.734	8.925	9.481
5. Rundfunkwirtschaft				
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	1.208	1.219	1.231
60.10	Hörfunkveranstalter	1.004	965	971
60.20	Fernsehveranstalter	5.233	5.487	6.223
	Teilmarkt insgesamt	7.445	7.671	8.425

→

Tabelle 3.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. Euro 2009	Umsatz in Mio. Euro 2010	Umsatz in Mio. Euro 2011**
6. Markt für darstellende Künste				
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	720	752	783
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	51	55	56
90.01.1	Theaterensembles	53	54	48
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	1.437	1.509	1.584
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	361	389	396
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöfen	81	78	77
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	379	402	423
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	235	239	254
Teilmarkt insgesamt		3.316	3.478	3.622
7. Designwirtschaft				
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	237	327	369
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	495	627	707
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	1.012	981	1.107
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	401	485	528
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50 %)*	12.132	12.112	12.257
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	2.216	2.531	3.182
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	1.102	1.179	1.238
Teilmarkt insgesamt		17.595	18.243	19.388
8. Architekturmarkt				
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	5.821	5.765	6.008
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	401	485	528
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	1.022	1.066	1.104
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	571	543	549
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	151	171	176
Teilmarkt insgesamt		7.967	8.031	8.365
9. Pressemarkt				
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	1.208	1.219	1.231
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	516	513	548
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	1.369	1.415	1.362
58.13	Verlegen von Zeitungen	10.930	11.183	10.847
58.14	Verlegen von Zeitschriften	9.918	9.933	9.933
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.996	3.785	3.641
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	3.403	3.351	3.374
Teilmarkt insgesamt		31.341	31.398	30.936
10. Werbemarkt				
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	24.264	24.223	24.514
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.244	1.491	1.509
Teilmarkt insgesamt		25.508	25.714	26.023

→

Tabelle 3.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. Euro 2009	Umsatz in Mio. Euro 2010	Umsatz in Mio. Euro 2011**
11. Software-/Games-Industrie				
58.21	Verlegen von Computerspielen	4.135	3.040	2.809
58.29	Verlegen von sonstiger Software	272	429	396
63.12	Webportale	324	477	526
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	2.530	2.732	3.224
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	17.034	19.818	23.385
Teilmarkt insgesamt		24.296	26.496	30.339
12. Sonstige				
91.01	Bibliotheken und Archive	63	66	68
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	39	32	35
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	244	267	279
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	428	462	486
74.20.2	Fotolabors	567	518	518
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	238	243	283
Sonstige insgesamt		1.579	1.588	1.669
Mit Doppelzählung		151.081	154.327	160.704
Doppelte Wirtschaftszweige		16.751	16.993	17.329
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.		134.330	137.333	143.375
<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>		<i>2,7 %</i>	<i>2,6 %</i>	<i>2,6%</i>

Hinweise: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; **Schätzwert bzw. vorläufige Angaben;
Schätzungen 2011 basieren auf den Entwicklungsraten der Vorjahre, der Konjunkturstatistik 2012 und der Beschäftigtenstatistik 2012; Differenzen rundungsbedingt;
weitere Hinweise siehe Tabelle 1.

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

Tabelle 3.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige Anzahl 2009	Erwerbstätige Anzahl 2010	Erwerbstätige Anzahl 2011**
1. Musikwirtschaft				
90.03.1	Selbständige Musiker/-innen etc.	2.839	2.818	2.876
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	7.352	6.869	6.291
59.20.1	Tonstudios etc.	1.392	1.408	1.431
59.20.2	Tonträgerverlage	2.680	2.543	2.701
59.20.3	Musikverlage	2.937	3.202	3.055
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter*	6.388	6.392	6.459
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	3.499	3.546	3.609
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	5.543	5.824	6.141
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	6.127	6.168	6.361
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	1.647	1.678	1.599
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	6.632	6.323	6.276
	Teilmarkt insgesamt	47.036	46.771	46.798
2. Buchmarkt				
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	6.967	7.296	7.522
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	4.704	4.711	4.977
58.11	Buchverlage	26.017	24.951	25.565
47.61	Einzelhandel mit Büchern	28.822	28.264	30.495
47.79.2	Antiquariate	817	780	773
18.14	Buchbinderei etc.	12.052	11.403	10.792
	Teilmarkt insgesamt	79.379	77.405	80.123
3. Kunstmarkt				
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	10.214	10.158	10.226
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.**	3.609	3.599	3.416
91.02	Museumshops etc.	2.100	2.029	2.029
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	3.592	3.457	3.534
	Teilmarkt insgesamt	19.515	19.243	19.206
4. Filmwirtschaft				
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	8.988	9.268	9.512
59.11	Film-/TV-Produktion	28.571	27.783	28.054
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	5.951	5.708	5.863
59.13	Filmverleih und -vertrieb	3.439	3.316	3.243
59.14	Kinos	9.174	8.961	8.993
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	1.647	1.678	1.599
77.22	Videotheken	3.983	3.678	3.564
	Teilmarkt insgesamt	61.753	60.392	60.828
5. Rundfunkwirtschaft				
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	18.455	18.273	18.439
60.10	Hörfunkveranstalter	13.776	13.782	13.947
60.20	Fernsehveranstalter	7.307	7.388	7.705
	Teilmarkt insgesamt	39.537	39.444	40.092

→

Tabelle 3.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige Anzahl 2009	Erwerbstätige Anzahl 2010	Erwerbstätige Anzahl 2011**
6. Markt für darstellende Künste				
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	8.988	9.268	9.512
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	1.294	1.283	1.310
90.01.1	Theaterensembles	1.243	1.331	1.201
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	6.388	6.392	6.430
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	3.499	3.546	3.609
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöfen	932	943	936
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	5.543	5.824	6.141
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	4.529	4.695	4.984
Teilmarkt insgesamt		32.416	33.282	34.122
7. Designwirtschaft				
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	3.341	4.248	4.688
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	8.360	10.356	11.892
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	10.599	10.476	10.757
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	4.154	4.754	5.341
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50 %)*	67.623	65.084	66.738
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	14.858	13.849	11.906
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	17.166	17.518	17.643
Teilmarkt insgesamt		126.101	126.285	128.965
8. Architekturmarkt				
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	74.905	75.523	77.813
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	4.154	4.754	5.341
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	11.405	11.653	12.068
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	7.056	7.338	7.417
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	2.905	2.945	2.939
Teilmarkt insgesamt		100.425	102.213	105.578
9. Pressemarkt				
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	18.455	18.273	18.439
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	9.131	8.917	9.459
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	5.102	5.071	4.332
58.13	Verlegen von Zeitungen	52.485	50.322	48.358
58.14	Verlegen von Zeitschriften	43.704	41.483	40.805
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	11.619	11.319	11.489
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	29.345	29.230	29.021
Teilmarkt insgesamt		169.841	164.615	161.903
10. Werbemarkt				
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	135.245	130.168	132.948
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	6.832	7.532	7.746
Teilmarkt insgesamt		142.077	137.700	140.693

→

Tabelle 3.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 bis 2011

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige Anzahl 2009	Erwerbstätige Anzahl 2010	Erwerbstätige Anzahl 2011**
11. Software-/Games-Industrie				
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.194	1.520	1.838
58.29	Verlegen von sonstiger Software	12.527	15.413	17.916
63.12	Webportale	2.309	3.578	5.195
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	25.588	29.573	34.296
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	202.997	202.298	209.438
Teilmarkt insgesamt		244.615	252.382	268.683
12. Sonstige				
91.01	Bibliotheken und Archive	1.032	995	982
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	221	210	214
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	773	775	800
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	6.421	6.651	6.776
74.20.2	Fotolabors	5.622	5.070	4.833
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	1.301	1.323	1.377
Sonstige insgesamt		15.370	15.023	14.983
Mit Doppelzählung		1.078.065	1.074.755	1.101.974
Doppelte Wirtschaftszweige		116.297	114.819	117.807
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.		961.768	959.936	984.166
<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>		3,2 %	3,1 %	3,1%

Hinweise: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; **Schätzwert bzw. vorläufige Angaben; Schätzungen 2011 basieren auf den Entwicklungsraten der Vorjahre, der Konjunkturstatistik 2012 und der Beschäftigtenstatistik 2012; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tabelle 1.

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

Tabelle 4.1: Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt 2010

Unternehmenstyp	Größenklasse		Unternehmen		Umsatz		Umsatz je Unternehmen
	in €	Anzahl	%-Anteil	in Mio. €	%-Anteil	in Tsd. €	
Kleine Unternehmen	bis 10 Mio.	5.473	2,3 %	22.136	15,7 %	4.045	
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio.	1.144	0,5 %	23.259	16,5 %	20.331	
Großunternehmen	ab 50 Mio.	290	0,1 %	57.070	40,4 %	196.795	
Alle Unternehmenstypen*	Insgesamt	242.998	100 %	141.237	100 %	581	

Hinweis: Unternehmen mit einem Jahresumsatz ab 17.500 Euro. 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. *Gesamtwerte der Kultur- und Kreativwirtschaft sind wegen Wirtschaftsgruppe Nr. 47.6 (Verlagshandel etc.) leicht erhöht. Summendifferenzen rundungsbedingt.

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

Tabelle 4.2: Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (Auswahl) 2010

Teilmarkt	Unternehmenstyp	Größenklasse	Unternehmen		% - Anteil		Umsatz je Unternehmen in Tsd. € 2010
			Anzahl 2010	Umsatz in Mio. € 2010	Unternehmen 2010	Umsatz 2010	
Musik 59.2 47.59.3	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	4.073	862	96,5 %	30,6 %	212
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	122	478	2,9 %	16,9 %	3.920
	Mittlere und große Unternehmen	bis 50 Mio. €	25	1.482	0,6 %	52,5 %	59.291
	-	ab 50 Mio. €	-	-	-	-	-
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	4.220	2.823	100,0 %	100,0 %	669
Buch 58.11 47.61	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	5.976	1.930	93,2 %	15,5 %	323
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	306	1.274	4,8 %	10,2 %	4.162
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. €	105	2.163	1,6 %	17,4 %	20.605
	Großunternehmen	ab 50 Mio. €	28	7.080	0,4 %	56,9 %	252.872
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	6.415	12.448	100,0 %	100,0 %	1.940
Kunst 91.02 ohne 47.78.3	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	787	177	95,6 %	34,1 %	225
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	31	133	3,8 %	25,6 %	4.278
	Mittlere und große Unternehmen	bis 50 Mio. €	5	209	0,6 %	40,3 %	41.718
	-	ab 50 Mio. €	-	-	-	-	-
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	823	518	100,0 %	100,0 %	630
Film 59.1	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	7.273	1.597	93,7 %	20,7 %	220
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	387	1.605	5,0 %	20,8 %	4.147
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. €	89	1.860	1,1 %	24,1 %	20.895
	Großunternehmen	ab 50 Mio. €	14	2.670	0,2 %	34,5 %	190.739
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	7.763	7.732	100,0 %	100,0 %	996
Rundfunk 60.1+2	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	243	163	69,4 %	2,5 %	670
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	70	275	20,0 %	4,3 %	3.922
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. €	27	548	7,7 %	8,5 %	20.288
	Großunternehmen	ab 50 Mio. €	10	5.467	2,9 %	84,7 %	546.699
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	350	6.452	100,0 %	100,0 %	18.434
Darst. Kunst 90.01 90.04	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	12.656	1.337	98,3 %	43,9 %	106
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	169	653	1,3 %	21,4 %	3.866
	Mittlere und Großunternehmen	bis 50 Mio. €	49	1.056	0,4 %	34,7 %	21.559
	-	ab 50 Mio. €	-	-	-	-	-
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	12.874	3.047	100,0 %	100,0 %	237
Design 74.1 ohne 73.11	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	17.034	1.549	99,5 %	80,0 %	91
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	73	282	0,4 %	14,6 %	3.866
	Mittlere und Großunternehmen	bis 50 Mio. €	5	104	0,0 %	2,8 %	20.852
	-	ab 50 Mio. €	-	-	-	-	-
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	17.112	1.935	100,0 %	100,0 %	113



Tabelle 4.2: Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (Auswahl) 2010

Teilmarkt	Unternehmenstyp	Größenklasse	Unternehmen	Umsatz	%-Anteil	%-Anteil	Umsatz je Unternehmen
WZ-Auswahl			Anzahl 2010	in Mio. € 2010	Unternehmen 2010	Umsatz 2010	in Tsd. € 2010
Architektur 71.11	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	38.306	5.973	99,0 %	76,0 %	156
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	344	1.263	0,9 %	16,1 %	3.672
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. €	38	624	0,1 %	7,9 %	16.424
	Großunternehmen	ab 50 Mio. €	0	0	0,0 %	0,0 %	-
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	38.688	7.860	100,0 %	100,0 %	203
Presse einschl. 58.11	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	6.897	2.218	84,4 %	6,3 %	322
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	865	3.804	10,6 %	10,8 %	4.397
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. €	300	6.710	3,7 %	19,1 %	22.368
	Großunternehmen	ab 50 Mio. €	113	22.432	1,4 %	63,8 %	198.515
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	8.175	35.164	100,0 %	100,0 %	4.301
Werbung 73.1	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	33.982	6.630	96,2 %	25,8 %	195
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	1.118	4.477	3,2 %	17,4 %	4.005
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. €	168	3.327	0,5 %	12,9 %	19.801
	Großunternehmen	ab 50 Mio. €	62	11.280	0,2 %	43,9 %	181.941
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	35.330	25.714	100,0 %	100,0 %	728
Software/ Games 58.2 62.01	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. €	26.780	5.520	94,8 %	21,2 %	206
	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. €	1.169	4.874	4,1 %	18,7 %	4.170
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. €	266	5.291	0,9 %	20,3 %	19.889
	Großunternehmen	ab 50 Mio. €	41	10.334	0,1 %	39,7 %	252.038
	Alle Unternehmenstypen	Insgesamt	28.256	26.018	100,0 %	100,0 %	921

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

Tabelle 5: Selbständige Künstler und Künstlerinnen nach Umsatzgrößenklassen und Berufsgruppen 2010

Absolutangaben	Komponisten	Musik/Tanz-ensembles	Bildende Künstler	Bühnen-künstler	Schrift-steller	Journalisten
	Anzahl 2010	Anzahl 2010	Anzahl 2010	Anzahl 2010	Anzahl 2010	Anzahl 2010
Umsatzgrößenklassen						
17.500 – 50.000 €	1.450	1.014	5.014	4.984	3.943	10.093
50.000 – 100.000 €	630	342	2.238	2.130	1.818	4.920
100.000 – 250.000 €	398	189	1.147	1.167	902	1.872
250.000 – 500.000 €	99	59	279	280	187	375
500.000 – 1 Mio. €	46	29	92	95	58	103
ab 1 Million €	20	28	44	54	33	38
Insgesamt	2.643	1.661	8.814	8.710	6.941	17.401
Anteil in %						
	in % 2010	in % 2010	in % 2010	in % 2010	in % 2010	in % 2010
Umsatzgrößenklassen						
17.500 – 50.000 €	54,9 %	61,0 %	56,9 %	57,2 %	56,8 %	58,0 %
50.000 – 100.000 €	23,8 %	20,6 %	25,4 %	24,5 %	26,2 %	28,3 %
100.000 – 250.000 €	15,1 %	11,4 %	13,0 %	13,4 %	13,0 %	10,8 %
250.000 – 500.000 €	3,7 %	3,6 %	3,2 %	3,2 %	2,7 %	2,2 %
500.000 – 1 Mio. €	1,7 %	1,7 %	1,0 %	1,1 %	0,8 %	0,6 %
ab 1 Million €	0,8 %	1,7 %	0,5 %	0,6 %	0,5 %	0,2 %
Insgesamt	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Hinweis: Auswahl ohne selbständige Restauratoren

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

Tabelle 6: Freiberufliche Künstlerinnen und Künstler 2000 – 2011 (Versichertenbestand der Künstlersozialkasse)

	Anzahl 2000	Anzahl 2002	Anzahl 2004	Anzahl 2006	Anzahl 2008	Anzahl 2010	Anzahl 2011
männlich	63.418	68.493	75.121	82.849	85.831	87.889	89.449
weiblich	43.751	50.476	58.849	68.555	73.691	77.757	80.213
Insgesamt	107.169	118.969	133.970	151.404	159.522	165.646	169.662

Quelle: Künstlersozialkasse 2012

6.4 Literaturliste

2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)

Bundesagentur für Arbeit (2012). Beschäftigtenstatistik, verschiedene Jahrgänge, Nürnberg

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2012). Monitoringbericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010, Berlin

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, www.culturalpolicies.net/web/index.php

Destatis – Statistisches Bundesamt (2012). Mikrozensus, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden

Destatis – Statistisches Bundesamt (2012). Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Detailergebnisse 2010, Stand Sept. 2012

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

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

Bundes- und Bundesländerberichte

Stand Dezember 2012

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. Kurzfassung, Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2012

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

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

Trendbarometer Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2012. Ergebnisse einer Befragung von Kreativschaffenden, Hochschule der Medien Stuttgart und MFG Innovationsagentur für IT und Medien, Stuttgart

Bayern

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

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

Kultur- und Kreativwirtschaftsindex (2011), Hrsg.: Länder Berlin und Brandenburg gemeinsam mit der IHK Berlin, der IHK Potsdam und dem Medienboard Berlin-Brandenburg

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

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

Kreativ-Report NRW. Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW (2012), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf

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 Dezember 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

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Cottbus. Analyse und Bewertung (2012), Brandenburgische Technische Universität, 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 Frankfurt-RheinMain 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

Kultur- und Kreativwirtschaft Magdeburg. Wirtschaftliche Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Magdeburg (2012), Auftraggeber: Landeshauptstadt Magdeburg, Dezernat für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit

München

Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Europäischen Metropolregion München (2012), 5 Teilberichte, Auftraggeber: Europäische Metropolregion München mit Unterstützung von FimFernsehFonds Bayern GmbH, Landeshauptstadt München (Kulturreferat und Referat für Arbeit und Wirtschaft) sowie IHK für München und Oberbayern

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

