



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

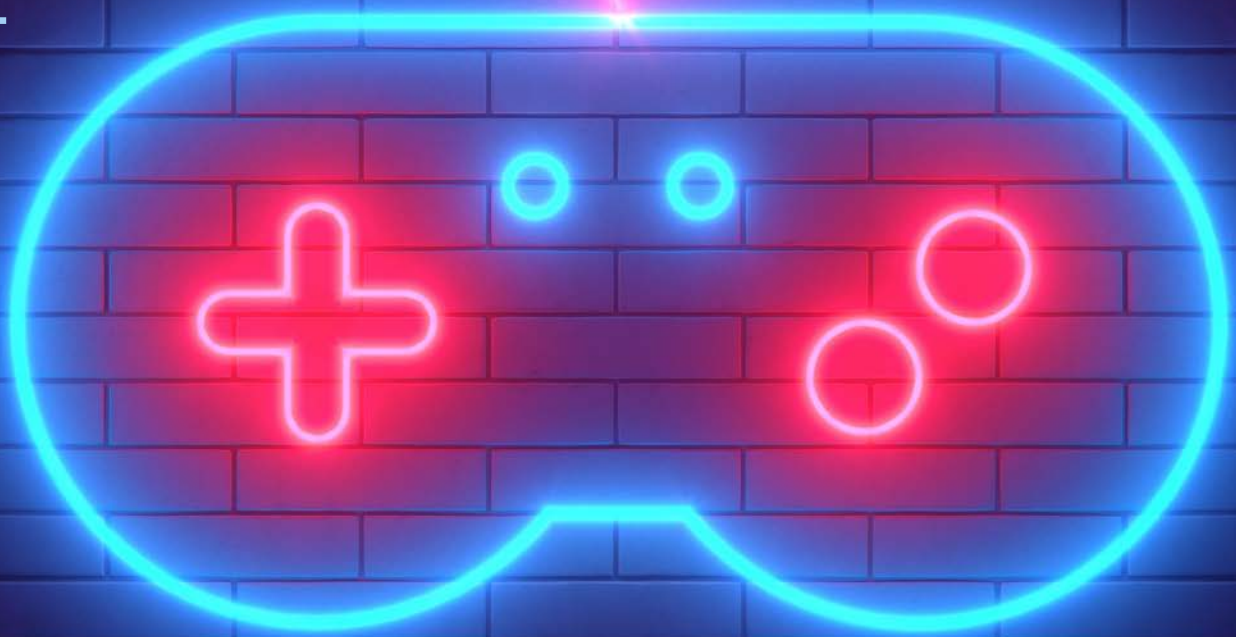
Die Beauftragte der Bundesregierung  
für Kultur und Medien



Initiative  
Kultur- & Kreativwirtschaft  
der Bundesregierung

# Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2021

*Studie erstellt im Auftrag des Bundesministeriums für  
Wirtschaft und Klimaschutz*



## **Impressum**

### **Herausgeber**

Bundesministerium für  
Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
www.bmwk.de

### **Redaktion**

Mathias Birkel, Prof. Dr. Klaus Goldhammer, Eduard Scholl:  
Goldmedia GmbH, 10117 Berlin

Prof. Dr. Oliver Castendyk, Juliane Müller, Manuel Schwarz:  
Hamburg Media School (HMS), 22081 Hamburg

Prof. Dr. Rüdiger Wink: Hochschule für Technik,  
Wirtschaft und Kultur (HTWK), 04277 Leipzig

### **Stand**

Februar 2022

Diese Publikation wird ausschließlich als Download angeboten.

### **Gestaltung**

PRpetuum GmbH, 80801 München

### **Bildnachweis**

iStock  
agsandrew / S. 102–103  
assalve / S. 66  
Baona / S. 28  
Bim / S. 60  
ChiccoDodiFC / S. 18  
CJ\_Romas / S. 46  
clu / S. 24  
CurvaBezier / S. 34  
drasa / Seite 4–5  
elkor / Titel  
Filo / S. 70, S. 84–85  
FluxFactory / S. 52  
Fro / Yo\_92 / Seite 3  
Georgii Boronin / S. 48  
gianliguori / S. 64  
gorodenkoff / S. 106  
KatarzynaBialasiewicz / S. 54  
kertlis / Seite 6–7, 8  
KoliadzynskaIryna / S. 30  
MaximFesenko / S. 22  
MarioGuti / S. 76  
master1305 / S. 72  
Nikolay Evsyukov / Titel  
photoncatcher / S. 36  
Roman\_Gorielov / S. 42  
Sabrina Bracher / S. 78  
sculpies / S. 92  
Soifer / S. 82  
spawns / S. 40  
webphotographeer / S. 58

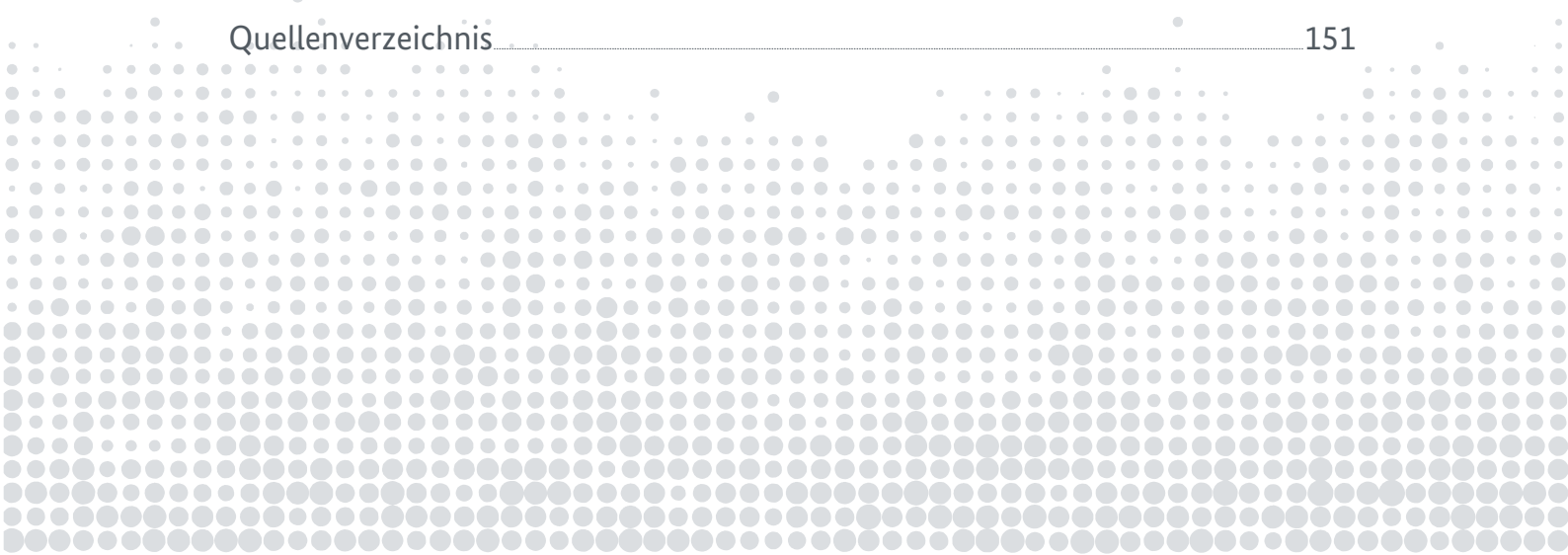
### **Zentraler Bestellservice für Publikationen der Bundesregierung:**

E-Mail: [publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)  
Telefon: 030 182722721  
Bestellfax: 030 18102722721

Diese Publikation wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht zur Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

# Inhalt

Über das Monitoring	2
Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft	4
Key Facts 2020 der Kultur- und Kreativwirtschaft	5
Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2020	7
Teilmarktsteckbriefe	17
Musikwirtschaft	19
Buchmarkt	25
Kunstmarkt	31
Filmwirtschaft	37
Rundfunkwirtschaft	43
Markt für Darstellende Künste	49
Designwirtschaft	55
Architekturmarkt	61
Pressemarkt	67
Werbemarkt	73
Software-/Games-Industrie	79
Update: Games-Markt	84
Fokus: Solo-Selbständige	93
Cross-innovative Potenziale	103
Anhang	109
Verbände und Quellen	146
Quellenverzeichnis	151



# Über das Monitoring

*Die Goldmedia GmbH, die Hamburg Media School (HMS) sowie Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig) haben im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz die wirtschaftlichen Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) für den „Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2021“ untersucht.*

*Es handelt sich um eine Folgerhebung der jährlich erscheinenden Monitoringberichte zum Stand und zu den Perspektiven der KKW in Deutschland. Die Forschungsgemeinschaft hat im Sinne der Forschungskontinuität die bisherigen Datenreihen und Methoden konsistent fortgeführt und damit die Anschlussfähigkeit an die Vorgängererhebungen sichergestellt. Die vorliegende Publikation ist die Langfassung des Berichts.*

## Marktanalyse

**Umfasste Märkte**      Untersuchte Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für Darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt und Software-/Games-Industrie.\* Der zwölfte Bereich „Sonstige“ enthält Wirtschaftszweige, die bei der Teilgruppengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft keinem Teilmarkt zugeordnet werden können (bspw. Fotolabors, selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher).

**Quellen**              Die Daten der Studie entstammen u. a. den folgenden amtlichen Statistiken:

- Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes (Destatis) (Vor Anmeldungen bis 2019, Veranlagungen bis 2016)
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Bundesamtes (bis 2019)
- Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (BA) (bis 2020)

Einschätzungen zu Trends und Herausforderungen sowie Zitate zur aktuellen Marktsituation der Branchen wurden im Zeitraum September bis November 2021 bei ausgewählten Verbänden der jeweiligen Teilmärkte schriftlich abgefragt.

## Kennzahlen und Prognosen

**Kennzahlen 2010 – 2020**      Umsatz, Anzahl der Unternehmen, Bruttowertschöpfung, Kernerwerbstätige, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, geringfügig Beschäftigte, Mini-Selbständige

**Prognose 2020**              Die vorläufigen amtlichen Ergebnisse zu den wirtschaftlichen Kennzahlen der Unternehmen sowie zu den selbständig Erwerbstätigen liegen aus der Umsatzsteuerstatistik und der VGR überwiegend bis 2019 vor. Für die Beschäftigten (Stichtag: 30.06.2020) liegen Kennzahlen aus der Beschäftigungsstatistik vor. Die Umsätze für das Jahr 2020 entstammen den Veröffentlichungen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Für die weiteren Kennzahlen (2020) erfolgte eine eigene Berechnung auf Basis von Betroffenheitsanalysen einzelner WZ-Klassen.

**Umsatzprognose 2021**      Die Umsatzprognose für 2021 entstammt den Veröffentlichungen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021): „Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie. Ökonomische Auswirkungen 2021 und 2022 anhand einer Szenarioanalyse.“

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig); ausführliche Erläuterungen zu Quellen und Methodik im Anhang.

\* Definition der Wirtschaftsministerkonferenz 2009

# Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Musikwirtschaft



Buchmarkt



Kunstmarkt



Filmwirtschaft



Rundfunkwirtschaft



Darstellende Kunst



Designwirtschaft



Architekturmarkt



Pressemarkt



Werbemarkt



Software/Games



Sonstige

# Key Facts 2020 der Kultur- und Kreativwirtschaft

**1,8 Mio.**

Gesamterwerbstätige

**259 Tsd.**

Unternehmen

**563 Tsd.**

Geringfügig Erwerbstätige

**2,8 %**

Anteil am BIP

**94,6 Mrd. €**

Bruttowertschöpfung

**129 Tsd. €**

Umsatz pro  
Kernerwerbstätigem

**4,8**

Kernerwerbstätige je Unternehmen

**160,4 Mrd. €**

Umsatz (-9% vs. 2019)\*

**76 Tsd. €**

Bruttowertschöpfung  
pro Kernerwerbstätigem

**1,2 Mio.**

Kernerwerbstätige

**989 Tsd.**

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

**266 Tsd.**

Geringfügig Beschäftigte

**297 Tsd.**

Mini-Selbständige

**21 %**

Prozent  
Selbständige

**619 Tsd. €**

Umsatz pro Unternehmen

**+ 2,7 %**

Umsatzprognose 2021\*

(Anteil an  
Kernerwerbs-  
tätigen)





# Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2020

*Umsätze, Unternehmen,  
Erwerbstätige, Bruttowertschöpfung,  
Prognosen*

## Key Facts: Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

### #1 Umsatzeinbruch 2020

Ausgelöst durch die Corona-Pandemie wird für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2020 ein Umsatzverlust von über 15 Mrd. EUR prognostiziert.\*

### #2 Betroffenheit Teilmärkte (2020 vs. 2019)

Die Darst. Künste (-81 Prozent), Musikwirtschaft (-44 Prozent), Filmwirtschaft (-41 Prozent) und der Kunstmarkt (-39 Prozent) sind nach Umsatz am stärksten von der Pandemie betroffen.\*

### #3 Prognose KKW 2021 / Teilmärkte

2021 wird sich die KKW nur leicht (um 2,7 Prozent) erholen. Nur die Teilmärkte Buch, Architektur und Software/Games liegen 2021 über dem Vorkrisenniveau von 2019.\*

### #4 Prognose KKW 2022

Für 2022 werden mit +5,1 Prozent eine vorsichtige Annäherung an das Vorkrisenniveau (Szenario 1) bzw. wieder stagnierende Umsätze von -0,3 Prozent (Szenario 2) prognostiziert.\*

### #5 Erwerbstätige in der KKW

In Deutschland waren 2020 rund 1,81 Mio. Personen in der KKW tätig (-1,3 Prozent ggü. 2019). Die Zahl der geringfügig Beschäftigten sank während der Pandemie um 11,2 Prozent.

### #6 Anzahl Unternehmen

Der positive Trend der Vorjahre wurde 2020 gestoppt (-0,4 Prozent). Deutlich gestiegene Insolvenzen sind jedoch aufgrund der Corona-Hilfen und Kurzarbeitergeld kaum zu beobachten.

\* Quelle: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021

## Wirtschaftliche Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2020

Gesamtumsatz:

**160,4 Mrd. Euro**

(-9 % vs. 2019)

**2,8 %**

Anteil am BIP

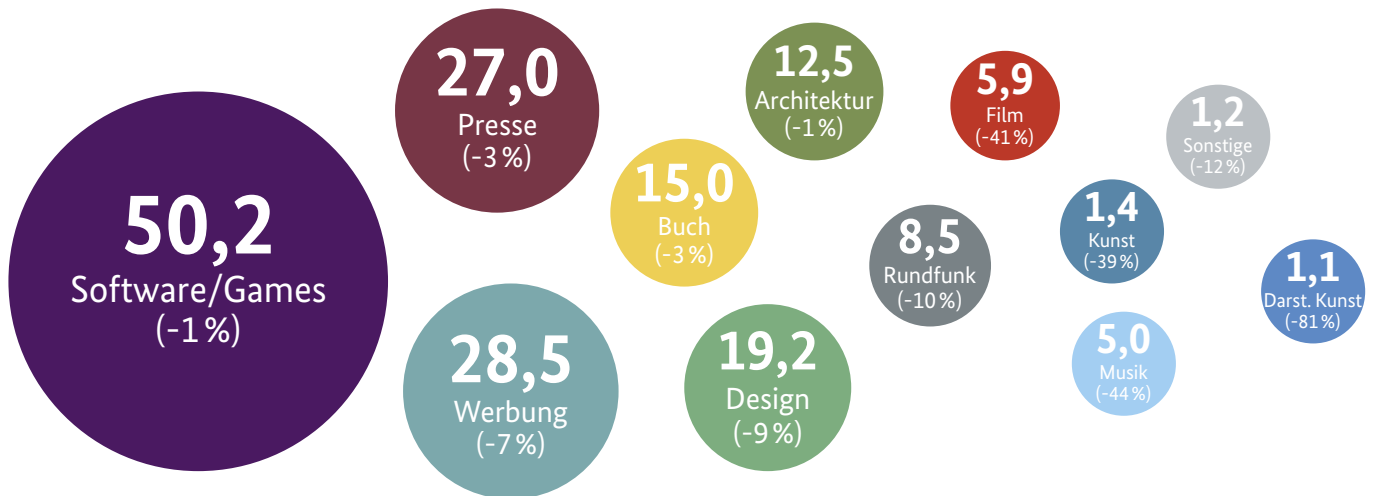
Bruttowertschöpfung:

**94,6 Mrd. Euro**

(-13 % vs. 2019)

Quelle: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (Umsatz/Wachstum), eigene Berechnungen Goldmedia (BWS; Basis: Destatis 2021a,c). Gesamtzahlen entsprechen nicht der Summe der Teilmärkte, da sich diese teilweise überschneiden.

## Umsätze in Mrd. EUR nach Teilmärkten (Vergleich 2019 in %)



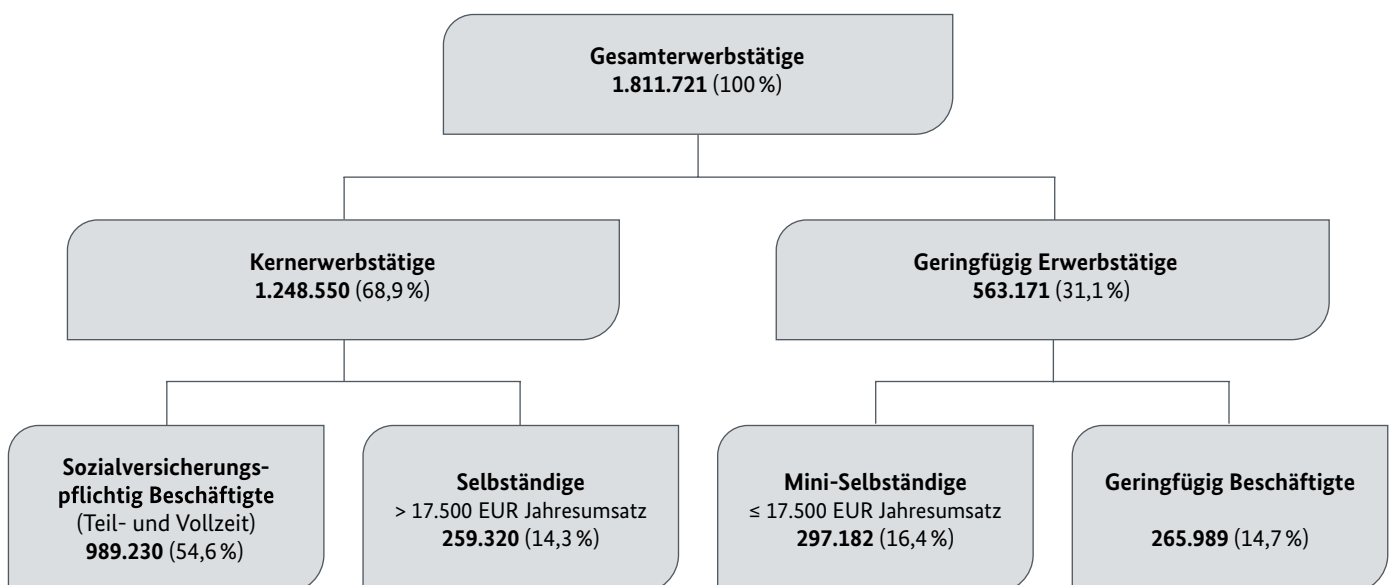
Quelle: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (Umsatz/Wachstum), eigene Berechnungen Goldmedia (BWS; Basis: Destatis 2021a,c). Gesamtzahlen entsprechen nicht der Summe der Teilmärkte, da sich diese teilweise überschneiden.

## Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2020

In Deutschland waren 2020 (Stichtag: 30.06.2020) rund 1,81 Mio. Personen in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig (-1,3 Prozent ggü. 2019). Dabei ist die Mehrheit (55 Prozent) sozialversicherungspflichtig beschäftigt, weitere 14 Prozent waren als

Freiberufler und Selbständige (über 17.500 EUR Jahresumsatz) tätig. 15 Prozent waren geringfügig beschäftigt und 16 Prozent als Mini-Selbständige (bis 17.500 EUR Jahresumsatz) tätig.\*

## Gesamterwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Beschäftigungsart 2020



Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia. Rundungsdifferenzen möglich.

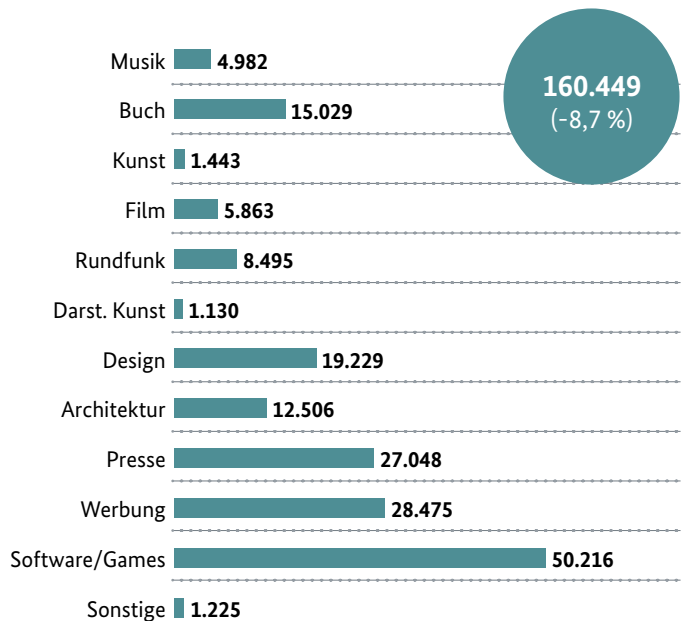
\* Ausführliche Erläuterung zur Erwerbstätigkeit, Bezugsgrößen und statistischen Quellen im methodischen Anhang.

## Teilmärkte der KKW 2020: Wirtschaftliche Kennzahlen (Vergleich 2019 in %)

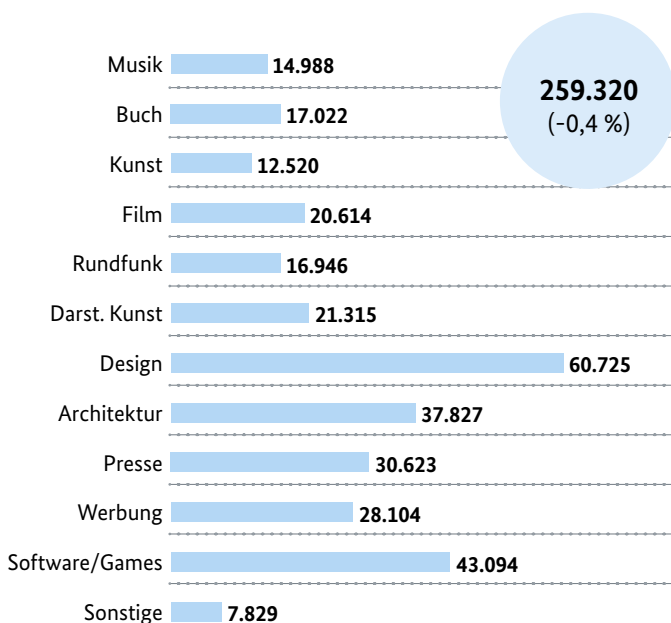
Der größte Teilmarkt der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft nach Umsatz ist mit Abstand die Software-/Games-Industrie, die 2020 mit 50 Mrd. EUR rund 26 Prozent der Gesamterlöse auf sich vereinte und zudem die höchste Bruttowertschöpfung erzielte. Gegenüber dem Vorjahr gab es 2020 in allen Teilmärkten Rückgänge bei Umsatz, Bruttowertschöpfung und der Unternehmensanzahl – nur in der Software-/Games-Industrie ist die Anzahl der Unternehmen schätzungsweise leicht angestiegen.

Die meisten Unternehmen (inkl. Einzelunternehmen) sind mit über 60.000 in der Designwirtschaft zu finden, ein Beleg für die hohe Zahl an Selbständigen im Teilmarkt.

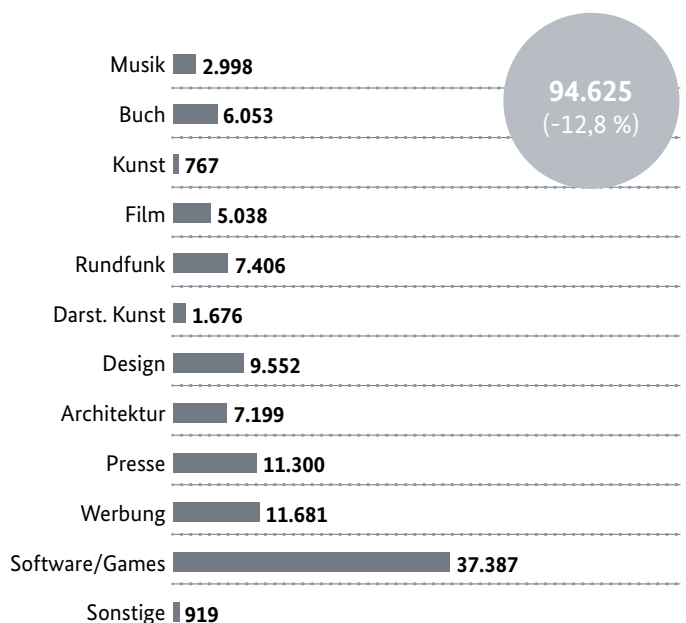
### Teilmärkte nach Umsatz in Mio. EUR



### Teilmärkte nach Anzahl der Unternehmen



### Teilmärkte nach Bruttowertschöpfung in Mio. EUR



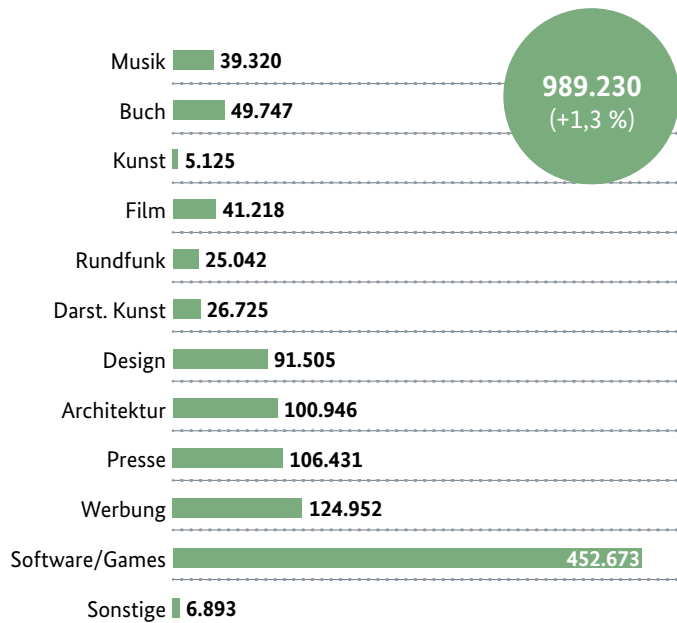
Quelle: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (Umsatz/-Wachstum), eigene Berechnungen Goldmedia (Anzahl Unternehmen/BWS; Basis: Destatis 2021a,c). Gesamtzahlen entsprechen nicht der Summe der Teilmärkte, da sich diese teilweise überschneiden.

## Teilmärkte der KKW 2020: Beschäftigung (Vergleich 2019 in %)

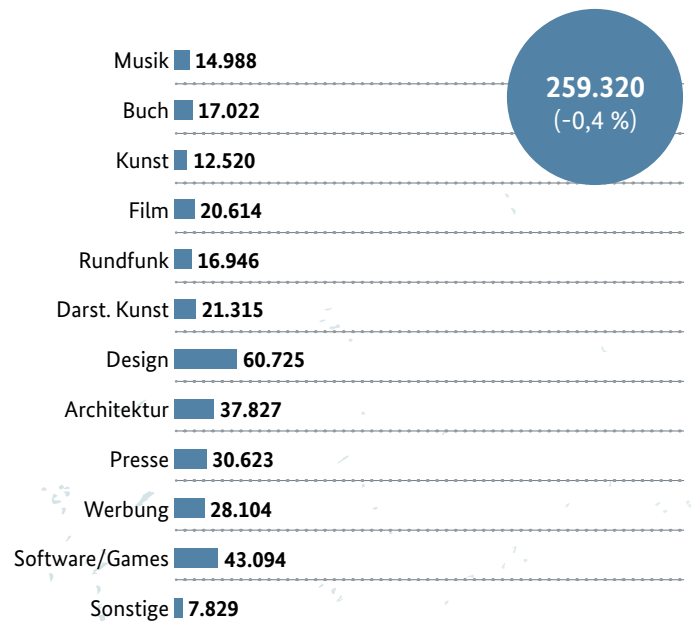
In der Software-/Games-Industrie sind mit 452.673 Personen mit deutlichem Abstand die meisten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten tätig. In der Werbung sind mit 83.424 Personen die meisten geringfügig Beschäftigten angestellt. Insgesamt sank die Zahl der geringfügig Beschäftigten um

11,2 Prozent – verschiedene Berichte und Fallstudien zeigten, dass den Beschäftigten aufgrund der Pandemie gekündigt wurde oder sie wanderten teilweise in andere Branchen außerhalb der KKW ab. Vereinzelt war eine Aufgabe der Selbständigkeit zugunsten einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung zu beobachten.

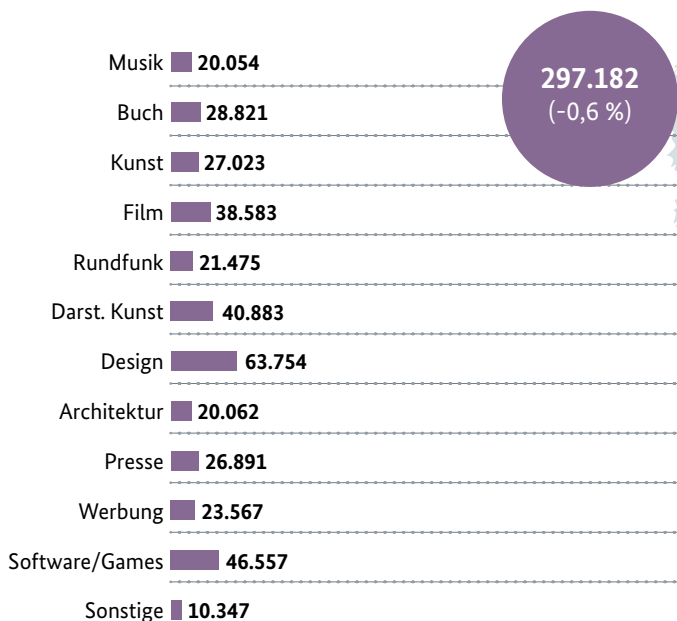
### Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte



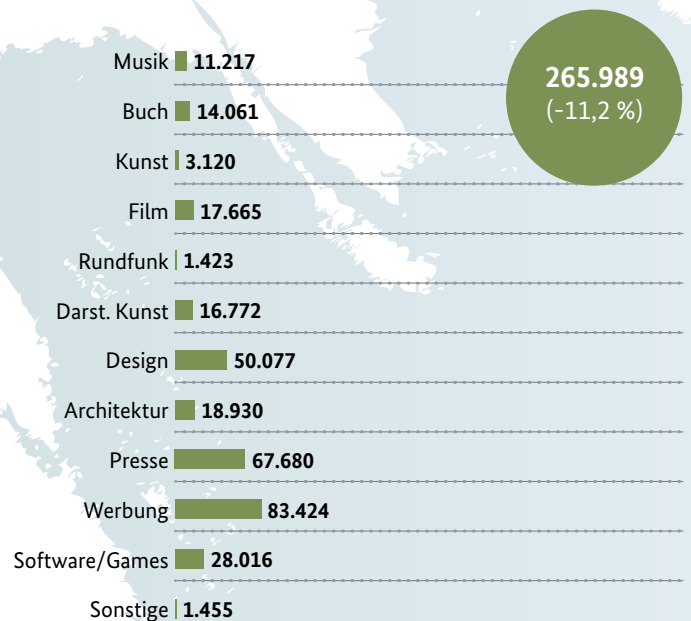
### Selbständige (Jahresumsatz > 17.500 EUR)



### Mini-Selbständige (Jahresumsatz ≤ 17.500 EUR)



### Geringfügig Beschäftigte



Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b (WZ-Klassen Systematik 2008); Gesamtzahlen entsprechen nicht der Summe der Teilmärkte, da sich diese teilweise überschneiden.

## Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich

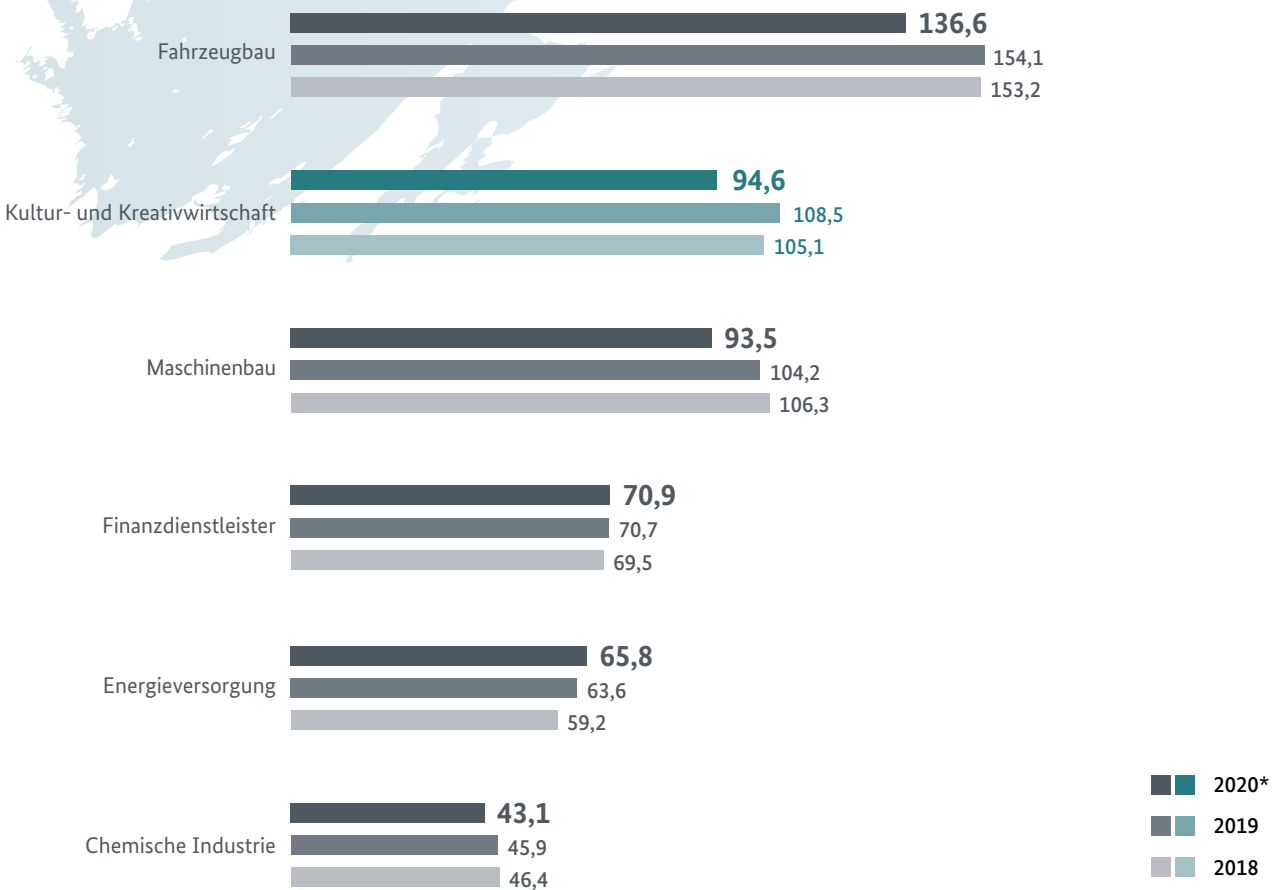
Die Bruttowertschöpfung (BWS) ist die Kennzahl für den im Produktions- oder Leistungserstellungsprozess geschaffenen Mehrwert. Sie ergibt sich aus dem Gesamtwert der erzeugten Waren und Dienstleistungen, abzüglich des Wertes der eingesetzten Vorleistungen.

Die BWS in der KKW lag 2020 bei rund 94,6 Mrd. EUR. Die KKW liegt damit etwas über dem Niveau

des Maschinenbaus und vor anderen Branchen wie den Finanzdienstleistungen, der Energieversorgung oder der chemischen Industrie.

Die Corona-Pandemie sorgte in der KKW für einen Rückgang von 12,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit war die KKW etwas stärker betroffen als der Fahrzeugbau (-11,4 Prozent) und Maschinenbau (-10,2 Prozent).

### Beitrag der KKW zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2018 – 2020\*, in Mrd. EUR



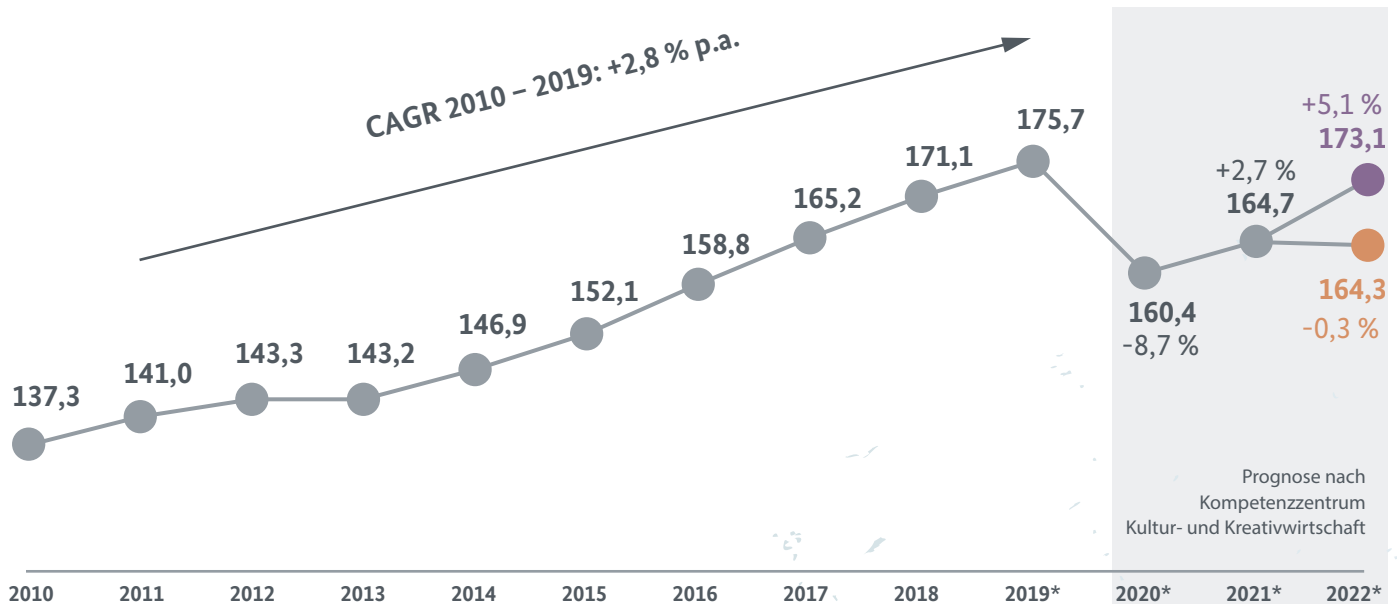
Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Destatis 2021c; Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; eigene Berechnungen Goldmedia. Die Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und wurde für die KKW anhand der Verteilung von Umsätzen in der Umsatzsteuerstatistik berechnet.  
\* Werte 2020 teilweise geschätzt.

## Kultur- und Kreativwirtschaft: Gesamtumsatz 2010 – 2022

Durch die Corona-Pandemie hat die KKW 2020 Umsatzverluste von schätzungsweise 15,3 Mrd. EUR erlitten (-8,7 Prozent gegenüber 2019). 2021 hat sich die KKW nach Prognose des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes nur leicht um 2,7 Prozent erholt. Für das Jahr 2022 wird bei hohen Infektionszahlen bis Ende

des ersten Quartals (Szenario 1) eine vorsichtige Annäherung an das Vorkrisenniveau prognostiziert, bei hohen Infektionszahlen bis ins zweite Quartal und einer erneuten Welle im Herbst/Winter 2022 (Szenario 2) drohen stagnierende Umsätze\*.

Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2010 bis 2022\*  
in Mrd. EUR



● **Szenario 1: Hohe Infektionszahlen bis Ende des ersten Quartals 2022**

„In diesem Szenario kommt es zu weiteren Einschränkungen des öffentlichen Lebens im Januar und im Februar, um die Omikron-Variante und das damit verbundene Infektionsgeschehen einzuhegen. Da die Maßnahmen Wirkung zeigen, werden Kontaktbeschränkungen im März gelockert.“

● **Szenario 2: Hohe Infektionszahlen bis ins zweite Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)**

„In diesem Szenario dauert die Omikron-Welle deutlich länger. Dadurch erstreckt sich die Unsicherheit durch bestehende Regeln bzw. verschärfte Maßnahmen bis ins zweite Quartal des Jahres 2022.“

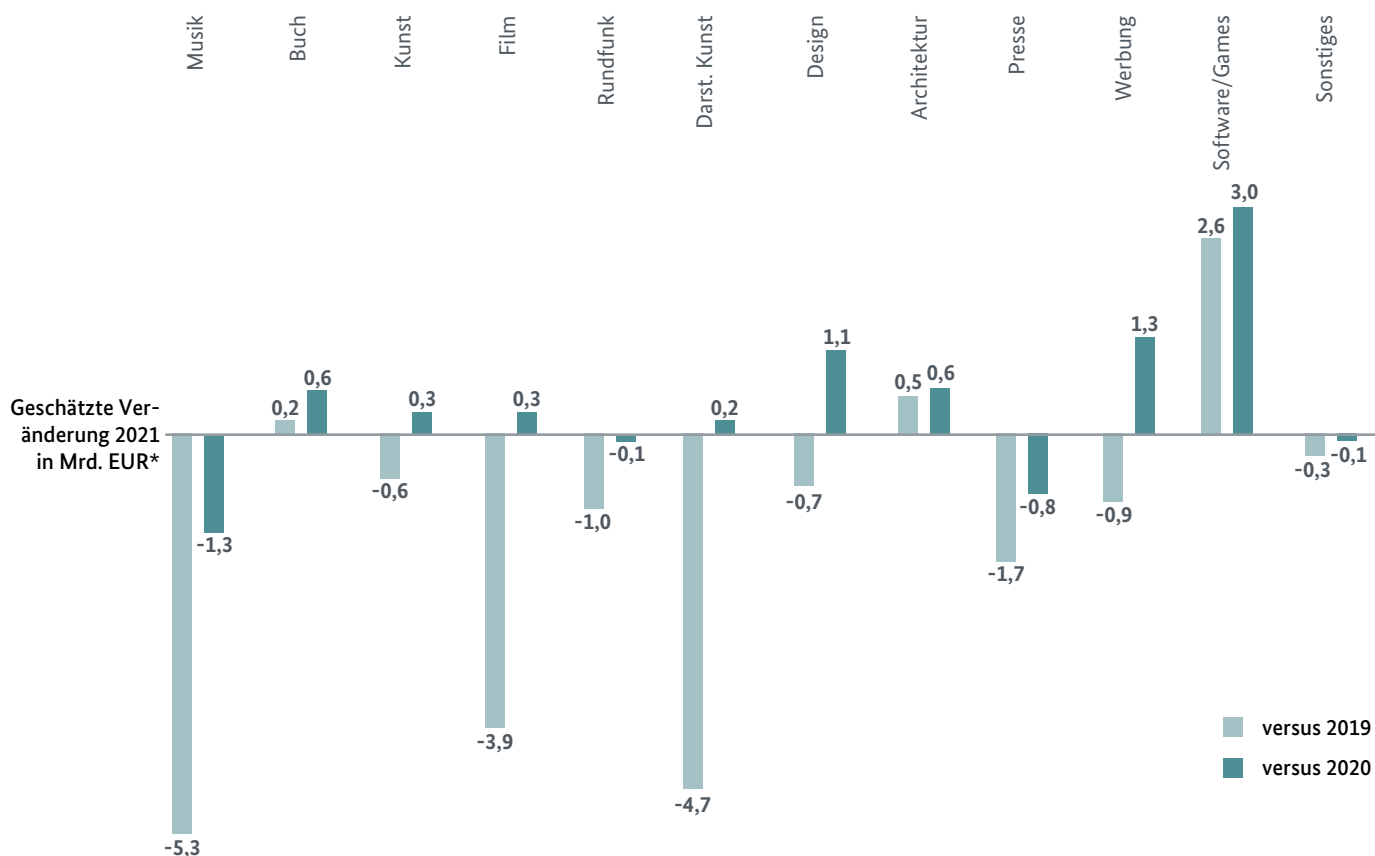
\* Werte 2019/20 und Prognose 2021/22 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (abweichend zu den Werten 2010 – 2018 ohne WZ 18.14 Buchbinderei etc.). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021

## Auswirkungen der Pandemie auf den Umsatz 2021\* (Prognose)

Bis auf die Musikwirtschaft, den Rundfunkmarkt und den Pressemarkt verzeichnen alle Teilmärkte der KKW 2021 nach Schätzung des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes eine Erholung gegenüber dem Corona-Jahr 2020. Das größte Umsatzwachstum erreicht demnach der

Kunstmarkt (+21 Prozent) – durch den vergleichsweise starken Corona-Einbruch jedoch ausgehend von einem niedrigen Niveau. Im Vergleich zu 2019 zeigt sich: Nur die Teilmärkte Buch, Architektur und Software/Games liegen 2021 über dem Vorkrisenniveau von 2019.

### Geschätzte Umsatzveränderung der Kultur- und Kreativwirtschaft 2021\* im Vergleich zu 2019 und 2020\*, nach Teilmärkten, in Mrd. EUR



	Musik	Buch	Kunst	Film	Rundfunk	Darst. Kunst	Design	Architektur	Presse	Werbung	Software/Games	Sonstiges
<b>Umsatz 2021 in Mrd. EUR*</b>	3,7	15,6	1,7	6,1	8,4	1,3	20,3	13,1	26,2	28,8	53,3	1,1
versus 2019	-59 %	+1 %	-26 %	-39 %	-10 %	-78 %	-3 %	+4 %	-6 %	-3 %	+5 %	-19 %
versus 2020	-26 %	+4 %	+21 %	+4 %	-1 %	+16 %	+6 %	+5 %	-3 %	+5 %	+6 %	-7 %

\* Werte 2019/2020 und Prognose 2021 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021).  
Quelle: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021



# Entwicklung Kultur- und Kreativwirtschaft Teil 1

## Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2010 bis 2020\*

Kennzahlen Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	Veränderung 2019/2020
<b>Anzahl Unternehmen (in Tausend)<sup>1</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	239,5	244,3	245,8	246,4	247,0	250,4	254,5	256,6	259,3	260,3	259,3	-0,38 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,57 %	7,60 %	7,56 %	7,60 %	7,62 %	7,69 %	7,79 %	7,85 %	7,91 %	7,92 %	7,90 %	
<b>Umsatz (in Milliarden EUR)</b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	137,3	141,0	143,3	143,2	146,9	152,1	158,8	165,2	171,1	175,7**	160,4**	-8,70 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,62 %	2,48 %	2,49 %	2,48 %	2,50 %	2,54 %	2,61 %	2,60 %	2,58 %	2,59 %	2,48 %	
<b>Beschäftigung Kernerwerbstätige (in Tausend)<sup>2</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	952,5	976,8	1.011,7	1.037,3	1.056,0	1.084,9	1.120,1	1.159,6	1.197,8	1.237,3	1.248,6	0,91 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,06 %	3,07 %	3,11 %	3,16 %	3,16 %	3,19 %	3,23 %	3,27 %	3,31 %	3,37 %	3,41 %	
<b>Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (in Tausend)<sup>3</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	713,0	732,5	765,9	790,9	809,1	834,5	865,6	903,0	938,4	977,0	989,2	1,25 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,55 %	2,56 %	2,62 %	2,67 %	2,68 %	2,71 %	2,75 %	2,81 %	2,85 %	2,92 %	2,97 %	
<b>Selbständige (in Tausend)<sup>4</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	239,5	244,3	245,8	246,4	247,0	250,4	254,5	256,6	259,3	260,3	259,3	-0,38 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	7,57 %	7,60 %	7,56 %	7,60 %	7,62 %	7,69 %	7,79 %	7,85 %	7,91 %	7,92 %	7,90 %	
<b>geringfügig Erwerbstätige (in Tausend)<sup>5</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	636,5	626,9	626,6	621,5	621,1	585,3	596,3	599,6	597,4	598,6	563,2	-5,91 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	6,43 %	6,21 %	6,12 %	5,94 %	5,88 %	5,58 %	5,64 %	5,63 %	5,56 %	5,56 %	5,52 %	
<b>Mini-Selbständige (in Tausend)<sup>6</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	257,2	258,1	261,6	268,7	270,9	277,2	285,8	289,5	295,5	299,1	297,2	-0,64 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	10,47 %	10,09 %	9,88 %	9,80 %	9,86 %	9,93 %	10,17 %	10,20 %	10,32 %	10,36 %	10,32 %	
<b>geringfügig Beschäftigte (in Tausend)<sup>7</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	379,3	368,8	365,0	352,8	350,2	308,1	310,5	310,1	301,9	299,5	266,0	-11,18 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	5,09 %	4,89 %	4,81 %	4,57 %	4,48 %	4,00 %	4,00 %	3,97 %	3,83 %	3,80 %	3,64 %	
<b>Gesamterwerbstätige (in Tausend)<sup>8</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	1.589,0	1.603,7	1.638,3	1.658,8	1.677,1	1.670,2	1.716,4	1.759,2	1.795,2	1.835,8	1.811,7	-1,31 %
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,87 %	3,82 %	3,83 %	3,83 %	3,81 %	3,75 %	3,79 %	3,82 %	3,83 %	3,87 %	3,87 %	
<b>Bruttowertschöpfung (in Milliarden EUR)<sup>9</sup></b>												
Kultur- und Kreativwirtschaft	75,2	79,8	83,4	88,1	89,9	92,2	97,1	97,7	105,1	108,5	94,6	-12,80 %
Anteil KKW am BIP	2,93 %	2,96 %	3,04 %	3,13 %	3,07 %	3,05 %	3,10 %	2,99 %	3,12 %	3,12 %	2,81 %	
Bruttoinlandsprodukt (BIP, nominal)	2.564,4	2.693,6	2.745,3	2.811,4	2.927,4	3.026,2	3.134,7	3.267,2	3.367,9	3.473,4	3.367,6	-3,05 %

- 1 Steuerpflichtige Unternehmerinnen und Unternehmer mit mehr als 17.500 EUR Jahresumsatz.
- 2 Kernerwerbstätige umfassen steuerpflichtige Unternehmerinnen und Unternehmer mit mehr als 17.500 EUR Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB).
- 3 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte (GB).
- 4 Anzahl der Selbständigen entspricht der Anzahl steuerpflichtiger Unternehmerinnen und Unternehmer mit mehr als 17.500 EUR Jahresumsatz.
- 5 Geringfügig Erwerbstätige umfassen, abweichend zu den Vorgängerstudien, die Mini-Selbständigen und die geringfügig Beschäftigten. Auch werden sog. „geringfügig Tätige“ auf Basis des Mikrozensus nicht mehr ausgewiesen.
- 6 Mini-Selbständige umfassen steuerpflichtige Unternehmerinnen und Unternehmer mit bis zu 17.500 EUR Jahresumsatz. Im Gegensatz zu den Vorgängerberichten basieren die Werte für die Mini-Selbständigen auf einer Sonderanalyse der Veranlagungsstatistik von Destatis nach Umsatzgrößenklassen. Dies erklärt Abweichungen gegenüber den Voruntersuchungen.
- 7 Geringfügig Beschäftigte auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (verwendeter Stichtag jeweils der 30.06.).
- 8 Gesamterwerbstätige umfassen sämtliche Selbständige und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Beschäftigte und Mini-Selbständige.
- 9 Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und wurde anhand der Verteilung von Umsätzen in der Umsatzsteuerstatistik berechnet.

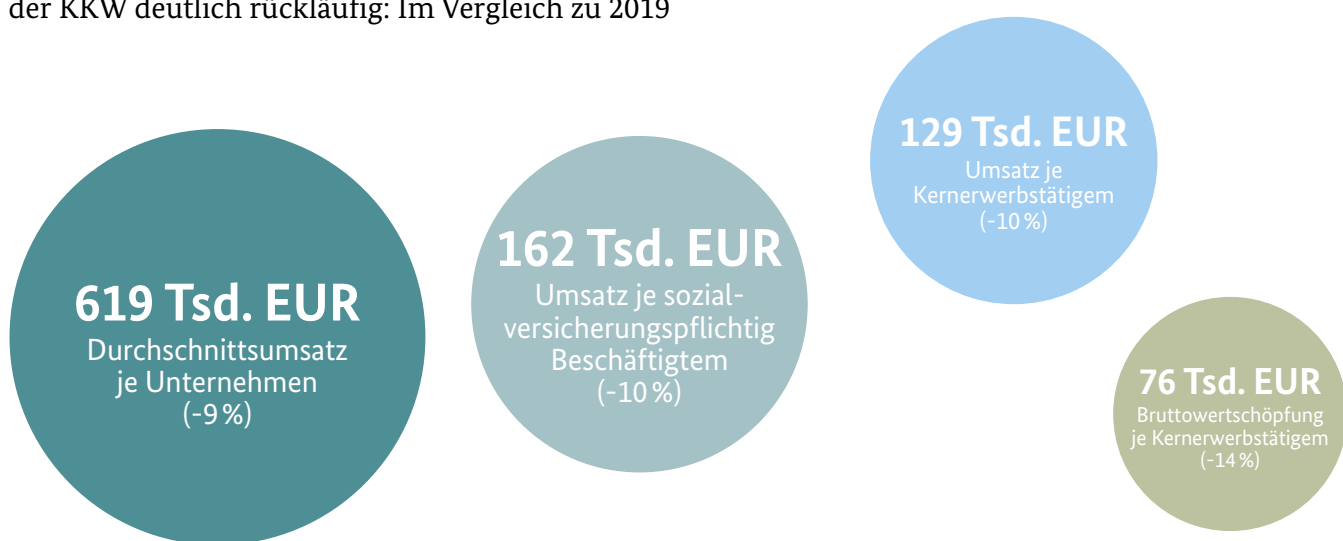
Quelle: Destatis 2021a,b,c; Bundesagentur für Arbeit 2021

\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (Umsatz 2019/2020 abweichend zu Vorjahren 2010–2018 ohne WZ 18.14 Buchbinderei etc.). Rundungsdifferenzen möglich.

## Weitere Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2020

Während der Umsatz und die Bruttowertschöpfung 2020 in der KKW durch die Corona-Pandemie stark eingebrochen ist, hat sich die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, Selbständigen und Unternehmen aufgrund von Corona-Hilfen und Kurzarbeitergeld nur leicht verändert. Entsprechend sind auch die weiteren statistischen Kennzahlen der KKW deutlich rückläufig: Im Vergleich zu 2019

sank der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen um 9 Prozent, die Umsätze je sozialversicherungspflichtig Beschäftigtem und Kernerwerbstätigem sanken um je 10 Prozent, die Bruttowertschöpfung je Kernerwerbstätigem sank um 14 Prozent.



Quelle: Destatis 2021a,b,c; Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia; Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (Umsatz 2020).

## Entwicklung Kultur- und Kreativwirtschaft Teil 2

### Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2010 bis 2020\*

Weitere Kennzahlen Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	Veränderung 2019/2020
Durchschnittsumsatz je Unternehmen (in Tausend EUR)	573,3	577,1	583,1	581,1	594,8	607,2	624,1	643,8	659,5	677,6	618,7	-8,69 %
Umsatz je sozialversicherungspflichtig Beschäftigtem (in Tausend EUR)	192,6	192,5	187,1	181,0	181,6	182,2	183,5	182,9	182,3	180,5	162,2	-10,16 %
Umsatz je Kernerwerbstätigem (in Tausend EUR)	144,2	144,3	141,7	138,0	139,1	140,2	141,8	142,4	142,8	142,6	128,5	-9,85 %
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte je Unternehmen	2,98	3,00	3,12	3,21	3,28	3,33	3,40	3,52	3,62	3,75	3,81	1,64 %
Kernerwerbstätige je Unternehmen	3,98	4,00	4,12	4,21	4,28	4,33	4,40	4,52	4,62	4,75	4,81	1,29 %
Bruttowertschöpfung je Kernerwerbstätigem (in Tausend EUR)	79,0	81,7	82,4	84,9	85,1	84,9	86,7	84,2	87,7	87,7	75,8	-13,58 %
Anteil Selbständige an Kernerwerbstätigen	25,2 %	25,0 %	24,3 %	23,8 %	23,4 %	23,1 %	22,7 %	22,1 %	21,7 %	21,0 %	20,8 %	-1,28 %

\* Werte für 2020 basieren teilweise auf eigenen Schätzungen und vorläufigen amtlichen Ergebnissen. Schätzungen berücksichtigen u. a. die Entwicklungsraten der Vorjahre sowie die Betroffenheit durch die Corona-Pandemie. Basis für die Umsatzberechnungen 2020: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Abweichungen zu den Zahlen aus früheren Berichten ergeben sich durch zwischenzeitliche Datenrevisionen in den zugrunde liegenden Statistiken.

Quelle: Destatis 2021a,b,c; Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia; Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (Umsatz 2020).

# Teilmarktsteckbriefe

*Eckdaten, Umsatz nach Wirtschaftszweigklassen  
Herausforderungen, Trends und Prognosen  
Detailanalyse der Auswirkungen durch die COVID-19-Pandemie*





# Musikwirtschaft



Erwerbstätige 2020:

**85.578**

Umsatz 2020:

**5,0 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**-26 %**

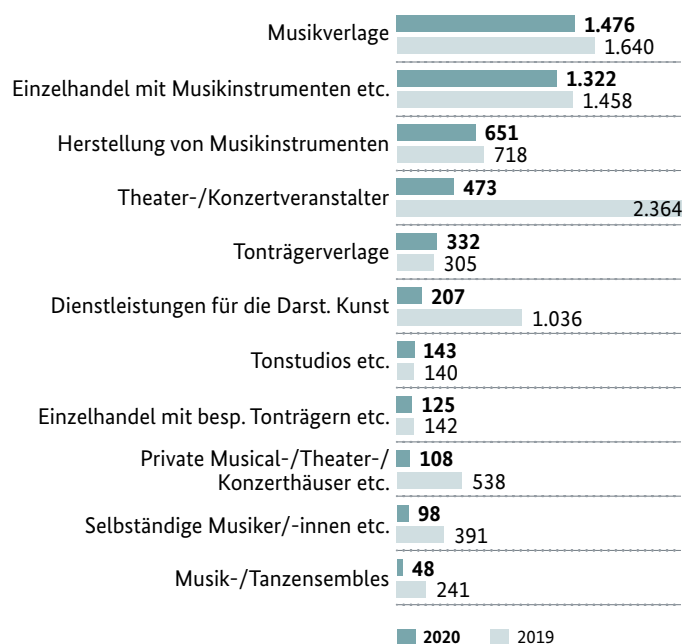
## Musikwirtschaft 2020 in Zahlen

Die deutsche Musikwirtschaft verzeichnete 2020, bedingt durch die Corona-Pandemie, einen Umsatzverlust von 44 Prozent. Vor Corona erzielte der Teilmarkt zuletzt rund 9,0 Mrd. EUR. Die höchsten Umsatzverluste hatten die Theater- und Konzertveranstalter. Die Tonträgerverlage verzeichneten hingegen ein Umsatzwachstum. Insgesamt waren 85.578 Personen in der Musikwirtschaft erwerbstätig, das waren 6 Prozent weniger als 2019. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten sank um 29 Prozent (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zur Musikwirtschaft in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>14.988</b>	<b>-0,7 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>4.982</b>	<b>-44,5 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>85.578</b>	<b>-6,1 %</b>
Kernerwerbstätige	54.308	-1,6 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	39.320	-1,9 %
Selbständige***	14.988	-0,7 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>31.271</b>	<b>-13,0 %</b>
Mini-Selbständige****	20.054	-0,8 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	11.217	-28,7 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>2.998</b>	<b>-53,2 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020\* in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

## Musikwirtschaft 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

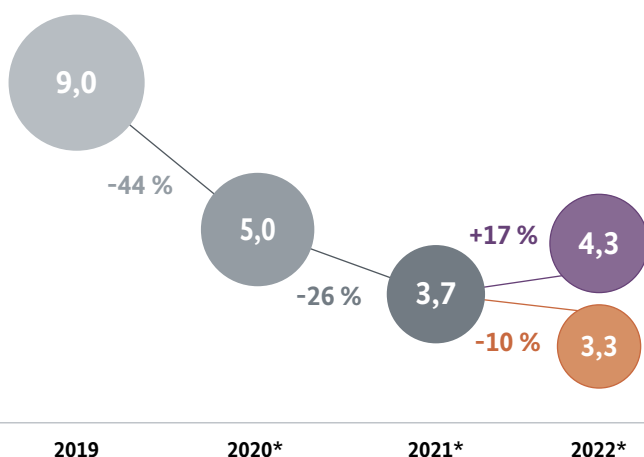
### Umsatzprognose

Der Markt musste 2021 weitere Umsatzverluste von -26 Prozent hinnehmen. Aufgrund der anhaltenden Pandemie drohen auch 2022 wieder Umsatzrückgänge (bis zu -10 Prozent), aber auch bei einer Erholung ab dem 2. Quartal erreicht die Musikwirtschaft nach Prognosen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes noch nicht das Vorkrisenniveau.\*

### Trends/Herausforderungen

Das dynamische Wachstum im Audio-Streaming setzt sich auch 2021 fort: Im 1. Halbjahr 2021 wuchs dieser Bereich um rund 20 Prozent und steht mittlerweile für rund 71 Prozent des Gesamtumsatzes aus dem Musikverkauf (Quelle: Bundesverband Musikindustrie 2021). Der Live-Sektor ist hingegen weiterhin stark von den Einschränkungen durch die Pandemie betroffen.

### Umsatzprognose für die Musikwirtschaft 2021/22 in Mrd. EUR



**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022

**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
\* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



*„In den zwanzig Monaten faktischem Lockdown beträgt der Umsatzverlust allein für die Konzert-, Tournee- und Festival-Veranstalter bis Ende des vergangenen Jahres bereits rund 3,5 Milliarden Euro. Bis Ende 2021 wird sich der Umsatzverlust auf mindestens 8,5 Milliarden Euro addieren. Hinzu kommen die erheblichen Ausstrahlungseffekte zum Beispiel auf Städte und Gemeinden durch den Musiktourismus und die Einnahmenverluste der großen Zahl von Solo-Selbständigen, die vom Veranstaltungsgeschäft abhängig sind.“*

Prof. Jens Michow,  
geschäftsführender Präsident des BDKV e.V.  
Quelle: BDKV e.V., PM vom 16.11.2021



## Segmente

Herstellung von  
Musikinstrumenten

Einzelhandel mit  
Musikinstrumenten

Einzelhandel mit bespielten  
Tonträgern etc.

Tonstudios etc.

Tonträgerverlage

Musikverlage

Selbst. Musikerinnen und Musiker  
sowie Musik-/Tanzensembles etc.

Theater-/Konzertveranstalter  
sowie private Musical-/Theater-  
häuser, Konzerthäuser etc.



## Detailanalyse Musikwirtschaft

### Bestandsaufnahme (2021)

Mit der Öffnung des Handels zeigt sich ein leichtes Umsatzwachstum bei der Herstellung von Musikinstrumenten. Die einsetzenden Aufholeffekte sind in Anbetracht einer erneuten Verschlechterung der pandemischen Lage jedoch in Gefahr.

Trotz Öffnung des Einzelhandels und Möglichkeiten des stationären Einkaufs verzeichnet der Einzelhandel mit Musikinstrumenten Umsatzrückgänge. Mit Fortbestehen der pandemischen Lage und Einschränkungen des Einzelhandels setzt sich die Verschiebung zum Online-Handel weiter fort.

Umsatzeinbrüche und die Verlagerung zu Online-Käufen prägen die Branche. Diese Entwicklung ist nicht nur pandemiebedingt, sondern auch durch steigende Streaming-Nutzung zu erklären. Diese kompensiert die Einbrüche im stationären Handel und sorgt für ein Umsatzwachstum von 12 Prozent (BVMI 2021).

Homerecording und die Nutzung von Online-Tonstudios werden verstärkt in Anspruch genommen. Anhaltende Unsicherheit über weitere Entwicklungen wie auch bereits getätigte Investitionen in Equipment führen dabei auch aktuell noch zu Rückgängen der Buchungen von Tonstudios.

Das Wachstum im digitalen Handel mit Tonträgern sorgt trotz der Lage für steigende Umsätze bei den Verlagen. Die Streaming-Erlöse kompensieren jedoch häufig nicht die rückläufigen Umsätze mit physischen Tonträgern. Vor allem kleinere Labels sind hiervon betroffen.

Der Umsatz der Musikverlage fällt aufgrund der Einschränkungen der Live-Branche deutlich geringer aus. Gestreamte Produktionen, die aktuell den Großteil des Umsatzes aus dem Musikverkauf ausmachen, generieren kaum Umsatz für die Verlage.

Mit Verbesserung der pandemischen Lage sowie Hygiene- und Sicherheitskonzepten konnten Veranstaltungen zu großen Teilen stattfinden. Einschränkungen der Live-Branche, Konzertaussfälle und Spätfolgen des letzten Jahres haben dennoch großen Einfluss auf die Situation der Künstlerinnen und Künstler und sorgen dort erneut für erhebliche Betroffenheit.

Das Live-Geschäft ist noch immer stark von den Auswirkungen des letzten Jahres und bestehender Einschränkungen betroffen. Veranstalter und Spielstättenbetreiber befinden sich in Hinblick auf verschärfte Regeln und drohende Lockdowns in Planungsunsicherheit. Konzerte und Aufführungen müssen weiter verschoben oder abgesagt werden, mit weitreichenden Folgen für die eng verzahnte Musikwirtschaft.

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Der Markt für die Herstellung von Musikinstrumenten wird sich aufgrund der anhaltenden Coronakrise nur langsam vom Umsatzeinbruch erholen und ist dabei von der Entwicklung des Teilmarkts, insbesondere des Einzelhandels, abhängig.

Umsatzrückgänge und Schließungen im stationären Einzelhandel sind auch zukünftig in Folge der Pandemie und des Digitalisierungstrends zu erwarten. Gerade für Hobby-Musikerinnen und -Musiker wird der unkomplizierte Einkauf von Instrumenten online relevant bleiben.

Der Trend zum Musikstreaming wird sich auch unabhängig von der Pandemie weiter fortsetzen und die Verschiebung weg vom stationären Einzelhandel und hin zu digitalen Angeboten vorantreiben.

Tendenzen zur Nutzung von Homerecording und digitalen Tonstudios werden auch langfristig verstärkt. Die Erholung der stationären Tonstudios kann perspektivisch mit dem Aufleben der Musikwirtschaft und einer steigenden Nachfrage an professioneller Produktion erfolgen.

Auch zukünftig werden die sinkenden Verkaufszahlen bei den physischen Tonträgern die Situation der Tonträgerverlage mitgestalten. Die fortschreitende Digitalisierung und der wachsende Anteil Streaming-basierter Umsätze wird die weitere Entwicklung beeinflussen.

Umsätze aus der Nutzung von Lizenzen der Verlage, wie auch aus Tantiemen der GEMA, werden sich erst mit einer Erholung der Live-Branche normalisieren. Die Situation der Verlage ist daher stark abhängig von der Entwicklung des gesamten Teilmarktes und des Live-Sektors.

Die Auswirkungen der anhaltenden pandemischen Lage werden zukünftig spürbare Strukturveränderungen einfordern. Eine Erholung für Künstlerinnen und Künstler und Ensembles kann nur im Zusammenhang mit den Möglichkeiten im Live-Segment erfolgen. Das Ausmaß der Veränderungen und Spätfolgen für die Musikwirtschaft sind dabei nicht absehbar.

Mit Hilfe von Hygiene- und Sicherheitskonzepten können verschobene Veranstaltungen zukünftig nachgeholt werden. Kreative Ideen wie Online-Livestreams werden den Markt weiter begleiten. Die Pandemie wird jedoch nachhaltigen Einfluss auf Clubs, Konzerthäuser und Veranstalter haben. Ob und wann das Live-Geschäft wieder in gewohnter Form stattfinden kann, ist daher auch für die nähere Zukunft nicht einzuschätzen.



Books on the top shelf of the left side, including titles like "Allende", "HURKUN WANG", and "ERZÄHLUNGEN".

Books on the second shelf of the left side, including titles like "DUMAS" and "ECO".

Books on the third shelf of the left side, including titles like "HERMANN HESSE" and "JACOBSEN".

Books on the fourth shelf of the left side, including titles like "Symphonie Pathétique" and "Sergei Prokofiev".

Books on the fifth shelf of the left side, including titles like "RENN" and "POLSKA".

Books on the top shelf of the right side, including titles like "INGMAR BERGMAN" and "INDIANERJAHRE".

Books on the second shelf of the right side, including titles like "FALL LÖWEL" and "PALLAS".

Books on the third shelf of the right side, including titles like "STEFAN HEYM" and "ARASVER".

Books on the fourth shelf of the right side, including titles like "WILHELM" and "MARTIN".

Books on the fifth shelf of the right side, including titles like "Die Wölfer" and "HICKLE".



# Buchmarkt



Erwerbstätige 2020:

**109.651**

Umsatz 2020:

**15,0 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+ 4 %**

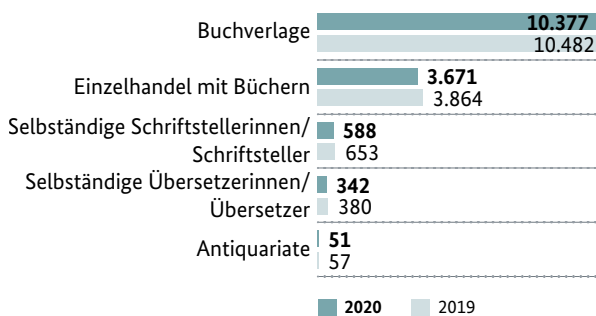
## Buchmarkt 2020 in Zahlen

Im deutschen Buchmarkt wurden 2020 insgesamt rund 15 Mrd. EUR Erlöst. Den größten Umsatzverlust hatten die Buchverlage (-6 Prozent) sowie der Buchhandel (-27 Prozent). Insgesamt waren 109.651 Personen im Buchmarkt erwerbstätig, das waren 3 Prozent weniger als 2019. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten sank 2020 um 9 Prozent (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zum Buchmarkt in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>17.022</b>	<b>-2,0 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>15.029</b>	<b>-2,6 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>109.651</b>	<b>-3,1 %</b>
Kernerwerbstätige	66.769	-2,9 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	49.747	-3,2 %
Selbständige***	17.022	-2,0 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>42.882</b>	<b>-3,5 %</b>
Mini-Selbständige****	28.821	-0,8 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	14.061	-8,6 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>6.053</b>	<b>-2,7 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021 (ohne WZ 18.14 Buchbinderei etc.); \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

## Buchmarkt 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

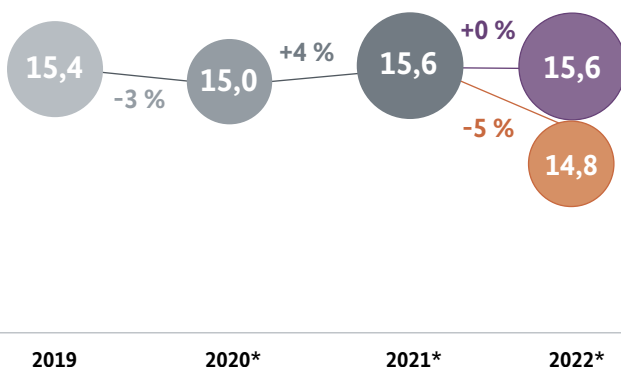
### Umsatzprognose

Vor allem durch die Wiederöffnung des stationären Buchhandels erholt sich der Buchmarkt 2021 voraussichtlich um +4 Prozent. Bei hohen Infektionszahlen bis ins 2. Quartal und entsprechenden Zugangsregelungen im Einzelhandel könnte der Umsatz 2022 erneut um bis zu -5 Prozent sinken.\*

### Trends und Herausforderungen

Investitionen von Buchhandlungen in den Ausbau ihrer Onlineshops und Lieferdienste haben die Digitalisierung der Branche weiter beschleunigt und Umsatzeinbußen durch die Pandemie zumindest teilweise kompensiert. Kleinere Verlage und weniger bekannte Autorinnen und Autoren waren stark von der vorsichtigen Programmplanung betroffen. Fehlende Unterstützung neuer, innovativer Stimmen bedrohen Vielfalt und Qualität des gesamten Buchmarkts.

### Umsatzprognose für den Buchmarkt 2021/2022 in Mrd. EUR



**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022

**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

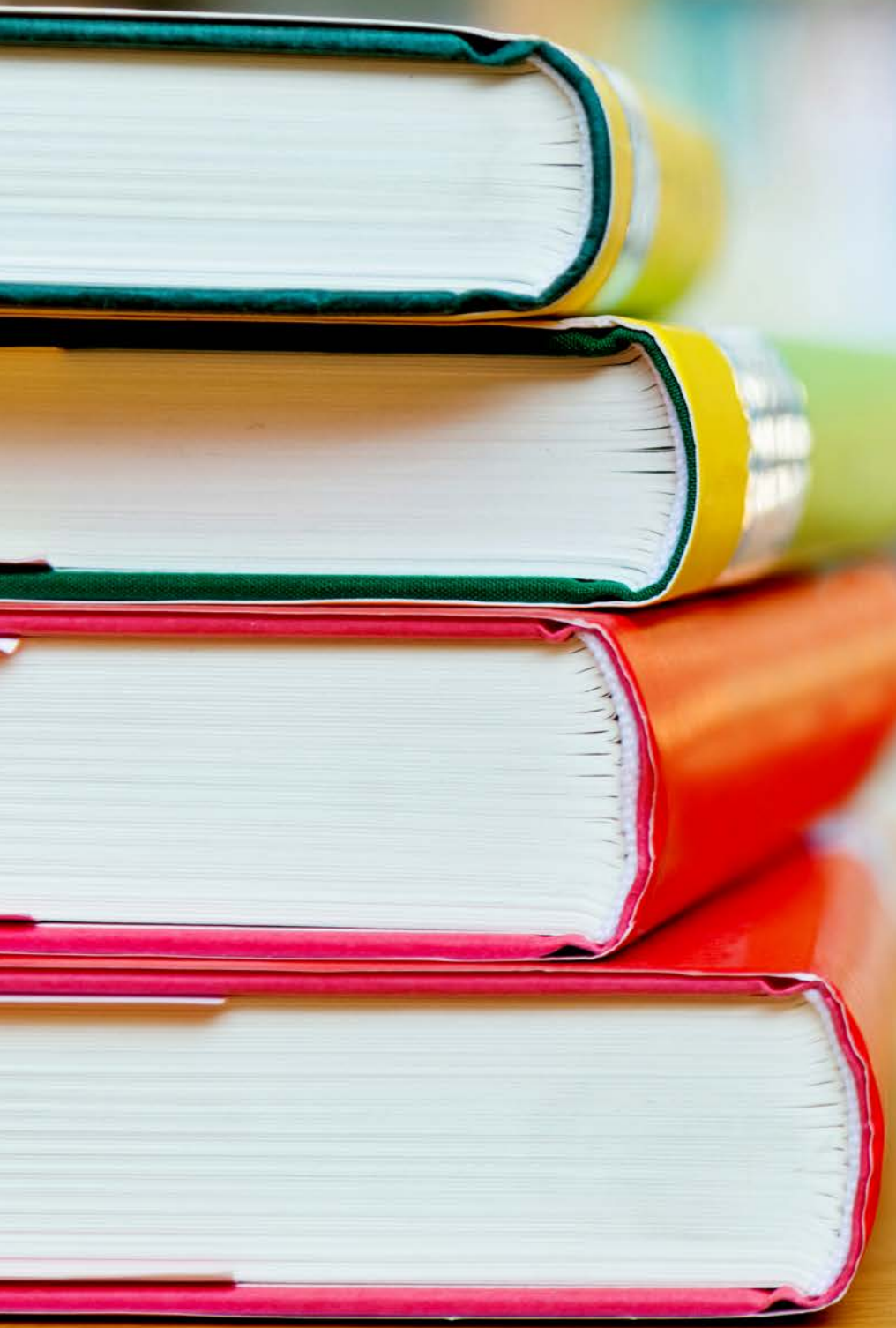
Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
\* nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021),  
exkl. WZ 18.14 Buchbinderei etc. Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und  
Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes  
im methodischen Anhang.



*„Die Buchbranche hat sich extrem schnell und umfassend auf die Herausforderungen der Krise eingestellt. Buchhandlungen und Verlage haben sich sehr kreativ und kundenorientiert gezeigt. Zugute kam der Branche, dass sie bereits seit vielen Jahren digital gut aufgestellt ist.“*

*„Nahezu jede Buchhandlung besitzt inzwischen einen Online-shop. Praktisch über Nacht haben Buchhandlungen Lieferservices eingerichtet und ihre Onlineshops beworben, um ihre Kundinnen und Kunden trotz geschlossener Ladentüren mit Büchern zu versorgen.“*

Thomas Koch,  
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Börsenverein des Deutschen Buchhandels  
Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021



## Segmente

Einzelhandel mit Büchern  
und Antiquariate

Buchverlage

(Selbständige) Übersetzerinnen/  
Übersetzer und Schriftstellerinnen/  
Schriftsteller

## Detailanalyse Buchmarkt

### Bestandsaufnahme (2021)

Aufgrund von Ladenschließungen während des Lockdowns im Frühjahr 2021 entstand ein deutlicher Umsatzrückstand vor allem im Sortimentsbuchhandel von minus 23 Prozent im Vergleich zum 1. Halbjahr 2019. Über alle Absatzwege (inkl. des Online-Geschäfts) hinweg liegt der Umsatz gegenüber dem 1. Halbjahr 2019 allerdings nur um 3,7 Prozent zurück (Börsenverein des deutschen Buchhandels 2021). Dafür ist für E-Books eine starke Umsatzzunahme, größtenteils über die Webshops örtlicher Buchläden, zu verzeichnen, womit sich der Trend aus 2020 fortsetzt. Zahlreiche Buchhandlungen konnten ihre Online-Umsätze deutlich steigern, hatten dafür allerdings erhebliche Prozesskosten zu stemmen.

Für kleinere Verlage ist die Lage noch immer schwieriger als für größere Gruppen, da kleine Verlage oft stärker auf den Verkauf in Buchhandlungen, auf Messen und bei anderen Veranstaltungen setzen. Bei der Frankfurter Buchmesse 2021 gab es z. B. nur eine zentrale Bühne, auf der kleinere Verlage weniger Chancen hatten, sich zu präsentieren. Sie neigen dazu, spezialisiert zu sein. Oft sind sie außerdem in den Bereichen tätig, die unter der Krise am stärksten gelitten haben (z. B. Reiseliteratur, Kalender). Große Gruppen hingegen konnten von ihrer Diversifizierung, größeren Katalogen und einer höheren Anzahl von Bestsellern profitieren (FEP 2021).

Schriftstellerinnen und Schriftsteller sowie Übersetzerinnen und Übersetzer sind mehrfach von der Krise betroffen: Neben dem Verlust der Werkhonore auf Grund der reduzierten Anzahl an Neuerscheinungen und einer geringeren Sichtbarkeit der Veröffentlichungen wurden auch andere Einnahmeformate (z. B. Lesungen, Durchführung von Workshops, Teilnahme an Podiumsdiskussionen) ausgesetzt. Hilfsprogramme erreichten Solo-Selbständige teilweise nur über Dritte. Je nach Lage der Pandemie wurden Fördermittel z. B. für Veranstaltungen nicht abgerufen und kamen daher auch nicht bei den Schriftstellerinnen und Schriftstellern sowie Übersetzerinnen und Übersetzern an. Solo-Selbständige, die stark von der Corona-Krise betroffen sind, konnten/können Überbrückungshilfe oder seit Anfang 2021 die „Neustarthilfe“ bzw. „Neustarthilfe Plus“ des Bundes beantragen (BMWK 2021, ver.di 2021).

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Die Entwicklung des Bucheinzelhandels hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab. Dazu zählen die Mobilität der (Lauf-)Kundschaft, die tendenziell gesunkene Vielfalt des Buchangebots und der Bedarf an Special-Interest-Literatur, die von der Durchführbarkeit bestimmter Aktivitäten (Reisen, Kino, Sport etc.) abhängt. Selbst bei einer Normalisierung der allgemeinen Lage dürfte sich die Verlagerung in den Onlinebereich weiter fortsetzen. Die besondere Beschaffenheit antiquarischer Bücher, die oft nur vor Ort sinnvoll geprüft werden kann, stellt dieses Segment vor besondere Herausforderungen und Zukunftssorgen. Da bei dem gestiegenen Umsatzmarkt der E-Books v. a. die Online-Ausleihe beliebt ist, bleibt abzuwarten, welche Lizenzmodelle sich etablieren werden (BOEV 2021).

Obwohl Veranstaltungen und Messen wieder häufiger stattfinden, ist ihr Umfang reduziert. Die Veranstalter sind weniger risikobereit. In Kombination mit dem überwiegen Wegfall internationaler Gäste kann sich diese Entwicklung weiterhin negativ auf die Einnahmen und Sichtbarkeit vor allem kleinerer Verlage auswirken. Noch immer werden Neuerscheinungen verschoben oder gestrichen. Insbesondere Titel von weniger bekannten Autorinnen/Autoren und Nischengenres könnten den wirtschaftlichen Ungewissheiten zum Opfer fallen. Dies hätte nicht nur Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation der betroffenen Autorinnen und Autoren, Lektorierenden und Gestaltenden, sondern auch auf die Vielfalt des Buchmarktes insgesamt (BOEV 2021, FEP 2021).

Aufgrund der noch immer vorsichtigeren Programmplanung der Verlage fällt es Nachwuchsautorinnen und -autoren schwer, auf dem Markt Fuß zu fassen. Dies wirkt sich nicht nur auf die finanzielle Situation bisher weniger bekannter Autorinnen und Autoren aus, sondern auch auf die Vielfalt. Für etablierte Autorinnen und Autoren machen sich geringere Absätze ihrer Bücher oft erst langfristig bemerkbar, da Honorare für Folgeprojekte häufig aufgrund der Erfolge vorhergehender Veröffentlichungen ausgehandelt werden. Sollte es zu weiteren Einschnitten in der gesamten Kulturwirtschaft kommen, wird es auch für Autorinnen und Autoren sowie Übersetzerinnen und Übersetzer weniger Aufträge geben. Obwohl einige Veranstaltungen und Buchmessen im 2. Halbjahr 2021 stattfanden, war das Veranstaltungs- und Bühnenprogramm reduziert. Ob alternative Formate wie Livestreaming-Lesungen Bestand haben, ist noch nicht absehbar.





# Kunstmarkt



Erwerbstätige 2020:

**47.788**

Umsatz 2020:

**1,4 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+21 %**

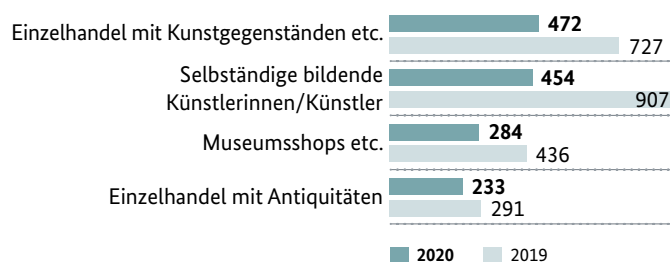
## Kunstmarkt 2020 in Zahlen

Im deutschen Kunstmarkt wurden 2020 insgesamt rund 1,4 Mrd. EUR umgesetzt, das waren 39 Prozent weniger als 2019. Den größten Umsatzverlust hatten die selbständigen bildenden Künstlerinnen und Künstler (-50 Prozent). Insgesamt waren 47.788 Personen im Kunstmarkt erwerbstätig, davon 17.645 Kernerwerbstätige sowie 30.143 geringfügig Erwerbstätige, darunter überwiegend Mini-Selbständige. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten ging um 14 Prozent zurück (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zum Kunstmarkt in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>12.520</b>	<b>-1,2 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>1.443</b>	<b>-38,9 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>47.788</b>	<b>-2,4 %</b>
Kernerwerbstätige	17.645	-1,8 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	5.125	-3,1 %
Selbständige***	12.520	-1,2 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>30.143</b>	<b>-2,7 %</b>
Mini-Selbständige****	27.023	-1,2 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	3.120	-13,9 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>767</b>	<b>-43,4 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

## Kunstmarkt 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

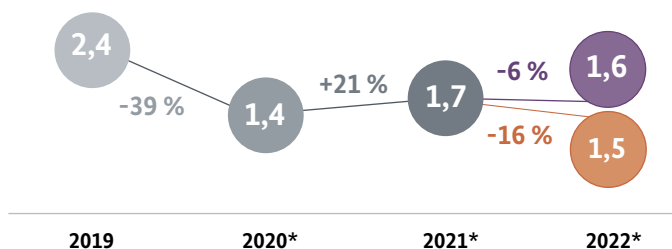
### Umsatzprognose

Im Vergleich zum Pandemie-Jahr 2020 erholt sich der Kunstmarkt 2021 voraussichtlich wieder um +21 Prozent. Die bestehenden internationalen Reiserestriktionen sorgen jedoch weiterhin für einen angespannten Kunstmarkt. Für 2022 ist keine Erholung zu erwarten, bei hohen Infektionszahlen bis ins 2. Quartal drohen Umsatzeinbußen von bis zu -16 Prozent.\*

### Trends und Herausforderungen

Die Nutzung von Social Media und Tools zur Online-Präsentation und dem -Vertrieb von Kunst wird ein Bestandteil der Branche bleiben. Der Einfluss der Pandemie auf selbständige Künstlerinnen und Künstler wird sich mit etwas Verzögerung in den nächsten Jahren zeigen, hier drohen zahlreiche Berufsaufgaben.

### Umsatzprognose für den Kunstmarkt 2021/2022 in Mrd. EUR



**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022

**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
\* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



„Auch die Überbrückungs- und sonstigen Hilfen, die alle Unternehmen mit schweren Umsatzeinbrüchen beanspruchen konnten, waren hilfreich. Diese Einbrüche gab es im Kunstmarkt vor allem in Galerien, die mit weniger marktstarken oder renommierten Künstlern zusammenarbeiten. (...) Ohne diese Unterstützung hätten viele Galerien die Covid-Krise kaum oder nur mit schweren Blessuren überlebt. Es ist mithin nicht zu den Insolvenzen gekommen, die zu Beginn der Pandemie prognostiziert wurden.“

Kristian Jarmuschek und Birgit Maria Sturm,  
Bundesverband Deutscher Galerien und  
Kunsthändler

Quelle: Politik und Kultur, 12/21

„Die Förderungen und Zuschüsse des Bundes und durch einige Bundesländer haben zu einer Unterstützung der Branche geführt, vielfach auch der einzelnen Bildenden Künstlerinnen und Künstler. Es konnten jedoch viele nicht erreicht werden.“

Dagmar Schmidt,  
Bundesvorsitzende des Bundesverbandes  
Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK)

Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021



## Segmente

Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc. sowie Einzelhandel mit Antiquitäten

Selbständige bildende Künstlerinnen und Künstler

Museumshops etc.

## Detailanalyse Kunstmarkt

### Bestandsaufnahme (2021)

Noch bis in die zweite Hälfte des Jahres waren Galerien und der Kunsthandel vor allem vom Wegfall der nationalen wie auch internationalen Messen hart getroffen. Dies sorgt weiterhin für große Umsatzverluste mit Auswirkungen auf den gesamten Kunstmarkt. Dank digitaler Präsentationsmöglichkeiten sowie der Nutzung von sozialen Netzwerken konnten Marktakteure auch während der Schließung von Museen und Galerien den Kontakt zu Kundinnen und Kunden zumindest als virtuelle Präsenz aufrechterhalten. Diese kann den analogen Ausstellungs- und Begegnungsraum des Kunsthandels jedoch bislang nicht vollständig ersetzen. Im Gegensatz zum Einzelhandel haben etablierte Auktionshäuser die Pandemie vergleichsweise gut überstanden. Oftmals waren diese bereits vor der Pandemie mit einem Online-Vertrieb vertreten, den sie in der Krise nutzen und ausbauen konnten.

Künstlerinnen und Künstler sind als Selbständige noch immer stark von den Auswirkungen der Pandemie betroffen. Trotz Sofort- und Überbrückungshilfen befinden sich viele aufgrund wiederkehrender und anhaltender Einschränkungen ihrer Präsentations- und Verkaufsmöglichkeiten in finanziellen Nöten oder sind sogar auf eine berufliche Neuorientierung angewiesen.

Die Umsätze der Museumsshops sind vom Betrieb der Museen und Kulturstätten abhängig. Diese konnten in der zweiten Hälfte des Jahres unter strengen Auflagen zu großen Teilen wieder öffnen. Der eingeschränkte Betrieb und die niedrigen Besucherzahlen haben dennoch anhaltende Umsatzeinbußen zur Folge. Auch die Online-Präsenzen einiger Shops können diese nicht kompensieren.

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Kreative, digitale Technologien für den Handel mit Kunstgegenständen und Antiquitäten werden zukünftig an Bedeutung gewinnen. Die Nutzung von Social Media und Tools zur Online-Präsentation und dem -Vertrieb von Kunst wird demnach auch unabhängig von der Pandemie ein Bestandteil der Branche bleiben. Die Zukunft des Kunstmarktes hängt dabei, neben der Überwindung der Auswirkungen der Pandemie, auch von der Anpassungsfähigkeit der Akteure ab. Eine Erholung der Umsatzniveaus und Beschäftigtenzahlen ist aber aller Voraussicht nach erst wieder in einigen Jahren zu erwarten.

Der existenzbedrohende Zustand, den die Pandemie geschaffen hat, führt zu großer Verunsicherung vieler Künstlerinnen und Künstler. Auch perspektivisch wird dies zu Veränderungen in der Branche und der Ausübung der bildenden Kunst als selbständiger Beruf führen.

Der Betrieb und damit auch die Perspektive der Shops steht im Zusammenhang mit der Möglichkeit zu Museumsbesuchen. Bei Rückkehr zu den Besuchszahlen und -möglichkeiten wie vor der Corona-Pandemie ist eine Erholung der Shops absehbar.



# Filmwirtschaft



Erwerbstätige 2020:

**118.212**

Umsatz 2020:

**5,9 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+5 %**

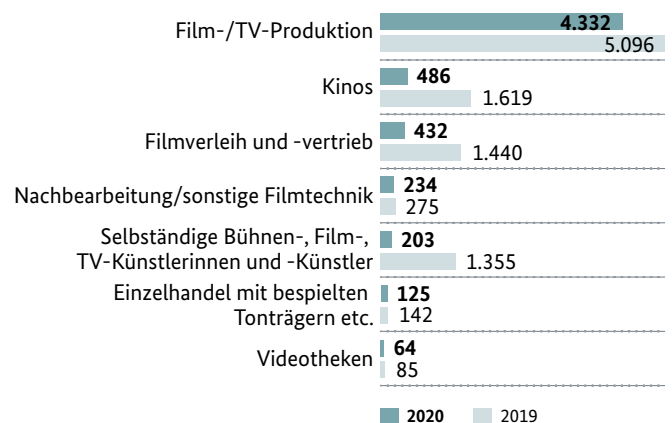
## Filmwirtschaft 2020 in Zahlen

Die deutsche Filmwirtschaft setzte im Jahr 2020 insgesamt rund 5,9 Mrd. EUR um, dies entspricht einem Umsatzverlust von rund 41 Prozent. Die höchsten Umsatzeinbußen in Folge der Pandemie verzeichneten selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler (-85 Prozent) sowie Kinos und Filmverleih/-vertrieb (je -70 Prozent). Insgesamt waren 118.080 Personen in der Filmwirtschaft erwerbstätig, das waren rund 5 Prozent weniger als noch im Vorjahr. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten sank um 17 Prozent (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zur Filmwirtschaft in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>20.614</b>	<b>-0,2 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>5.875</b>	<b>-41,3 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>118.080</b>	<b>-4,7 %</b>
Kernerwerbstätige	61.832	-3,3 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	41.218	-4,8 %
Selbständige***	20.614	-0,2 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>56.248</b>	<b>-6,2 %</b>
Mini-Selbständige****	38.583	-0,1 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	17.665	-17,2 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>5.040</b>	<b>-41,8 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020\* in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destat 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.



# Filmwirtschaft 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose



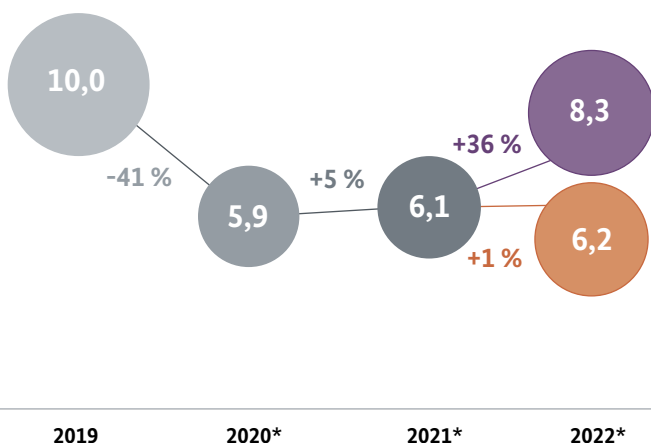
## Umsatzprognose

Die Filmbranche wird sich 2021 voraussichtlich nur leicht erholen (+5 Prozent). Vor allem die Situation der Kinos und Verleiher bleibt kritisch. Bei hohen Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals und anschließenden Erholungstendenzen ist für 2022 allerdings ein deutliches Wachstum möglich (+36 Prozent).\*

## Trends und Herausforderungen

Nach wie vor sind die Kinobetriebe sowie Verleiher, die ihre Einnahmen aus dem Kino generieren, von der Krise existenziell betroffen. Dagegen konnten Video-on-Demand-Anbieter vom digitalen Wandel profitieren und sind deutlich gewachsen. Die Produktionsunternehmen waren weniger stark betroffen als befürchtet. Allerdings haben die erhöhten Hygienekosten zu teils starken Gewinnrückgängen geführt.

## Umsatzprognose für die Filmwirtschaft 2021/2022 in Mrd. EUR



**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022  
**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
 \* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.

„Auch 2021 steht weiterhin im Zeichen der globalen Pandemie. Wenngleich sich die umfangreichen Hygienemaßnahmen bewährt haben, so muss auch konstatiert werden, dass diese mit höheren Kosten und längeren Drehzeiten einhergehen. Produzieren in Pandemiezeiten bleibt eine große Herausforderung. Zugleich stehen viele weitere Themen und wichtige Entscheidungen an. Erfreulicherweise nimmt der kürzlich vorgelegte Koalitionsvertrag wesentliche Punkte, etwa die Investitionsverantwortung für On-Demand-Dienste, steuerliche Anreize oder die Rechtssicherheit bei der steuerlichen Behandlung von Koproduktionen, in den Blick. Ziel muss es sein, die Pandemie nun endlich unter Kontrolle zu bekommen, damit wir uns auf die zentralen kommenden Herausforderungen konzentrieren können.“

Alexander Thies, Allianz Deutscher Produzenten – Film und Fernsehen e.V.  
 Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021



### Segmente

Home Video (enthält die WZ-Gruppen: Einzelhandel Bild- und Tonträger, Videotheken)

Herstellung von Filmen, Video-  
filmen und Fernsehprogrammen

Nachbearbeitung und sonstige  
Filmtechnik

Kino

Filmverleih und -vertrieb  
(ohne Videotheken)

Selbst. Bühnen-, Film-, Hörfunk-  
& Fernsehkünstlerinnen  
und -künstler sowie sonstige  
darstellende Kunst

## Detailanalyse Filmwirtschaft

### Bestandsaufnahme (2021)

Der Home-Video-Markt ist 2020 und 2021 insgesamt gewachsen. Der digitale Wandel führt dabei zu großen Unterschieden. Während der DVD- und Blu-Ray-Handel schrumpft, steigen die Video-on-Demand-Umsätze (VOD). Das Wachstum treiben dabei vor allem die Streamer auf Abo-Basis (SVOD-Angebote) und weniger die transaktionalen VOD-Angebote.

Produktionsunternehmen mussten in und nach der ersten Lockdown-Phase Dreharbeiten unterbrechen und verschieben, teilweise auch ganz absagen. Dies hat zu Umsatzeinbrüchen geführt. Sie waren jedoch im Jahresdurchschnitt 2020 mit ca. 5 Prozent geringer ausgefallen als befürchtet. Allerdings haben die deutlich erhöhten Hygienekosten bei Dreharbeiten zu starken Gewinnrückgängen geführt (Produzentenallianz 2020). Die Umsatz- und Gewinnrückgänge unterscheiden sich allerdings nach Unternehmen und Genre. Kinoproduktionen waren bisher am stärksten negativ betroffen.

Die Umsätze der Film-Postproduktions-Branche spiegeln die der Produktionsunternehmen mit einer zeitlichen Verzögerung von zwei bis drei Monaten. Der Grad der Betroffenheit ist je nach Unternehmen unterschiedlich.

Die Kinobetriebe sind hart getroffen. Ihre Umsätze brachen 2020 um 68 Prozent ein (SPIO 2021). Dabei waren die großen Kinobetreiber stärker betroffen als die kleineren. Demgegenüber wird sich die Kinobranche 2021 insgesamt erholen, allerdings noch nicht das Vor-Corona-Niveau erreichen.

Soweit Verleiheinnahmen aus dem Kino generiert werden, spiegelt sich die Situation der Kinobetriebe. Konnten Verleiher Einnahmen aus dem Verkauf von TV-, Streaming- und DVD-Lizenzen erzielen, hatten sie deutlich geringere Einbußen zu verzeichnen.

Dreharbeiten, Theateraufführungen und Proben sowie Bühnenauftritte wurden 2020 für mehrere Monate gestoppt. Während Dreharbeiten oft nur verschoben wurden, sind Auftritte oft endgültig abgesagt bzw. zulasten anderer Auftritte verschoben worden. Der erneute Lockdown Ende 2020/Anfang 2021 hat die ohnehin angespannte Lage der selbständigen Künstlerinnen/Künstler im Theater- und Bühnenbereich weiter verschärft.

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Das Streaming- und Online-Videoangebot hat sich am Markt durch Covid-19 noch stärker entwickelt als vorhergesagt. Auch wenn einzelne Streaming-Angebote 2021 unter ihren Wachstumserwartungen blieben, setzt sich das non-lineare audiovisuelle Angebot immer mehr durch.

Das Produktionsvolumen wird nach Ende der Pandemie das Vor-Corona-Niveau wieder erreichen, und das generelle Wachstum des Marktes wird anhalten. Durch die zusätzlichen Hygieneschutzmaßnahmen mussten Drehabläufe neu durchdacht und optimiert werden. Dies kann Filmproduktionen künftig zugutekommen. Eine große Herausforderung stellt für die Branche der wachsende Personalmangel dar.

Die Erholungsphase wird sich bis 2022 fortsetzen. Lerneffekte beim Remote-Arbeiten im Mobile Office werden bleiben.

Die Pandemie hat Entwicklungen beschleunigt und intensiviert, die ohnehin begonnen haben: Das exklusive Auswertungsfenster des Kinos gerät in Bedrängnis. Teilweise werden Filme bereits parallel im Kino und im Streaming ausgewertet. Tickets werden immer mehr online verkauft. Personal ist abgewandert in andere Branchen und die Personalkosten steigen.

Da die Verleiher an den Kinoeinnahmen beteiligt sind, werden sie die Umsatzverluste während der Pandemie nachträglich nicht mehr kompensieren können. Die dauerhafte Erholung beginnt voraussichtlich erst mit dem Ende der Pandemie. Die Gefahr besteht, dass gerade kleinere Indie-Verleihunternehmen trotz staatlicher Hilfen in Bedrängnis geraten.

Die Umsatzeinbrüche während der Pandemie werden später kaum kompensiert werden können. Angesichts der zu befürchtenden Marktkonsolidierung im Bereich der Auftrittsmöglichkeiten (Theater, Clubs, Kleinkunsth Bühnen etc.) wird ein Verdrängungswettbewerb zulasten der weniger bekannten Künstlerinnen und Künstler vermutet.



# Rundfunkwirtschaft



Erwerbstätige 2020:

**64.886**

Umsatz 2020:

**8,5 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**-1%**

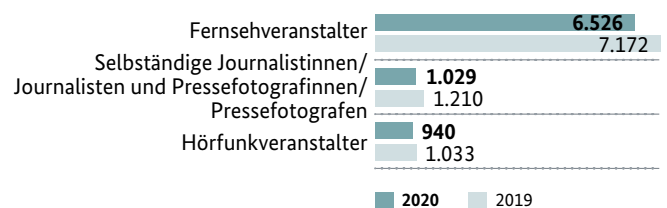
## Rundfunkwirtschaft 2020 in Zahlen

In der privaten Rundfunkwirtschaft wurde im Jahr 2020 ein Gesamtumsatz von 8,5 Mrd. EUR erzielt, im Vorjahr waren es noch 9,4 Mrd. EUR. Den größten Umsatzverlust verzeichneten selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen (-15 Prozent). Insgesamt waren 64.886 Personen in der Rundfunkwirtschaft erwerbstätig, davon 41.988 Kernerwerbstätige und 22.898 geringfügig Erwerbstätige. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten ging um 10 Prozent zurück (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zur Rundfunkwirtschaft in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>16.946</b>	<b>-1,0 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>8.495</b>	<b>-9,8 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>64.886</b>	<b>-0,9 %</b>
Kernerwerbstätige	41.988	-0,2 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	25.042	+0,3 %
Selbständige***	16.946	-1,0 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>22.898</b>	<b>-2,1 %</b>
Mini-Selbständige****	21.475	-1,5 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	1.423	-10,0 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>7.406</b>	<b>-9,8 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

# Rundfunkwirtschaft 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

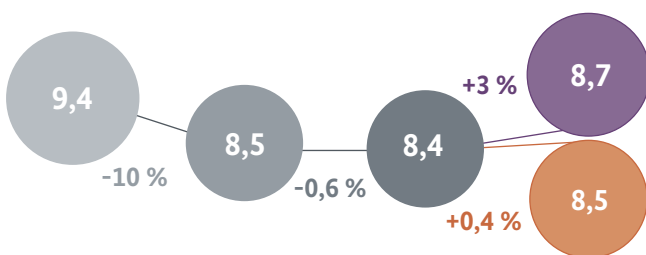
## Umsatzprognose

Die größten privaten Sendergruppen ProSiebenSat.1 und Mediengruppe RTL vermeldeten für das 1. HJ 2021 Umsatzsteigerungen von 22 Prozent bzw. 14 Prozent im Vergleich zum pandemiegeprägten Vorjahreszeitraum (Quelle: ProSiebenSat.1 Media SE 2021; RTL Group 2021). Dennoch wird die Rundfunkwirtschaft das Jahr 2021 vsl. mit einem leichten Umsatzverlust abschließen. Für 2022 zeichnet sich nur eine moderate Erholung ab.\*

## Trends und Herausforderungen

Die Nutzungsverschiebung von linearen Angeboten hin zu Streaming- und On-Demand-Angeboten wurde durch die Pandemie noch beschleunigt. Vor allem lokalen und regionalen TV- und Hörfunkveranstaltern droht hier ein weiterer Reichweitenverlust.

## Umsatzprognose für die Rundfunkwirtschaft 2021/2022 in Mrd. EUR



2019                      2020\*                      2021\*                      2022\*

**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022  
**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
 \* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



*„Alle Unternehmen der Rundfunkwirtschaft waren stark von der Pandemie betroffen. Das gilt vor allem für deren Werberrefinanzierung und das Konzert- und Veranstaltungsgeschäft. Aber auch im Sende-, Redaktions- und Produktionsbetrieb waren die Folgen der Corona-Maßnahmen deutlich spürbar. Besonders betroffen war und ist der Bereich der lokalen und regionalen Werbung.“*

*„Trotz hoher und in der Krise weiter steigender Nutzung audiovisueller Medien, waren die Werbeeinnahmen privater Radio- und Fernsehunternehmen in der Krise insgesamt deutlich rückläufig, während die globalen Tech-Giganten weiter steigende Werbeumsätze verzeichnen konnten und der öffentlich-rechtliche Rundfunk stabile Beitragseinnahmen auf höchstem Niveau hatte. Diese ungleichen Betroffenheiten im Wettbewerbsumfeld verschärfen die Situation für private Medien in der Corona-Krise und darüber hinaus.“*

Frank Giersberg, Geschäftsführer des VAUNET  
 Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021

Segmente

Fernsehveranstalter

Hörfunkveranstalter

Selbständige Journalistinnen/  
Journalisten und Presse-  
fotografinnen/Pressefotografen



## Detailanalyse Rundfunkwirtschaft

### Bestandsaufnahme (2021)

Für die Fernsehveranstalter zeichnet sich 2021 eine weitgehende Erholung des Werbemarktes ab: Laut VAUNET-Prognose soll die klassische TV-Werbung um 7 Prozent steigen. Zusammen mit dem starken Wachstum der Instream-Videowerbung könnte die Bewegtbildwerbung mit einem prognostizierten Umsatz von 5,3 Mrd. EUR sogar das Vor-Krisen-Niveau übertreffen. Das dynamische Wachstum im Bereich Instream-Werbung ist jedoch vor allem auf die internationalen Plattformen wie YouTube zurückzuführen, die deutschen TV-Veranstalter profitieren hier kaum. Der Pay-TV-Markt wird voraussichtlich stagnieren und die erzielten Verluste aus dem Vorjahr vermutlich nicht wieder aufholen (VAUNET 2021).

Im Gegensatz zum TV-Markt zeichnet sich im Hörfunk keine Erholung ab. Im Gegenteil: Nach einem Umsatzverlust von 9 Prozent in 2020 sollen die Umsätze mit Radiowerbung 2021 um weitere 5 Prozent auf 677 Mio. EUR sinken. Instream-Audiowerbung soll dagegen um 16 Prozent auf 75 Mio. EUR wachsen (VAUNET 2021). Das Online-Wachstum kann die Umsatzverluste im klassischen Hörfunk jedoch kaum kompensieren, da auch hier internationale Plattformen (Spotify etc.) am stärksten profitieren. Aktuell macht Instream-Werbung nur rund 10 Prozent der gesamten Audiowerbung aus.

Durch die Corona-Pandemie sind und waren vor allem selbständige Journalistinnen und Journalisten sowie Pressefotografinnen und Pressefotografen betroffen, die in der Berichterstattung vor Ort oder auf Terminen außerhalb der Redaktionen beschäftigt sind. Auch Selbständige, die für werbefinanzierte Medien oder in der Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt sind, haben und hatten mit Auftragsrückgängen zu kämpfen. Knapp ein Drittel der selbständigen Journalistinnen und Journalisten verzeichnete 2020 einen Umsatzrückgang von mehr als 50 Prozent, fast jede zehnte Person hatte sogar keine Aufträge mehr bekommen (DJV 2021). Ein ähnliches Ergebnis kann auch für das Frühjahr 2021 unterstellt werden. Die Hilfen für Selbständige und Freiberufler wurden zwar bis Jahresende 2021 verlängert, diese werden aber häufig nicht in Anspruch genommen (DJV 2021).

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Die Umsätze aus der klassischen TV-Werbevermarktung waren bereits vor der Krise rückläufig. Nach den Erholungs-Effekten 2021 ist zukünftig wieder mit sinkenden Umsätzen bei der TV-Werbung zu rechnen. Neben den werbefinanzierten internationalen Video-Plattformen stehen die deutschen TV-Veranstalter zudem durch Paid-Video (Netflix, Amazon Prime Video etc.) unter Druck. Während die bundesweiten Anbieter mit eigenen Angeboten um Marktanteile kämpfen, sind vor allem lokale TV-Anbieter massiv von der zunehmenden non-linearen Nutzung bedroht.

Aufgrund der großen Abhängigkeit von der lokalen und regionalen Werbewirtschaft – die durch die Pandemie vergleichsweise schwer getroffen wurde –, ist im Radiomarkt auch zukünftig keine schnelle Erholung zu erwarten. Der Werbemarkt könnte noch mehrere Jahre benötigen, um wieder das Vorkrisenniveau zu erreichen. Zudem ist noch nicht absehbar, in welchem Umfang die lokalen Radio-Werbekunden selbst von Insolvenzen bedroht sind. Hinzu kommt die zunehmende Nutzung non-linearer Audioangebote und die Verlagerung der Werbebudgets ins Digitale.

Für viele Selbständige und Freiberufler im Journalismus ist die Krise existenzbedrohend. Doch schon seit 2016 sinkt in Deutschland die Zahl der selbständigen Journalistinnen und Journalisten sowie Pressefotografinnen und Pressefotografen. Dieser Trend ist Ausdruck der strukturellen Krise im Journalismus, dessen Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung unter Druck stehen. Die Corona-Krise hat die Situation zusätzlich verschärft. Eine schnelle Erholung ist daher nicht absehbar.



# Markt für Darstellende Künste



Erwerbstätige 2020:

**105.827**

Umsatz 2020:

**1,1 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+16 %**

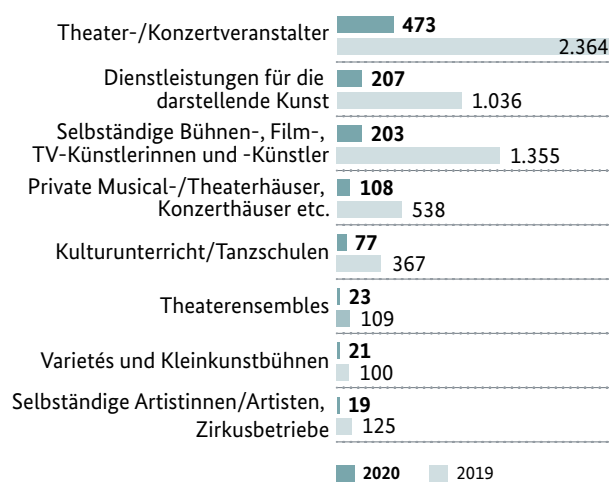
## Markt für Darstellende Künste 2020 in Zahlen

Der Markt für Darstellende Künste ist mit einem Umsatzverlust von rund 81 Prozent besonders hart von der Corona-Pandemie betroffen. 2019 wurden noch rd. 6,0 Mrd. EUR umgesetzt. Der Markt zeigt große Überschneidungen zur Musik- sowie zur Filmwirtschaft. 2020 waren insgesamt 105.695 Personen im Markt erwerbstätig, rund 6 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten sank um 23 Prozent (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zum Markt für Darstellende Künste in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>21.315</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>1.130</b>	<b>-81,1%</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>105.695</b>	<b>-5,6%</b>
Kernerwerbstätige	48.040	-1,5%
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	26.725	-2,3%
Selbständige***	21.315	-0,5%
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>57.655</b>	<b>-8,7%</b>
Mini-Selbständige****	40.883	-1,0%
geringfügig Beschäftigte (gB)	16.772	-23,4%
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>1.676</b>	<b>-80,3%</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

## Markt für Darstellende Künste 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

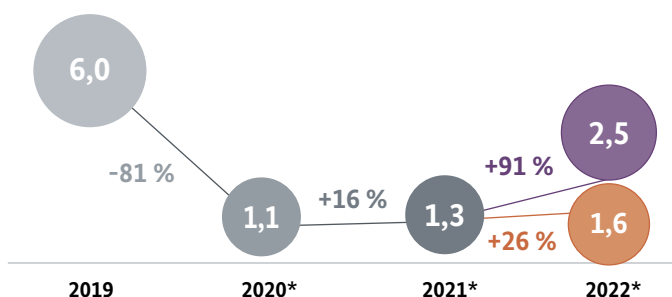
### Umsatzprognose

Die darstellenden Künste waren und sind am stärksten von pandemiebedingten Veranstaltungsabsagen betroffen. Zwar wird für 2021 ein Umsatz von rund 1,3 Mrd. EUR (+16 Prozent) prognostiziert – dies reicht jedoch nicht annähernd an das Vorkrisenniveau heran. Auch 2022 ist keine vollständige Erholung des Marktes zu erwarten.\*

### Trends und Herausforderungen

Auch nach zwei Jahren der Pandemie fehlen vielerorts klare Vorgaben für die Durchführung von Veranstaltungen, sodass diese schwer planbar bleiben. Investitionen in Video- und Übertragungstechnik für digitale oder hybride Veranstaltungen sind weiter notwendig.

### Umsatzprognose für den Markt für Darstellende Künste 2020/2022, in Mrd. EUR



**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022

**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
\* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



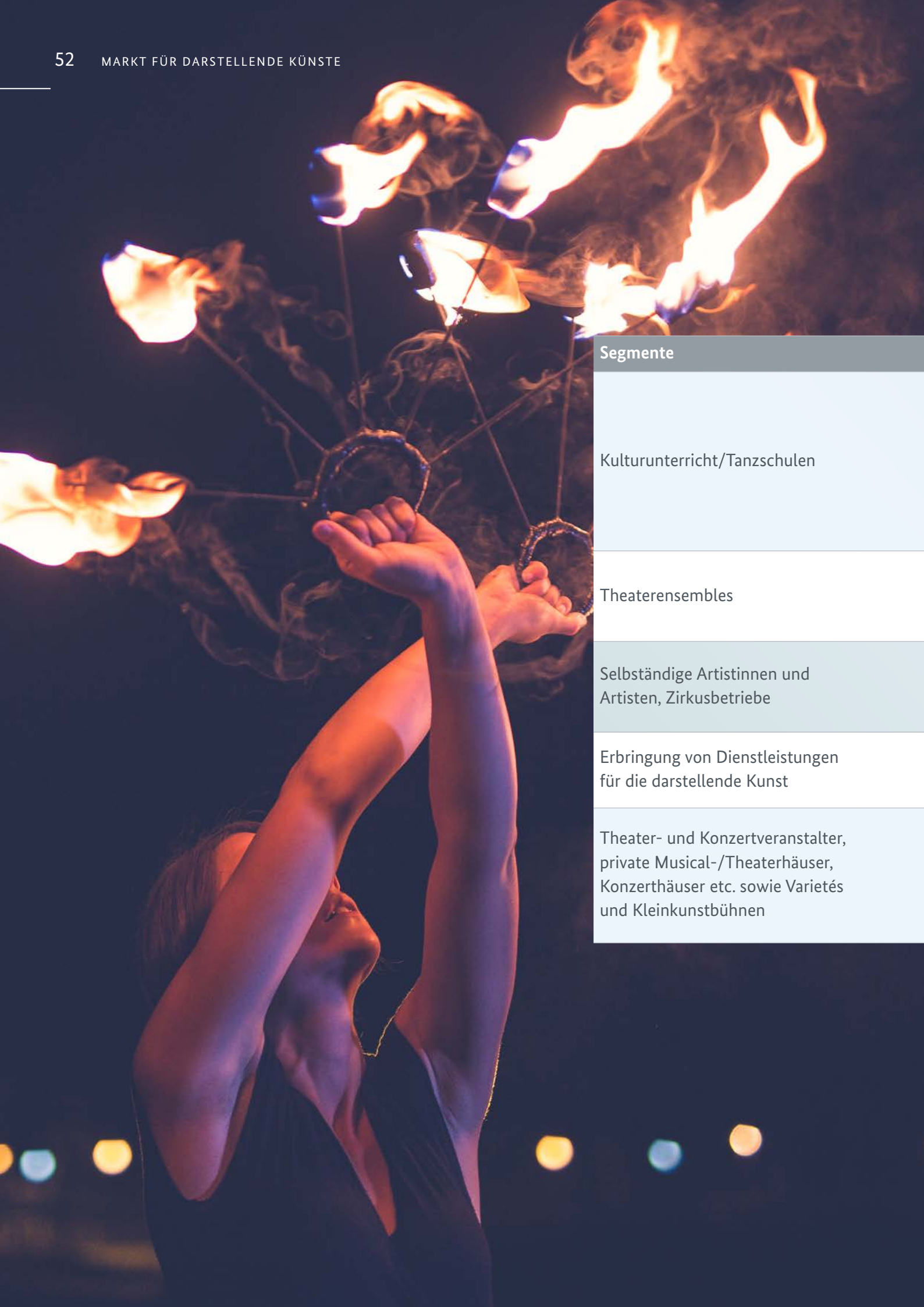
*„Theater bauen ihre Dekorationen weitestgehend selbst. Die eigenen Werkstätten sind aber auf Zulieferer angewiesen, die die besonderen Materialien liefern können, die hier verbaut werden müssen. In den laufenden Bedarf wird aber definitiv nicht investiert, wenn der Markt nicht weiß, wann es wieder losgeht.“*

*„Durch die Schließung der Theater konnten viele Firmen, die als Dienstleister für Wartung und Prüfung zuständig sind, deutlich mehr umsetzen.“*

*„Theater nutzen verstärkt die Möglichkeiten der Hybridveranstaltungen (virtuelle Vorstellung mit VR-Brillen) und investieren in Video- und Übertragungstechnik.“*

Wesko Rohde, Vorstandsvorsitzender  
DTHG e.V. Deutsche Theatertechnische Gesellschaft

Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021



Segmente

Kulturunterricht/Tanzschulen

Theaterensembles

Selbständige Artistinnen und  
Artisten, Zirkusbetriebe

Erbringung von Dienstleistungen  
für die darstellende Kunst

Theater- und Konzertveranstalter,  
private Musical-/Theaterhäuser,  
Konzerthäuser etc. sowie Varietés  
und Kleinkunsthöhlen

## Detailanalyse Darstellende Künste

### Bestandsaufnahme (2021)

Tanzschulen konnten 2021 wieder öffnen, allerdings mit regional unterschiedlichen Einschränkungen, wie der 2G-Regel. Auch Online- und Hybrid-Unterrichtsformen wurden angeboten. Allerdings verbesserten sich die Umsätze in der Branche im Jahr 2021 nicht wesentlich. Viele Tänzerinnen und Tänzer haben ihre Kurse abgesagt und es war schwierig, Anfängerinnen und Anfänger zu rekrutieren. Darüber hinaus führen allgemeine Einschränkungen für Veranstaltungen auch zu weniger Zahlen in Tanzschulen, durch weniger Brautpaare zum Beispiel. Weiterhin unterliegen Tanzschulen der Sportstättenverordnung und der für die Gastronomie, was zu Komplikationen führt. Jüngere und kleinere Unternehmen sind von der Situation besonders stark betroffen.

Aufgrund aufgehobener Corona-Beschränkungen und der Wiedereröffnung von Theatern konnten sich 2021 wieder Theaterschauspielerinnen und -schauspieler versammeln und live vor Publikum auftreten. Viele neue Vorstellungen wurden angekündigt, und Theater füllten sich wieder bis zum Ausbruch der vierten Welle.

Zirkusbetriebe konnten 2021 wieder öffnen, allerdings nur unter bestimmten Sicherheitsmaßnahmen wie der 3G-Regel. Zirkustouren im ganzen Land konnten ebenfalls stattfinden, jedoch an viel weniger Orten und für einen kürzeren Zeitraum als sonst üblich. Das Interesse an den Zirkusvorstellungen war 2021 sehr groß.

Die wiederkehrenden Einschränkungen für Veranstaltungen und das Risiko von Absagen haben zu geringeren Investitionen in Licht-, Ton- und Steuerungstechnik geführt. Einige Theater haben auch die Praxis übernommen, einen Großteil ihrer Dekorationen intern aufzubauen.

Die Kosten in der Branche haben aufgrund wirtschaftlicher Veränderungen und Preiserhöhungen in anderen Märkten einen erheblichen Anstieg erfahren. Durch die Schließung konnten Theater ihre Räumlichkeiten, wie z. B. Bühnenboden, sanieren und reparieren. Das Umsatzwachstum im Jahr 2021 hat sich gegenüber 2020 nicht verbessert. Die Zahl der Erwerbstätigen in der Branche hat sich leicht erhöht. Kulturveranstalter konnten auch durch Sonderfonds des Bundes für Kulturveranstaltungen finanzielle Hilfen erhalten.

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Das Interesse an Tanzkursen und Kulturunterricht steigt wieder. Allerdings erlauben Sicherheitsmaßnahmen nur die Teilnahme einer bestimmten Anzahl von Personen im selben Raum, was eine Herausforderung darstellt. Auch bei offenen Schulen oder Online-/Hybrid-Formaten gibt es noch finanzielle Schwierigkeiten.

In den Folgejahren wird eine langsame Erholung der Branche erwartet. Aufgrund noch bestehender Corona-Sicherheitsmaßnahmen sind die Besuchszahlen jedoch immer noch geringer als vor der Pandemie, was zu sinkender Rentabilität und mehr Abhängigkeit von öffentlichen Mitteln führt.

Die Branche erholt sich mit der Möglichkeit, wieder Live-Veranstaltungen zu organisieren. Die Zirkusbetriebe sind optimistisch, was die Entwicklung der Branche in naher Zukunft angeht. In einigen Fällen werden Vorstellungen jedoch aufgrund finanzieller Unsicherheiten abgesagt oder auf 2022 oder später verschoben.

Die langsame Wiedereröffnung von Kulturveranstaltungen in den darstellenden Künsten erhöht den Bedarf an unterschiedlichen Dienstleistungen. Hybride Formate erfordern die Einbringung neuer Technik und Dienstleistungen.

Es wird erwartet, dass sich die Umsätze bis 2022 verbessern und in naher Zukunft wieder Gewinne erzielt werden. Auch die Zahl der Erwerbstätigen soll steigen. Hybride Veranstaltungen gewinnen an Relevanz, mit neuen Formaten wie VR-Theaterstücken. Dadurch erhöht sich jedoch der Investitionsbedarf für neue Video- und Übertragungstechnik.





# Designwirtschaft



Erwerbstätige 2020:

**266.060**

Umsatz 2020:

**19,2 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+6 %**

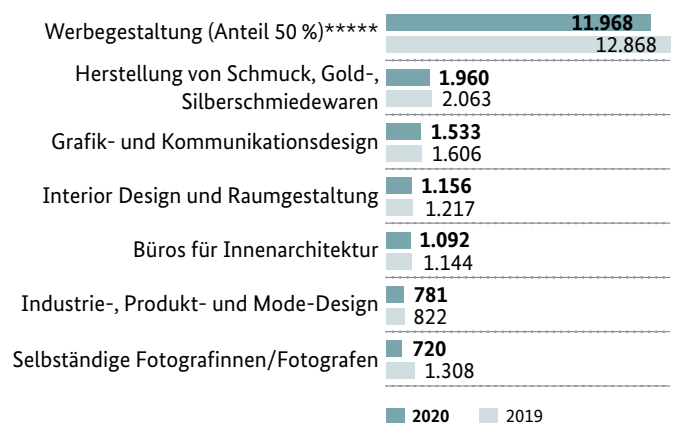
## Designwirtschaft 2020 in Zahlen

In der deutschen Designwirtschaft wurde 2020 ein Gesamtumsatz von rund 19,2 Mrd. EUR generiert, das waren rund 9 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Werbegestalter werden nach der Definition des KKW-Monitoring umsatzseitig zu 50 Prozent der Designwirtschaft zugerechnet – und erwirtschaften mit 12,0 Mrd. EUR den mit Abstand größten Umsatzanteil (62 Prozent). Insgesamt waren 266.060 Personen in der Designwirtschaft erwerbstätig (Stichtag: 30.06.2020), rund 4 Prozent weniger als 2019.

### Eckdaten zur Designwirtschaft in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>60.725</b>	<b>-0,3 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>19.229</b>	<b>-8,6 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>266.060</b>	<b>-3,6 %</b>
Kernerwerbstätige	152.230	-1,1 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	91.505	-1,7 %
Selbständige***	60.725	-0,3 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>113.831</b>	<b>-6,7 %</b>
Mini-Selbständige****	63.754	-2,5 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	50.077	-11,7 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>9.552</b>	<b>-9,6 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*\*Nach Definition der Designwirtschaft im Rahmen des Berichts wird die WZ 70.40.1 Werbegestaltung umsatzseitig zu 50 Prozent zugerechnet.

## Designwirtschaft 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

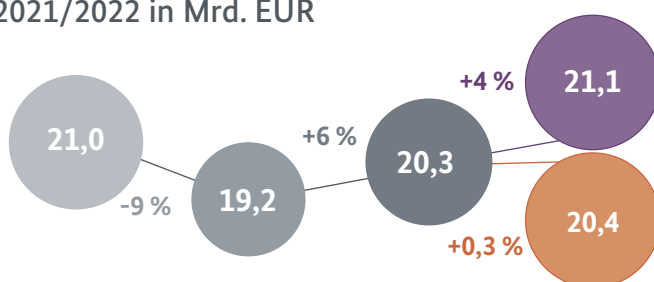
### Umsatzprognose

Bei hohen Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals und einer anschließenden Erholung könnte die Designwirtschaft wieder das Vorkrisenniveau erreichen. Bleibt die pandemische Situation bis ins 2. Quartal bestehen und kommt es zu einem erneuten Rückfall im Herbst/Winter, wird für das Gesamtjahr 2022 mit einer Stagnation des Marktes gerechnet.\*

### Trends und Herausforderungen

Lieferengpässe und der Verzicht, in Produktneheiten zu investieren, hemmen die Erholung insbesondere der Industrie- und Produktdesign-Branche. Dahingegen können Kommunikationsdesigner, die sich durch digitale oder beratende Angebote etabliert haben, anderen Unternehmen strategische Unterstützung bei Neupositionierungen anbieten. Diese Tendenzen könnten zu nachhaltigen Partnerschaften führen.

### Umsatzprognose für die Designwirtschaft 2021/2022 in Mrd. EUR



2019

2020\*

2021\*

2022\*

**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022

**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein  
(bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
\* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



*„Akteurinnen und Akteure im Kommunikationsdesign sind signifikant von ihren jeweiligen Auftraggebern abhängig. Sie erhalten ihre Aufträge aufgrund entsprechender Empfehlungen und Erfahrungen häufig aus der gleichen Branche. Gerät die betreffende Branche in Schwierigkeiten, braucht die Umstellung bzw. Neuakquise einen längeren Zeitraum.“*

Claudia Siebenweiber,  
Präsidentin BDG – Berufsverband der  
Deutschen Kommunikationsdesigner e.V.  
Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021

*„Die Designbranche ist bestimmt durch ihre Klein- und Vielseitigkeit. Viele der Akteurinnen und Akteure arbeiten als Solo-Selbständige. Die Hilfsmaßnahmen der Politik, die viel zu spät kamen, haben gezeigt, dass deren Status und Arbeitsweise nur unzureichend verstanden ist.“*

Boris Kochan,  
Präsident des Deutschen Designtag e.V.  
Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021



## Segmente

Industrie-, Produkt- und  
Modedesign

Grafik- und  
Kommunikationsdesign

Interior-Design und  
Raumgestaltung

## Detailanalyse Designwirtschaft

### Bestandsaufnahme (2021)

Insbesondere im Industriedesign zeigt sich eine Tendenz zur Erholung der Auftragslage. Vor allem in den Bereichen Public Design, Messe und Industrie gibt es jedoch noch immer teilweise deutliche Umsatzrückgänge durch abgesagte oder aufgeschobene Aufträge. Hinzu kommen Umsatzverlagerungen durch neue Geschäftsfelder sowie, in selteneren Fällen, Umsatzverbesserungen durch Innovationsaufträge. Besonders in der Textilindustrie verbessert die internationale Erholung die Auftragslage, wohingegen Probleme bei der Verfügbarkeit von Roh- und Hilfsstoffen und Lieferengpässe die Erholungstendenzen erschweren. Die Erwartung, dass hoch qualifizierte Kräfte in fachfremde Berufe abwandern, konnte sich 2021 nicht bestätigen. Stattdessen sei in der Designwirtschaft der ‚War for Talents‘ so stark ausgeprägt, dass Agenturen trotz massiver Umsatzeinbrüche an Fachkräften festhalten (VDID 2021).

Aufgrund der Abhängigkeit von der Lage der Auftraggeber stehen Umsatzrends in starker Kongruenz mit generellen Wirtschafts- und Branchentrends. Besonders von der Pandemie betroffen sind Unternehmen aus Touristik, Veranstaltungswesen, Messe, Kultur oder Gastronomie. Grafik- und Kommunikationsdesignerinnen und -designer haben sich oft auf bestimmte Branchen fokussiert. Gerät diese Branche in Schwierigkeiten, braucht es für die Neuaquise und Neuausrichtung auf andere Fachgebiete einen längeren Zeitraum.

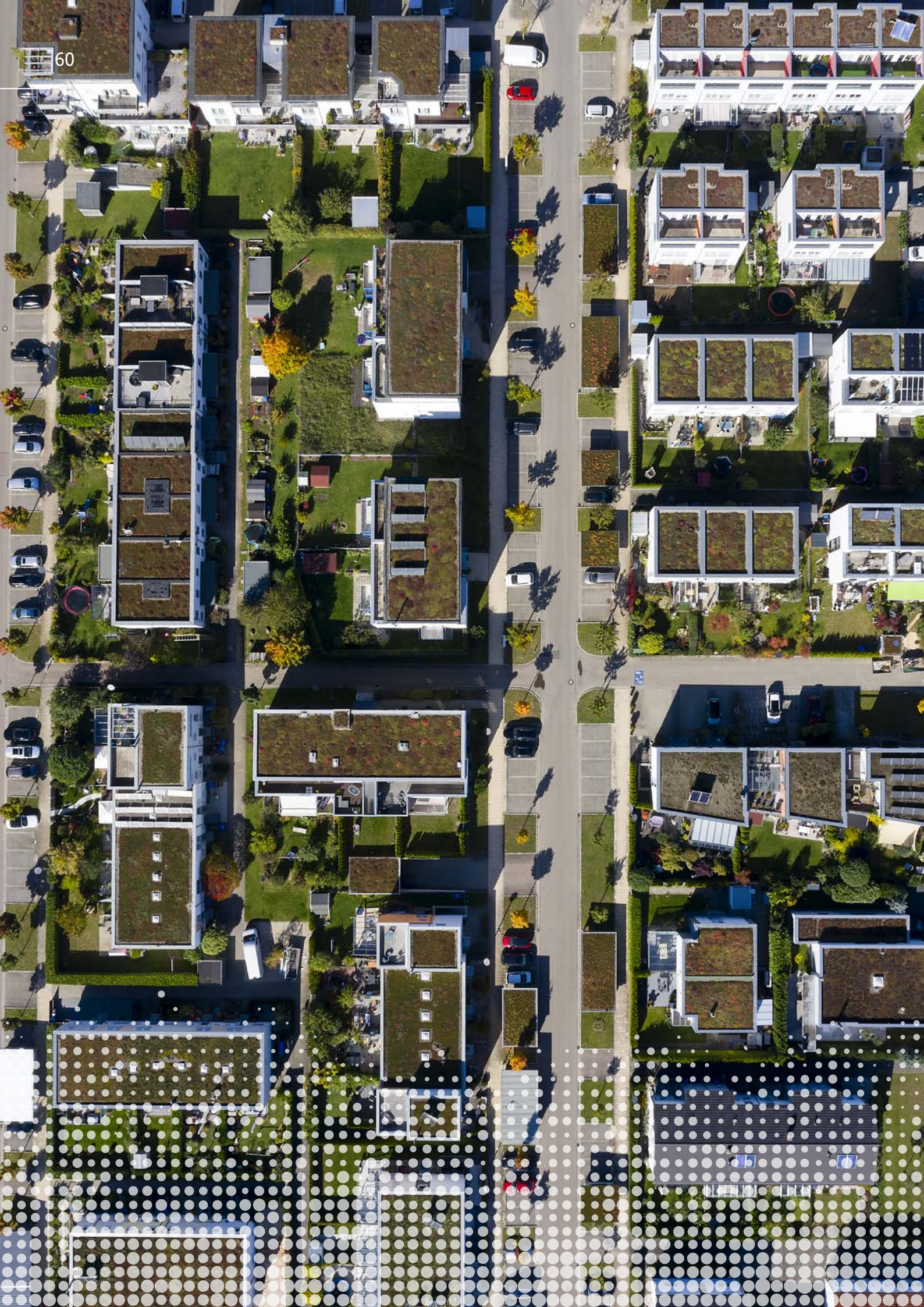
Die negativen wirtschaftlichen Folgen der Pandemie, die im ersten Quartal 2020 noch bei der Hälfte der Innenarchitektinnen und -architekten zu spüren waren, sind entgegen den Befürchtungen seit Mitte 2020 rückläufig. Im April 2021 stellten nur noch rund ein Viertel der Büros negative wirtschaftliche Folgen fest. Während die Auftragslage sich kontinuierlich verbessert, gehören Lieferengpässe seit Mitte 2020 zu den meistgenannten Problemen durch die Pandemie. Obwohl Innenarchitektinnen und -architekten von den negativen Auswirkungen im Vergleich zu anderen Architekturbüros noch immer überdurchschnittlich häufig betroffen und auf Finanzhilfen angewiesen sind, ist der Anteil rückläufig. Aufgrund der globalen Erholung waren Betriebe mit nationalen sowie internationalen Kunden krisenresistenter (BINGK 2021).

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Sollten die bisherigen Akquisemöglichkeiten wie Messebesuche und der direkte Kundenkontakt weiterhin wegfallen, gilt es Alternativen zu finden und Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Als Strategien zur Krisenbewältigung werden z. B. die Bildung von Netzwerken genannt, um Betriebsschließungen zu verhindern, und die indirekte Förderung der Designbranche durch die (staatliche) Förderung von Projekten, durch die in Unternehmen Innovationen mithilfe von Industrial Design marktfähig gemacht werden (VDID 2021). Viele Designerinnen und Designer diversifizieren ihr Tätigkeitsspektrum zunehmend, z. B. in Richtung UX-Design, wo die Nachfrage auch im Bereich Industrie- und Produktdesign nach wie vor groß ist. Eine intensivere (Zusammen-)Arbeit für und mit andere(n) Fachgebiete(n), wie etwa der Medizin- oder Mobilitätsbranche, ebenfalls als zukunftsfähig angesehen. Perspektivisch werden Nutzen und Nutzbarkeit bei der Gestaltung noch stärker in den Vordergrund rücken.

Die Umstellung von Print auf Digital, wie z. B. die Verlagerung von Kunden- und Unternehmenskommunikation ins Digitale, wurde auf der Auftraggeberseite durch die Pandemie beschleunigt. Der Druck auf Designerinnen und Designer, die ausschließlich Printdesign anbieten, ist dementsprechend gewachsen, während solche, die (auch) digitale Leistungen wie Motion-, UX- oder Informationsdesign anbieten, profitieren konnten. Kurzfristig steigen pandemiebedingt einige Kosten z. B. für Programmlicenzen für Onlinetools. Langfristig bietet der umfassende Wandel durch Digitalisierung Designerinnen und Designern aber die Chance, sich dauerhaft als beratende und strategische Partner zu etablieren.

Besonders von der Pandemie betroffen sind Büros mit mehrheitlich nationalen Auftraggebern aus den Bereichen Hotellerie, Messe etc. Innenarchitektinnen und -architekten haben seltener die Möglichkeit, weggefallene Aufträge zeitnah durch Neuaufträge auszugleichen, da sie am Ende einer längeren Wertschöpfungskette stehen. Dagegen können Büros mit Fokus auf Sparten wie Office-, Health- oder Privatsektor profitieren, indem sie gezielt auf die Herausforderungen der Pandemie und die damit verbundenen Neuausrichtungen eingehen. Chancen für Interior-Design und Raumgestaltung bestehen auch in Raum-Umnutzungen als Folge von Lifestyle-Veränderungen (z. B. bei Einkaufszentren) sowie in der Anwendung neuer Technologien wie VR (BINGK 2021).



# Architekturmarkt



Erwerbstätige 2020:

**177.765**

Umsatz 2020:

**12,5 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+5 %**

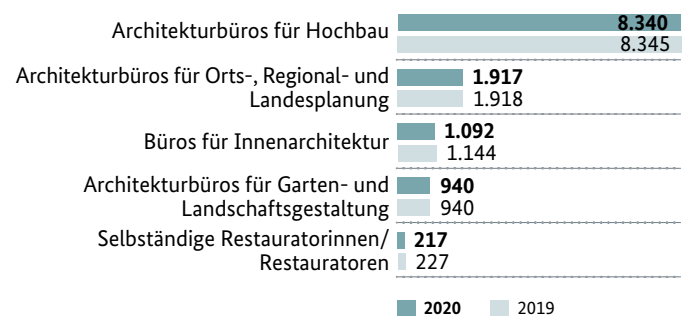
## Architekturmarkt 2020 in Zahlen

Im deutschen Architekturmarkt wurden 2020 insgesamt rund 12,5 Mrd. EUR Erlöst. Zwei Drittel der Umsätze (67 Prozent) werden dabei von Architekturbüros für Hochbau generiert. Insgesamt waren 177.765 Personen im Architekturmarkt erwerbstätig, davon 138.773 Kernerwerbstätige sowie 38.992 geringfügig Erwerbstätige. Trotz Corona-Krise stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 2,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zum Architekturmarkt in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>37.827</b>	<b>-1,2 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>12.506</b>	<b>-0,5 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>177.765</b>	<b>0,6 %</b>
Kernerwerbstätige	138.773	1,4 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	100.946	2,5 %
Selbständige***	37.827	-1,2 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>38.992</b>	<b>-2,4 %</b>
Mini-Selbständige****	20.062	-1,6 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	18.930	-3,3 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>7.199</b>	<b>-0,6 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.



## Architekturmarkt 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

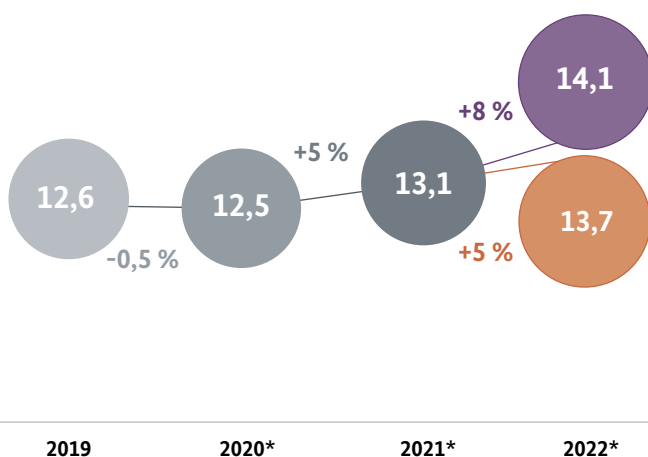
### Umsatzprognose

Der Architekturmarkt zeigt sich weiterhin krisenfest. 2021 wird der Markt laut Prognose über 13 Mrd. EUR umsetzen und damit mehr als vor der Krise. Für 2022 wird ein Wachstum zwischen +5 Prozent und +8 Prozent erwartet.\*

### Trends und Herausforderungen

Der Architekturmarkt ist von der Pandemie weniger stark betroffen. Lieferengpässe in der Baubranche führen jedoch zu Verzögerungen und erhöhten Kosten. In Folge der Pandemie wird die Nachfrage nach neuen Raumnutzungskonzepten für Büros und den öffentlichen Raum wachsen. Restauratorinnen und Restauratoren befürchten eine dauerhafte Verschlechterung ihrer Wirtschaftslage aufgrund schrumpfender Kulturhaushalte.

### Umsatzprognose für den Architekturmarkt 2021/2022 in Mrd. EUR



**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022  
**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein  
 (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
 \* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



*„Die aktuellen Zahlen können uns vorsichtig optimistisch stimmen, dass die Wirtschaft sich weiter erholen kann. Wir müssen jetzt die großen Aufgaben der kommenden Jahrzehnte klug angehen und aus der Krise heraus neue Impulse für mehr Wohnraum, mehr Baukultur – und mehr Klimaschutz nutzen. Denn mit der drohenden Baustoffverknappung und den damit steigenden Baupreisen sinkt die Investitionsfreudigkeit, so dass wir bereits vor der nächsten Herausforderung stehen, nämlich Planungsaufträge mittelfristig zu sichern. Damit so viele Kolleginnen und Kollegen wie möglich nach der Krise wirtschaftlich bestehen können, muss jetzt bei den Förderprogrammen gerade für kleine Unternehmen und Soloselbständige nachgebessert werden.“*

Barbara Ettinger-Brinckmann,  
Präsidentin der Bundesarchitektenkammer  
Quelle: BIngK 2021, PM vom 18.05.2021



## Segmente

Architekturbüros für Hochbau

Architekturbüros für Orts-,  
Regional- und Landesplanung/  
Garten- und Landschafts-  
gestaltung

Selbständige Restauratorinnen/  
Restauratoren

## Detailanalyse Architekturmarkt

### Bestandsaufnahme (2021)

Nach einer Umfrage der Bundesarchitektenkammer spüren 2021 noch 60 Prozent der Architekturbüros negative Folgen der Pandemie (BINGK 2021). Im Vergleich zu 2020 sind Architekturbüros im Bereich Hochbau relativ unbeschadet durch die Pandemie gekommen. Baustellen konnten trotz Restriktionen überwiegend offen bleiben. Die Auftragslage blieb überwiegend stabil und Unternehmen waren selten auf spezielle Hilfsangebote angewiesen oder von Geschäftsschließungen betroffen. Allerdings erleben Hochbaubetriebe im Vergleich zu den anderen Fachbereichen die größten Verzögerungen auf der Baustelle durch Personalengpässe der ausführenden Betriebe und Verzögerungen im Genehmigungsprozess durch unterbesetzte öffentliche Verwaltungen. Zudem partizipieren sie am wenigsten stark am allgemeinen Digitalisierungsschub der Architektur-Branche.

Landschaftsarchitektur und Stadtplanungsbüros sind 2021 noch immer weniger von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen als der Durchschnitt der Architekturbüros. Insbesondere die branchenweiten Liefer- und Personalengpässe erreichen Landschaftsarchitektinnen und -architekten in geringerem Maße und sind für die Stadtplanung kaum spürbar. Weniger als zwei Drittel der Landschafts- und Stadtplanungsbüros sind auf finanzielle Unterstützung oder andere Corona-Maßnahmen angewiesen. Dementsprechend kommt es nur selten zu pandemiebedingten Büroschließungen. Stadtplanerinnen und -planer sowie Landschaftsarchitektinnen und -architekten profitieren darüber hinaus mehr als andere Fachbereiche von dem durch die Pandemie angetriebenen Wandel. Sie verzeichnen u. a. den stärksten Digitalisierungsschub (BAK 2021). Die Unzulänglichkeiten, die sich im Zuge der Pandemie gezeigt haben, und die Bekämpfung des Klimawandels werden den Fachbereich in den nächsten Jahren bestimmen (DASL 2021).

Im April 2021 gaben mit 68 Prozent ähnlich viele Restauratorinnen und Restauratoren an, von der Krise betroffen zu sein, wie im Vorjahr. Auch die dringlichsten Sorgen der Restauratorinnen und Restauratoren waren ähnlich verteilt wie im Jahr 2020: allgemeine Auftragszurückhaltung und Verschiebung von Aufträgen aus öffentlicher und (etwas seltener) privater Hand. Obwohl knapp ein Fünftel der fest zugesagten Aufträge tatsächlich storniert wurden, kam es in geringerem Ausmaß zu Zahlungsausfällen und -verschiebungen. Insbesondere der Wegfall von Kinderbetreuung und die erschwerten Bedingungen für Selbständige und Freiberufler der Beantragung von Corona-Hilfsmaßnahmen fällt bei Restauratorinnen und Restauratoren ins Gewicht (VDR 2021).

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Aufgrund der guten wirtschaftlichen Ausgangslage des Hochbaus in den Vor-Pandemie-Jahren verzeichnet der Teilmarkt trotz wirtschaftlicher Einbußen eine bessere Geschäftslage als die Baubranche insgesamt. Trotzdem werden für die Zukunft – verspätet aufgrund der langen Planungszyklen in der Branche – Umsatz- und Eigenkapitalrückgänge erwartet (DIHK 2021). Die Pandemie macht zudem bestimmte Dysfunktionen sichtbar, die bereits vor der Krise bestanden haben. Insbesondere lange Baugenehmigungsverfahren, mangelnde Kommunikation zwischen Unternehmern und Behörden und damit verbundene Verzögerungen von Projekten haben sich durch die Pandemie noch verstärkt.

In der Pandemie haben sich Aufenthaltsräume und Bewegungsströme der Menschen innerhalb ihres Wohnorts, in ihrer Region und auch darüber hinaus gewandelt. Aufgrund der Restriktionen wurden beispielsweise verstärkt lokale Frei- und Naturräume aufgesucht. Die Bedeutung von urbanen Frei- und Grünflächen für das soziale Miteinander wurde deutlich. Die Tendenz zum Zweitwohnsitz außerhalb von Städten bzw. in Ferienorten wurde verstärkt. Sollten sich diese Trends fortsetzen, hat dies nicht nur Auswirkungen auf den Privatwohnraum, sondern auch auf die Infrastruktur und die Entwicklung von Städten und Regionen insgesamt. Auch das Aussterben vieler Innenstädte wurde durch Geschäftsschließungen und Ausgangssperren verstärkt. Die Deutsche Akademie für Städtebau und Landesplanung e.V. sieht zukünftige Hauptaufgaben darin, die Multifunktionalität des Raumes als auch der Nutzungen zu fördern (DASL 2021).

Die Befürchtungen einer dauerhaften Verschlechterung der Auftragslage aufgrund kleiner werdender Kulturhaushalte als Resultat der Krise bleiben auch über 2021 hinaus bestehen (VDR 2021).



# Pressemarkt



Erwerbstätige 2020:

**231.625**

Umsatz 2020:

**27,0 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**-3 %**

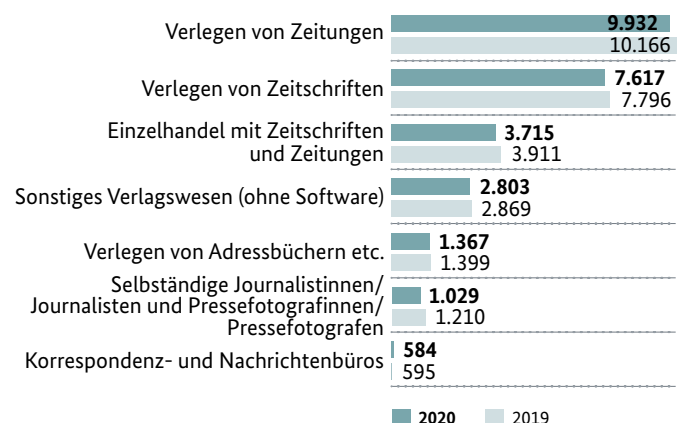
## Pressemarkt 2020 in Zahlen

Im deutschen Pressemarkt wurden 2020 insgesamt rund 27 Mrd. EUR umgesetzt, das waren 3 Prozent weniger als im Vorjahr. Die höchsten Umsatzverluste verzeichneten selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen (-15 Prozent) sowie der Einzelhandel (-5 Prozent). Insgesamt waren 231.625 Personen im Pressemarkt erwerbstätig, das waren 3 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten sank um 10 Prozent (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zum Pressemarkt in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>30.623</b>	<b>-1,3 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>27.048</b>	<b>-3,2 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>231.625</b>	<b>-5,2 %</b>
<b>Kernerwerbstätige</b>	<b>137.054</b>	<b>-3,2 %</b>
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	106.431	-3,7 %
Selbständige***	30.623	-1,3 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>94.571</b>	<b>-8,0 %</b>
Mini-Selbständige****	26.891	-1,6 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	67.680	-10,4 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>11.300</b>	<b>-3,6 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

## Pressemarkt 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

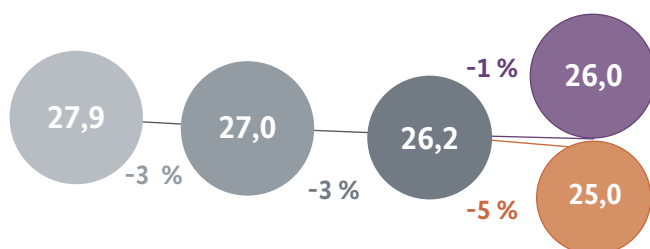
### Umsatzprognose

Der Pressemarkt unterliegt einer strukturellen Veränderung und wird auch 2021 weitere Umsatzverluste von -3 Prozent hinnehmen müssen. Für das Jahr 2022 werden zwischen -1 Prozent und -5 Prozent an Umsatzverlusten prognostiziert.\*

### Trends und Herausforderungen

Aufgrund der rückläufigen Print-Auflagenzahlen setzen die Zeitungs- und Zeitschriftenhäuser stark auf digitale Angebote, allen voran auf Paid Content. Algorithmen, Daten und Künstliche Intelligenz sind für die Branche hoch relevant und machen weitere Investitionen in das technologische Umfeld sowie Kooperationen erforderlich.

### Umsatzprognose für den Pressemarkt 2021/2022 in Mrd. EUR



2019

2020\*

2021\*

2022\*

**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022

**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein  
(bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
\* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



*„Wir erleben gerade den perfekten Sturm: Die Preise bei Papier, aber auch bei Treibstoff, Energie, Zustellung und Logistik explodieren, belasten damit die Refinanzierung gedruckter Presse, und gleichzeitig schöpfen die globalen Monopolplattformen aufgrund ihrer Marktdominanz über 70 Prozent der digitalen Werbeerlöse ab – Tendenz weiter steigend. Das konterkariert zarte Zeichen einer Erholung im Werbemarkt und eine stabile Nachfrage der Leserinnen und Leser nach gedruckter und digitaler Presse im Handel und im Internet. Die diskriminierungsfreie Förderung der periodischen Presse ist das Gebot der Stunde. Gleichzeitig muss der Gesetzgeber sicherstellen, dass die Pressemedien wieder faire Wettbewerbsbedingungen im Digitalen haben und nicht in allen Verbreitungsformen durch neue Verbote und Überregulierung weiter belastet werden. Andernfalls ist damit zu rechnen, dass in den kommenden drei Jahren zahlreiche Zeitschriftentitel eingestellt werden müssen.“*

Stefan Scherzer,  
Geschäftsführer VDZ –  
Verband Deutscher Zeitschriftenverleger  
Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021

**Segmente**

Einzelhandel mit Zeitschriften  
und Zeitungen

Verlegen von Adressbüchern etc.

Verlegen von Zeitungen

Verlegen von Zeitschriften

Sonstiges Verlagswesen  
(ohne Software)

Selbständige Journalistinnen/  
Journalisten und Pressefoto-  
grafinnen/Pressefotografen



## Detailanalyse Pressemarkt

### Bestandsaufnahme (2021)

Der Vertriebsmarkt im Einzelhandel entwickelt sich 2021 weiter leicht negativ. Die Entwicklung des Umsatzwachstums im Jahr 2021 war jedoch deutlich positiver als im Jahr 2020. Dies könnte an den aufgehobenen Reisebeschränkungen liegen, da der Einzelhandel einen Schwerpunkt an Bahnhöfen und Flughäfen hat.

Mit Erholung der lokalen und regionalen Wirtschaft erlebten auch Verzeichnismedien wieder mehr Anzeigenbuchungen und eine positivere Entwicklung als 2020.

Die Zeitungsverlage haben sich während der Pandemie publizistisch bewährt. Insgesamt blieb die Branche bei den Vertriebsumsätzen recht stabil mit einem leichten Anstieg der Vertriebsumsätze im Jahr 2021, sowohl digital als auch im Printbereich. Die Stabilität der Branche ist auch auf eine wachsende Leserschaft zurückzuführen – mit mehr als drei Millionen neuen Zeitungsleserinnen und Zeitunglesern seit Beginn der Pandemie (BDZV 2021). Während sich die Abozahlen und Anzeigenumsätze der Zeitungen im Printbereich 2021 auch aufgrund der anhaltenden Pandemie negativ entwickeln, verzeichnet das Digitalgeschäft starke Zuwächse (BDZV 2021).

Nach den gestiegenen Magazinverkäufen 2020 waren im Vertriebsmarkt 2021 unterschiedliche Absatzentwicklungen zu beobachten: Die Publikumszeitschriften entwickelten sich negativ, die Fachzeitschriften positiv. Weiterhin stark von der Pandemie betroffen war das Event- und Kongressgeschäft der Zeitschriftenverlage. Auch das klassische Werbebusiness setzte den Negativ-Trend in 2021 fort.

Das Wachstum des Tourismus und die Erholung des Werbemarktes im Jahr 2021 haben sich positiv auf die Produktion und den Bedarf nach Postkarten sowie Flyern, Broschüren und Katalogen zu Werbezwecken ausgewirkt.

Die langsame Erholung von Bereichen wie Gastgewerbe, Reisen, Messen und Veranstaltungen, die sehr stark von der Pandemie betroffen waren, wirkt sich auch 2021 weiterhin negativ auf die Arbeit freier Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen in diesen Bereichen aus.

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Aufgrund der anhaltenden Corona-Krise und einer zunehmenden Nutzung digitaler Formate wird sich der Einzelhandel für Zeitschriften und Zeitungen nur langsam von den Umsatzeinbrüchen erholen.

Aufgrund sinkender Umsätze ist seit einigen Jahren ein struktureller Rückgang zu beobachten, der durch die Corona-Pandemie deutlich verstärkt wird.

Mit einer raschen Erholung des Print-Werbemarktes ist kurzfristig nicht zu rechnen. Auch die positiven Effekte der Pandemie auf die Vertriebsumsätze werden sich nicht fortsetzen. Die erneut rückläufigen Print-Abozahlen können vorerst durch Preissteigerungen ausgeglichen werden. Das Digitalgeschäft verzeichnet zwar starke Zuwächse, jedoch rechnen rund 40 Prozent der Verlage damit, dass selbst bis 2026 das Digitalgeschäft die Rückgänge im Printbereich nicht kompensieren können wird (BDZV 2021).

Die Corona-Pandemie hat die ohnehin schon angespannte Situation der Zeitschriftenverlage nachhaltig verschärft. Die gestiegenen Kosten für die Herstellung sowie den Frachttransport könnten durch weiterhin eingeschränkte Produktionsbedingungen und Lieferengpässe auch 2022 bestehen bleiben. Hinzu kommen Kosten für die Digitalisierung der internen Arbeitsprozesse sowie für Arbeits- und Gesundheitsschutzstandards. Die Profitabilität und Investitionsmöglichkeiten werden zudem durch die bereits seit Jahren steigenden Zustellkosten weiter belastet. Das Digitalgeschäft entwickelt sich zwar positiv, kann aber auch kurzfristig nicht den Rückgang in den anderen Teilmärkten kompensieren.

Vor allem Verlage, die auf Werbematerial spezialisiert sind, profitieren von wieder stattfindenden Veranstaltungen und Messen. Mit Erholung der Gesamtwirtschaft verbessert sich auch das Geschäft mit Grußkarten, Plakaten, Postern etc. Durch die Digitalisierung der Branche wurden in den vergangenen Jahren Druckkosten gesenkt, diese drohen jedoch durch eingeschränkte Produktionsbedingungen und steigende Rohstoffpreise wieder merklich anzusteigen.

Schon jetzt arbeiten zahlreiche Selbständige nahe am oder teilweise unter dem Mindestlohn. Die Situation wird sich durch die Digitalisierung und die negativen Entwicklungen im gesamten Pressemarkt auch unabhängig von der Pandemie weiter verschärfen.



# Werbemarkt



Erwerbstätige 2020:

**260.046**

Umsatz 2020:

**28,5 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+5 %**

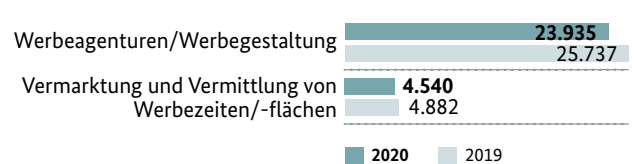
## Werbemarkt 2020 in Zahlen

Der deutsche Werbemarkt verzeichnete 2020 durch die Corona-Pandemie einen Umsatzeinbruch von 7 Prozent. Der Markt setzt sich aus nur zwei Wirtschaftszweigen zusammen, wobei die Werbeagenturen mit 23,9 Mrd. EUR rund 84 Prozent ausmachen. Insgesamt waren 2020 rund 17.000 Personen weniger im Werbemarkt erwerbstätig. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten sank um 12 Prozent (Stichtag: 30.06.2020).

### Eckdaten zum Werbemarkt in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>28.104</b>	<b>-2,8 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>28.475</b>	<b>-7,0 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>260.046</b>	<b>-5,9 %</b>
Kernerwerbstätige	153.056	-2,9 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	124.952	-2,9 %
Selbständige***	28.104	-2,8 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>106.991</b>	<b>-9,9 %</b>
Mini-Selbständige****	23.567	-2,1 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	83.424	-11,9 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>11.681</b>	<b>-7,0 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

## Werbemarkt 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

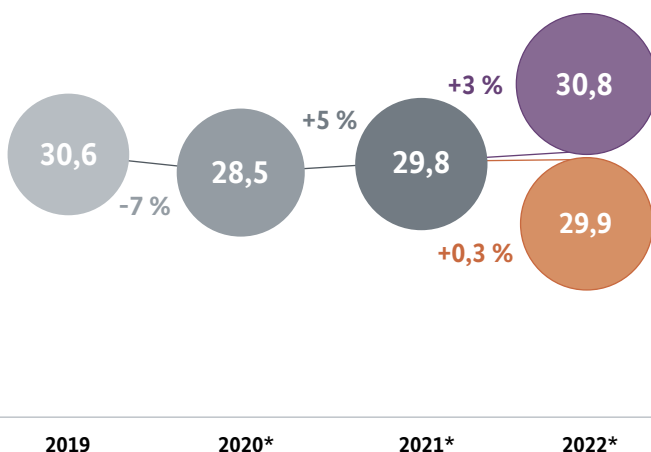
### Umsatzprognose

Aufgrund des starken digitalen Wachstums wird der Werbemarkt 2021 ein Umsatzplus von +5 Prozent generieren. Auch für 2022 wird ein weiteres Wachstum von bis zu +3 Prozent prognostiziert.\*

### Trends und Herausforderungen

Das Umsatzplus bei digitaler Werbung konnte das Minus der übrigen Werbeträger deutlich abfedern. Die Pandemie hat den Strukturwandel von Print ins Digitale demnach beschleunigt. Die Notwendigkeit schneller Digitalisierung und das erforderliche Personal – bei branchenweitem Fachkräftemangel – verursacht jedoch höhere Kosten und macht den Bedarf an Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen deutlich.

### Umsatzprognose für den Werbemarkt 2021/2022 in Mrd. EUR



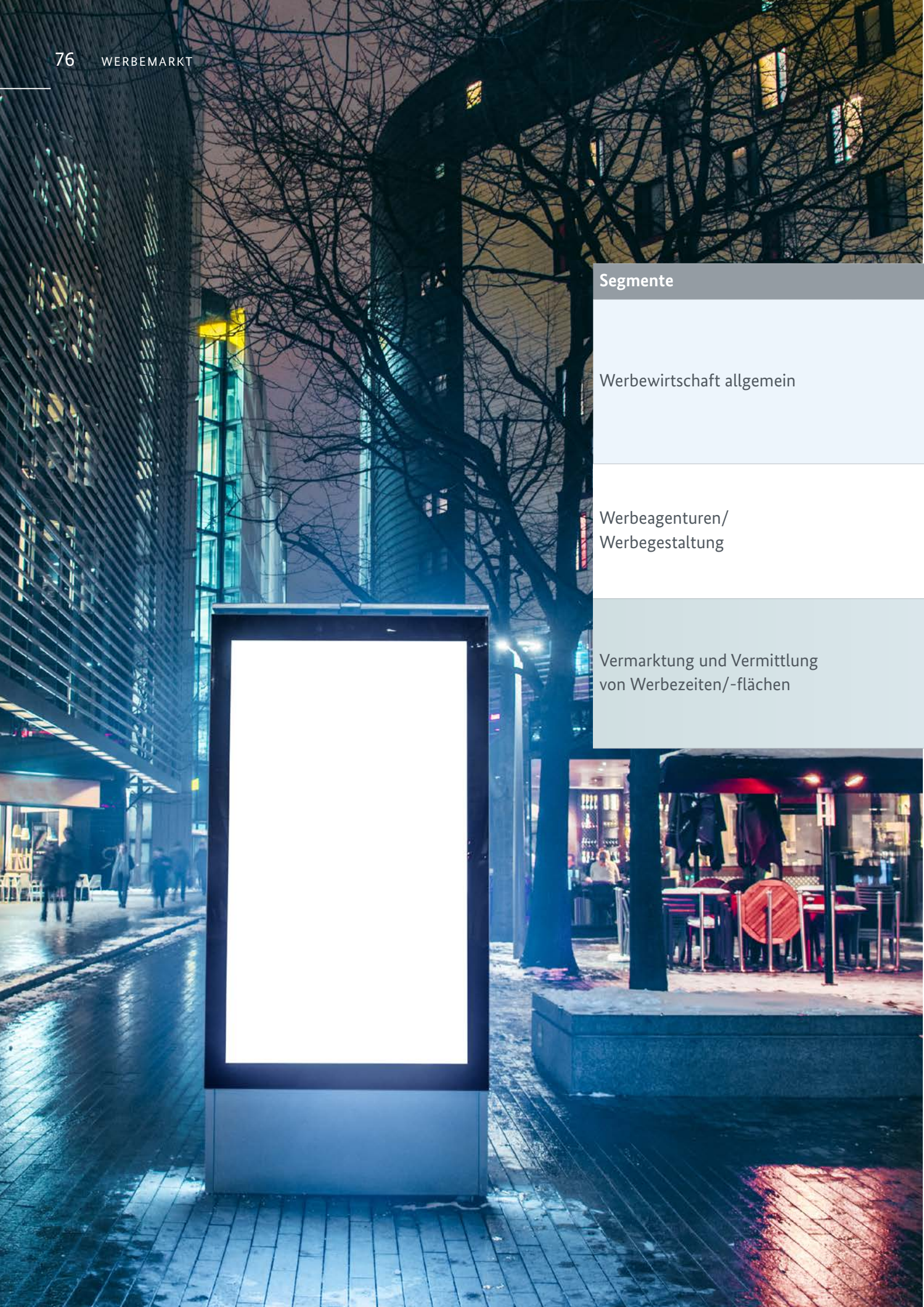
**Szenario 1:** Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022  
**Szenario 2:** Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein  
 (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);  
 \* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.



*„Der Werbemarkt erholt sich in Teilen seit April, heißt: Digitale Werbung läuft, wie zuvor schon, gut, TV-Werbung erholt sich, ebenso die Außenwerbung. Alle übrigen Werbeträger tun sich schwer. Die Corona-Pandemie hat den Strukturwandel innerhalb der Medien befeuert, Werbebudgets sind noch weiter in Richtung der digitalen Medien und vor allem der Mega-plattformen verlagert worden: Google, Facebook und Amazon machen inzwischen knapp ein Drittel des deutschen Werbemarktes aus. Grundlegende wettbewerbspolitische Maßnahmen sind angezeigt, um den Wettbewerb im digitalen Werbemarkt nach Covid-19 erhalten zu können.“*

Andreas F. Schubert,  
 Präsident des ZAW e.V.  
 Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft  
 Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021



## Segmente

Werbewirtschaft allgemein

Werbeagenturen/  
Werbegestaltung

Vermarktung und Vermittlung  
von Werbezeiten/-flächen

## Detailanalyse Werbemarkt

### Bestandsaufnahme (2021)

Der Gesamtwerbemarkt verzeichnet 2021 gegenüber dem Vorjahr wieder leichte Umsatzsteigerungen, auch die Nettowerbeeinnahmen der Medien steigen. Die Corona-Pandemie befeuert den Strukturwandel innerhalb der Medien weiter. Werbebudgets werden ungebrochen in Richtung der digitalen Megaplattformen verlagert, deren Marktmacht überproportional an Gewicht zulegt. Auch die Umsätze der Außenwerbung (Out-of-Home) sind im Jahr 2021 weiter gewachsen (ZAW 2021).

Anders als zunächst befürchtet, lag das Umsatzminus der Werbeagenturen der GWA 2020 nur bei 1,3 Prozent. Die Mehrheit der Agenturen rechnet 2021 mit Umsatzsteigerungen, wachsender Planungssicherheit und entsprechend mit einer relativ zügigen Erholung des Marktes 2021/22. Wachstumstreiber sind die Arbeitsbereiche Online-Kommunikation und die Erarbeitung umfassender Konzepte für Unternehmen. Generell werden die schwächelnde Konjunktur und der Fachkräftemangel als die aktuell größten Wachstumshemmnisse angeführt (GWA 2021).

Die Trends und die Prognosen aus der zweiten Hälfte 2020 haben sich bestätigt: Die Ausgaben für Werbung steigen wieder und insbesondere die 2020 noch hoch angeschlagene Kinowerbung sowie der Bereich der Außenwerbung nehmen dabei Vorreiterrollen ein. In der Außenwerbung sind die Aufwendungen nicht nur deutlich gegenüber der gleichen Zeit im Vorjahr, sondern auch im Vergleich zu 2019 nahezu zweistellig gestiegen (FAW 2021). Wie 2020 sind noch immer Umsatzrückgänge in der linearen Radio- und Fernsehwerbung zu verzeichnen, wobei Instream-Werbung/Werbung in manchen Streaming-Angeboten weiter gewachsen ist (ZAW 2021).

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

Umsätze in der Werbebranche hängen direkt von der makroökonomischen Gesamtentwicklung ab. Durch Covid-19 sind viele Branchen getroffen, insbesondere der für die Werbewirtschaft wichtige Dienstleistungssektor und Teile des Handels. Auch nach der Erholung des Marktes werden sich Trends der vergangenen Jahre fortsetzen: Online- und Außenwerbung werden weiter zunehmen, Werbung im linearen Fernsehen und in der Presse hingegen weiter langsam abnehmen. Die Ausgaben für Aus- und Weiterbildungen und IT-Kosten werden steigen, um den Wandel ins Digitale schaffen zu können. Der Fachkräftemangel und die damit steigenden Personalkosten werden sich fortsetzen (GWA 2021).

Die Entwicklungsperspektiven richten sich nach den allgemeinen wirtschaftlichen Perspektiven und dem Ausmaß des Strukturwandels in Richtung weiterer Online- und Außenwerbung. Bezogen auf die Umsatzentwicklung rechnen die Agenturen im GWA fast zur Hälfte mit einem Wachstum in den kommenden Jahren. Die große Mehrheit rechnet aber nicht mit Personalzuwachs, sondern eher mit einer gleichbleibenden Personaldecke oder sogar Personalabbau (GWA 2021).

Die mittel- und langfristigen Entwicklungsperspektiven der Werbevermarktung sind bei wieder anziehendem Konjunkturverlauf gut. Allerdings wird sich der oben beschriebene Strukturwandel fortsetzen, d. h. insbesondere kleine und regionale Medien sind stärker von Rückgängen in den Werbeausgaben betroffen und profitieren in geringerem Maße von Wirtschaftshilfen (ZAW 2021).





# Software-/Games- Industrie



Erwerbstätige 2020:

**570.340**

Umsatz 2020:

**50,2 Mrd. Euro**

Umsatzprognose 2021:

**+6%**

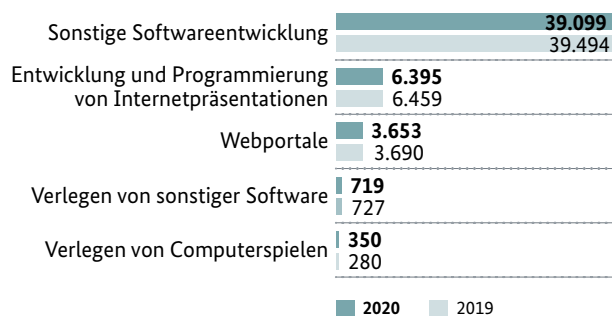
## Software-/Games-Industrie 2020 in Zahlen

Die Software-/Games-Industrie erwirtschaftete 2020 einen Umsatz von rund 50 Mrd. EUR und ist damit der größte Teilmarkt der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft. Aufgrund der geringen Betroffenheit der Branche durch die Corona-Pandemie hat sich der Anteil des Teilmarktes weiter erhöht (29 Prozent aller Umsätze in der KKW). 2020 waren in der Software-/Games-Industrie 570.340 Personen erwerbstätig (Stichtag: 30.06.2020), rund 5 Prozent mehr als im Vorjahr.

### Eckdaten zur Software-/Games-Industrie in Deutschland 2020\*

Kategorie	2020*	Vergleich Vorjahr (%)
<b>Anzahl der Unternehmen</b>	<b>43.094</b>	<b>3,1 %</b>
<b>Umsatz (in Mio. EUR)**</b>	<b>50.216</b>	<b>-0,9 %</b>
<b>Gesamterwerbstätige</b>	<b>570.340</b>	<b>4,5 %</b>
Kernerwerbstätige	495.767	5,1 %
sv-pflichtig Beschäftigte (svB)	452.673	5,3 %
Selbständige***	43.094	3,1 %
<b>Geringfügig Erwerbstätige</b>	<b>74.573</b>	<b>1,2 %</b>
Mini-Selbständige****	46.557	4,0 %
geringfügig Beschäftigte (gB)	28.016	-3,2 %
<b>Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)</b>	<b>37.387</b>	<b>-0,9 %</b>

### Umsatz nach WZ-Klassen 2019 – 2020 in Mio. EUR



\* teilweise eigene Berechnungen Goldmedia, nach: Destatis 2021a,b,c; Rundungsdifferenzen möglich; \*\*nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft 12/2021; \*\*\*Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige mit >17.500 EUR Jahresumsatz; \*\*\*\*Mini-Selbständige = Unternehmenssteuerpflichtige bis 17.500 EUR Jahresumsatz.

## Software-/Games-Industrie 2021: Herausforderungen, Trends und Prognose

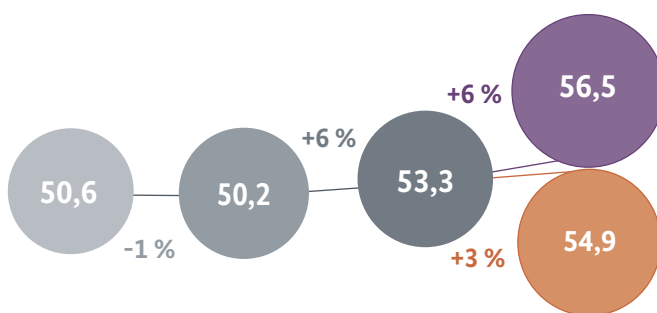
### Umsatzprognose

Die Software- und Games-Industrie ist nach dem leichten Umsatzrückgang wieder auf Wachstumskurs: 2021 soll sie um +6 Prozent wachsen, für 2022 wird ein Wachstum zwischen +6 Prozent und +3 Prozent prognostiziert.\*

### Trends und Herausforderungen

Durch die Pandemie wurde ein regelrechter Digitalisierungsschub ausgelöst, was insgesamt deutlich positive Auswirkungen auf die Software- und Games-Industrie hatte. In allen Bereichen konnte ein Umsatzwachstum verzeichnet werden, das sich fortsetzen wird, sofern es gelingt, bestehende Hemmnisse wie etwa den stagnierenden Breitbandausbau und den sich verstärkenden Fachkräftemangel zu beseitigen.

### Umsatzprognose für die Software-/Games-Industrie 2021/2022, in Mrd. EUR



2019

2020\*

2021\*

2022\*

Szenario 1: Hohe Infektionszahlen bis Ende des 1. Quartals 2022

Szenario 2: Hohe Infektionszahlen bis ins 2. Quartal 2022 hinein  
(bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig);

\* Werte 2020 und Prognose 2021/2022 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021). Ausführliche Erläuterungen zu den Prognosen und Grundannahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im methodischen Anhang.

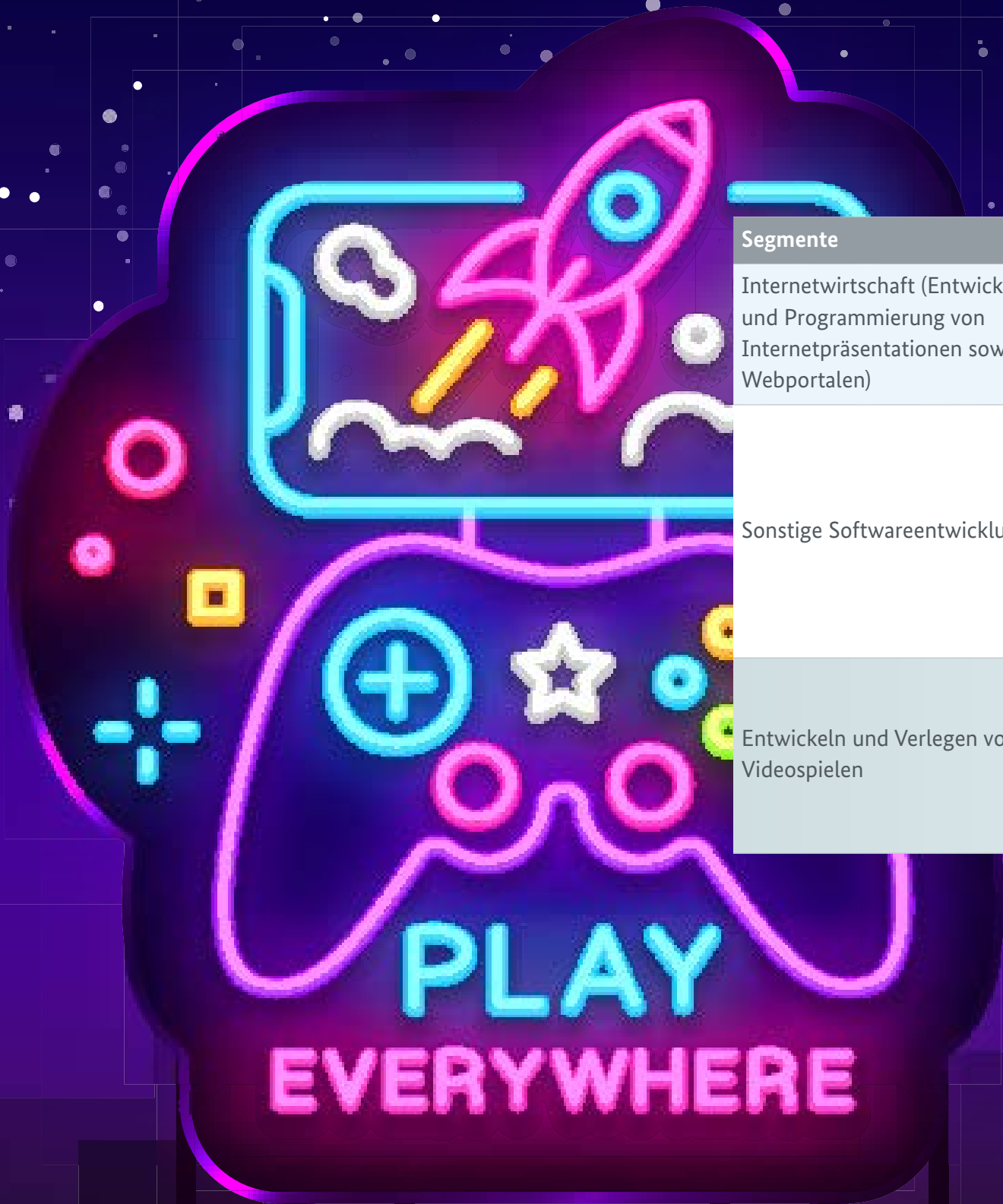


„Das Wachstum im Kern der digitalen Wirtschaft ist **so stark wie seit 20 Jahren nicht mehr**, und die Umsätze liegen deutlich über dem Vorkrisenniveau. Auch im kommenden Jahr stehen die Zeichen auf Wachstum.“

Achim Berg, Präsident Bitkom e.V.  
Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021

„Games haben Millionen Menschen geholfen, die Corona-Pandemie besser durchzustehen sowie mit Familie und Freunden in Kontakt zu bleiben und gemeinsam Spaß zu haben. Sie wurden für diese Zwecke sogar von der WHO empfohlen. Sowohl die Anzahl der Spielenden als auch der Games-Markt sind nicht zuletzt durch diese Corona-Effekte deutlich gewachsen.“

Felix Falk, Geschäftsführer game  
Quelle: Goldmedia Befragung, September 2021



Segmente

Internetwirtschaft (Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen sowie Webportalen)

Sonstige Softwareentwicklung

Entwickeln und Verlegen von Videospiele

## Detailanalyse Software-/Games-Industrie

### Bestandsaufnahme (2021)

Durch die Pandemie wurde ein regelrechter Digitalisierungsschub ausgelöst. Die Mehrheit der Bevölkerung schätzt Digitalisierung als ressourcenschonende und effiziente Technologie ein. Es fehlt allerdings bislang noch an einer ganzheitlichen Herangehensweise (eco 2021).

Nachdem 2020 ein wirtschaftlich stagnierendes Jahr für die Branche darstellte, konnten 2021 wieder deutliche Gewinne erwirtschaftet werden (Bitkom 2021). Die Software-Industrie wächst derzeit schneller als das Bruttoinlandsprodukt. Im globalen Vergleich ist Deutschlands Software-Industrie jedoch schwach aufgestellt. Insgesamt wird derzeit mehr Software importiert als exportiert. Es zeigt sich außerdem, dass Deutschland international gesehen zu wenig in Start-ups investiert. Eine Folge davon ist, dass es in Deutschland an globalen Playern mit innovativen Ideen fehlt. Stattdessen wird der Markt von vielen kleinen Firmen dominiert. Die geringe Investitionsbereitschaft liegt auch in der Sichtweise auf Software begründet, welche oft nur als nötiges Hilfsmittel, jedoch nicht als wirtschaftliches Wertschöpfungsinstrument eingeschätzt wird (Fraunhofer 2021).

Die Pandemie erwies sich für die Branche als große Chance, die finanziell gut genutzt wurde. Die deutsche Games-Branche konnte 2021 in allen Segmenten ein großes Umsatzwachstum erzielen. Insbesondere der Bereich Mobile Gaming ist rapide gewachsen und die In-Game-Käufe sorgen für deutliche Umsatzsteigerungen. Dabei profitieren nicht nur große Spieleentwickler und -publisher. Auch Indie-Games erfreuen sich einer wachsenden Nachfrage (game 2021).

### Blick in die Zukunft (2022 ff.)

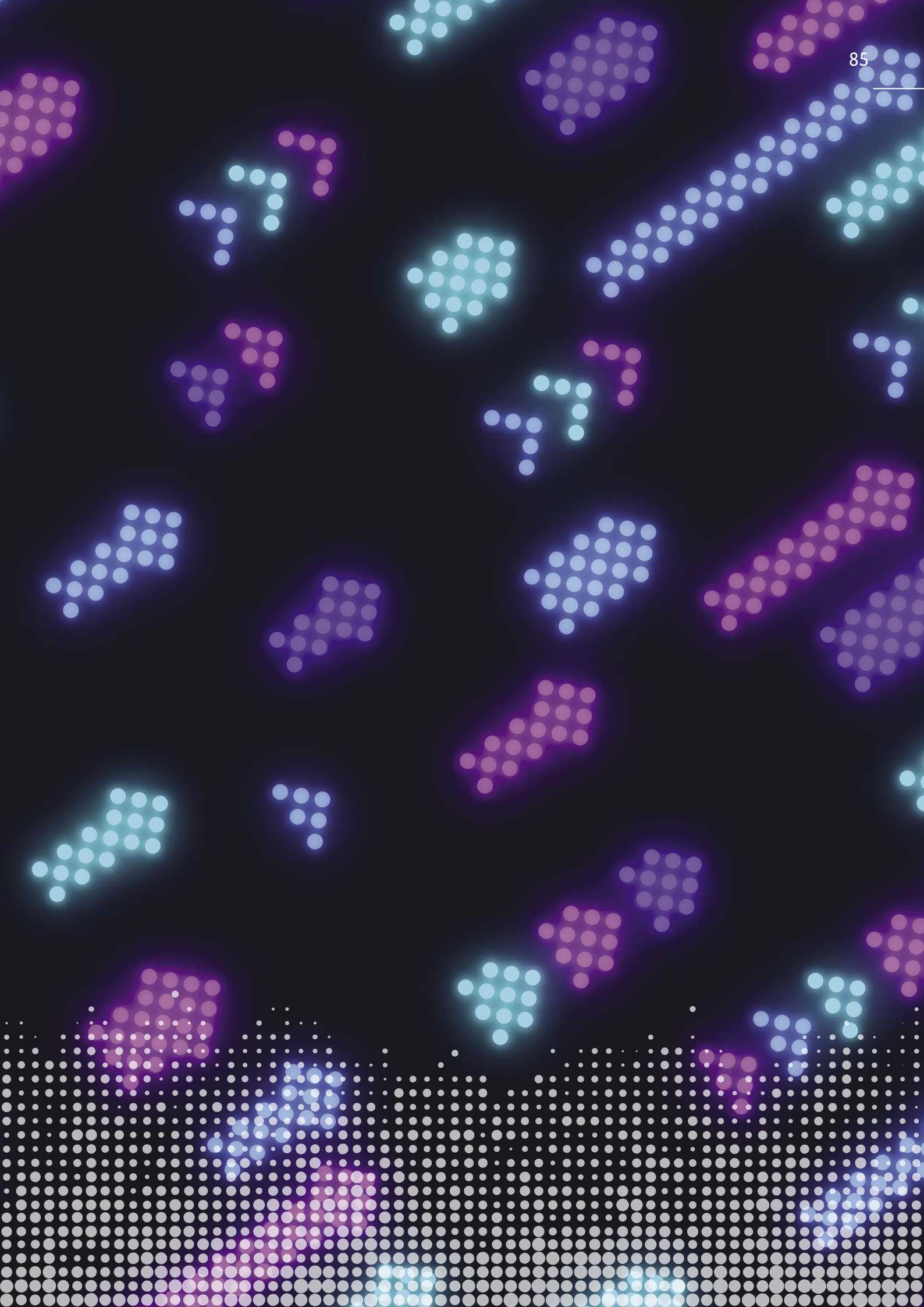
Die Internetwirtschaft wird in den nächsten Jahren gesamtgesellschaftlich deutlich an Bedeutung gewinnen. Vor allem der Bereich e-Commerce bietet ein gewaltiges Wachstumspotenzial. Voraussetzung sind jedoch entsprechende Rahmenbedingungen wie der flächendeckende Breitbandausbau (eco 2020).

Der durch die Pandemie zwar kurzzeitig abgefederte Fachkräftemangel wird die Branche zukünftig vor immer größere Herausforderungen stellen (Quelle: Bitkom 2021). In den nächsten Jahren werden viele neue Arbeitsplätze geschaffen und der Produktionsumfang wird ebenso wie der Umsatz steigen. Prognosen zufolge wird die Software- und IT-Dienstleistungsbranche den Maschinen- und Fahrzeugbau bis spätestens 2030 bei der Bruttowertschöpfung überholen (Fraunhofer 2021).

Der Mobile-Sektor wird in den kommenden Jahren weiter wachsen und verstärkt darauf abstellen, auch ältere Zielgruppen als Konsumentinnen und Konsumenten zu gewinnen. Dies wird auch über neue Kanäle wie Netflix geschehen, die Mobile Games im November 2021 in ihren Content-Katalog integriert haben. Auch Cloud Gaming hat, durch die Pandemie begünstigt, deutlich an Relevanz zugelegt. Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Schon 2025 wird ein Umsatz von rund 1 Mrd. EUR erwartet. Zum Vergleich: Im Jahr 2020 lag der Umsatz bei rund 100 Mio. EUR (PwC 2021).

# Update: Games-Markt





## Key Facts: Games-Markt

### #1 Branche auf Wachstumskurs

Die deutsche Games-Branche hat sich in der Pandemie als äußerst resilienter Markt erwiesen, der sich weiterhin auf Wachstumskurs befindet.

### #2 Unternehmensumsätze gestiegen

Der Gesamtunternehmensumsatz der Branche liegt 2020 bei rund 3,6 Mrd. EUR, von denen der ganz überwiegende Teil von Unternehmen mit ausländischem Mutterkonzern realisiert wird.

### #3 Auch Endkonsumentenumsätze wachsen

Insgesamt ist der Games-Markt 2021 um 22 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Die höchsten Wachstumsraten verzeichnen In-Game- und In-App-Käufe.

### #4 Anzahl der Unternehmen steigt

Auch die Anzahl der Unternehmen ist in den vergangenen Jahren nennenswert gewachsen. Etwa 730 Unternehmen sind im Games-Kernmarkt aktiv.

### #5 Games-Nutzung nimmt deutlich zu

Während der Pandemie hat sich die durchschnittliche Spieldauer verdoppelt. Ein Rückgang der Nutzung nach Corona ist nicht zu erwarten.

### #6 Livestreaming immer relevanter

Ein wachsender Teilmarkt ist das Livestreaming von Games, wo die Zuschauerreichweiten über das Jahr kumuliert die von klassischen TV-Angeboten erreichen können.

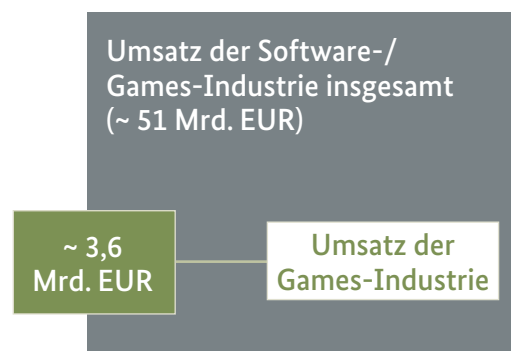
## Games: Umsatz des deutschen Games-Marktes

In den Monitoringberichten zur Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) ist der Games-Markt Teil der „Software-/Games-Industrie“, einem KKW-Teilmarkt, der neben dem Vertrieb von Computerspielen auch die Erstellung und den Vertrieb von Software sowie von Internetpräsentationen und das Betreiben von Webportalen beinhaltet. Entsprechend groß sind die Umsätze und Beschäftigtenzahlen, die für diesen Teilmarkt ausgewiesen sind und auf Daten des Statistischen Bundesamtes beruhen.

Auf Basis amtlicher Daten ist eine differenziertere Darstellung allerdings nicht möglich, weshalb im vorliegenden „Fokus Games“ andere Quellen und Erhebungen herangezogen wurden, um eine realitätskonforme Abbildung des Wachstumsmarktes Games zu ermöglichen.

Der Gesamtunternehmensumsatz der deutschen Games-Branche liegt 2020 bei rund 3,6 Mrd. EUR und ist damit im Vergleich zum letzten KKW-Monitoring (~3 Mrd. EUR für 2018) nennenswert gewachsen. Zahlenmäßig bestimmen viele kleine Unternehmen die Branchenstruktur. Der Großteil der Branchenumsätze wird hingegen von wenigen großen Unternehmen, von denen der ganz überwiegende Teil zu international agierenden Konzernen gehört, insbesondere durch Publishing-Aktivitäten erwirtschaftet.

**Umsätze der Software-/Games-Industrie insgesamt und der Games-Branche im Vergleich, 2020**





## Games: Abbildung der Branche in der amtlichen Statistik

Die Games-Industrie – im Wesentlichen bestehend aus den Segmenten (1.) Entwicklung/Herstellung (Games-Development) und (2.) Vertrieb (Games-Publishing) – wird in der amtlichen Statistik nicht oder nur unzuverlässig abgebildet. Games-Development ist in der amtlichen Statistik in keinem dort vorhandenen Wirtschaftszweig (WZ-Gruppe) abgebildet, sondern „versteckt sich“ zu einem unbekanntem Anteil in den WZ-Unterklassen „Herstellung von Spielwaren“ sowie „Sonstige Softwareentwicklung“. Erstere wird in der bisherigen Definition der „Software-/Games-Industrie“ gemäß KKW-Monitoring nicht berücksichtigt.

Games-Publishing könnte zwar dem Wirtschaftszweig (WZ) „Verlegen von Computerspielen“ entsprechen. Allerdings bestehen Zweifel an der Validität der amtlich gesammelten Daten zur WZ-Gruppe „Verlegen von Computerspielen“: So sind laut amtlicher Statistik die Umsätze der „Verleger“ von Games von rund 4 Mrd. EUR (2009) auf ca. 300 Mio. EUR (2018) gesunken, ohne dass es dafür eine Erklärung gibt (Destatis 2020a). Diesem Befund widersprechen die uns bekannten Daten, wonach die Umsätze der Games-Publisher in dieser Zeitperiode sowohl weltweit als auch in Deutschland angestiegen sind (vgl. Appendix zur Methodik in HMS 2020).

Will man die Games-Branche präzise in der amtlichen Statistik abbilden, ist es notwendig, den Zuschnitt der WZ-Gruppen zu ändern. Dieser Weg wird derzeit auf internationaler Ebene eingeschlagen. Es erscheint deshalb möglich, dass es 2023 auf UN- und EU-Ebene und 2024 auf nationaler Ebene WZ-Unterklassen geben könnte, die Games-Development und -Publishing abbilden.

Bis dahin ist es erforderlich, nichtamtliche Daten aus vorhandenen Studien zu nutzen, die innerhalb der Games-Branche auf Unternehmens- und Konsumentenebene durchgeführt wurden.

### Ausgewählte Teilbereiche von WZ 32.40.0 „Herstellung von Spielwaren“

- Herstellung von Spielfiguren
- Herstellung von Musikspielzeuginstrumenten
- Herstellung von Brettspielen und ähnlichen Spielen
- **Herstellung von elektronischen Spielen: Schach usw.**
- Herstellung von Flippfern, Münzspielautomaten, Billardspielen, Glücksspieltischen usw.
- Herstellung von Gesellschaftsspielen
- Herstellung von Spielfahrzeugen, einschließlich Fahrrädern und Dreirädern aus Kunststoff

Quelle: Destatis 2008

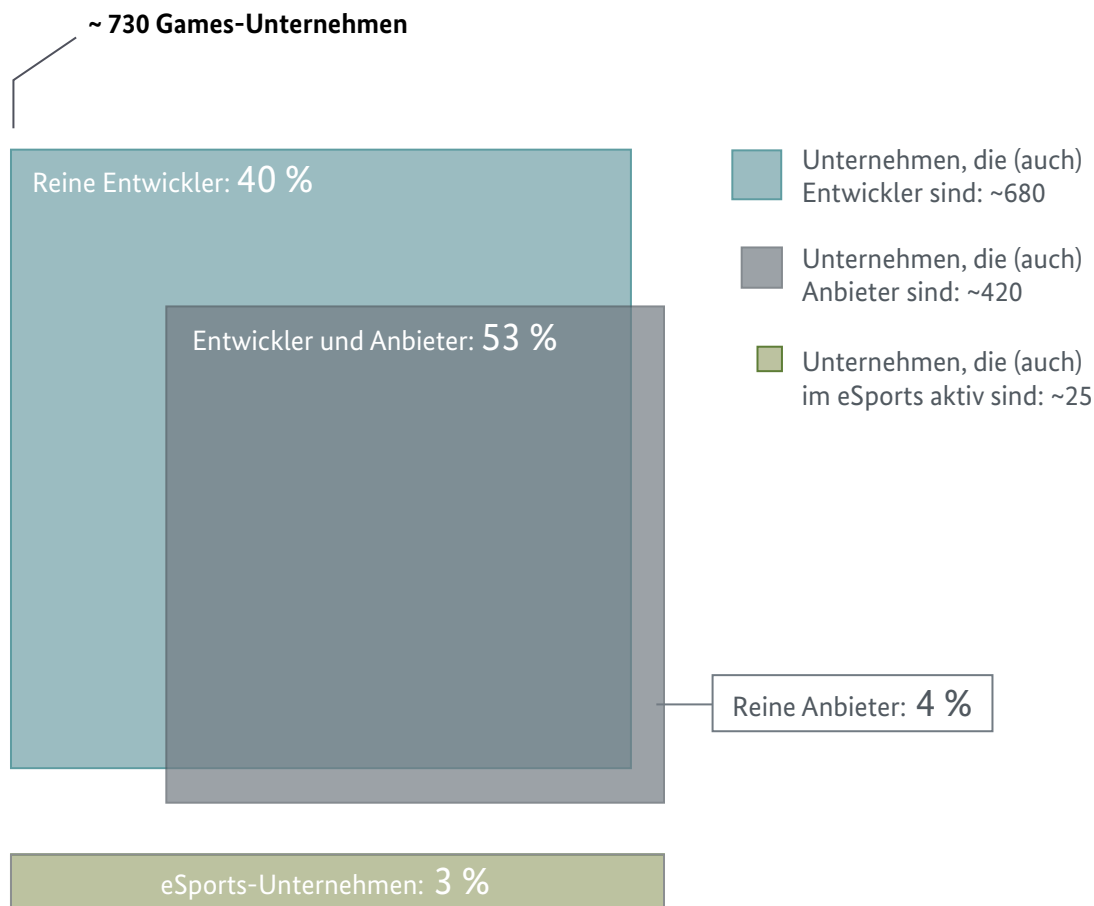
## Games: Anzahl und Tätigkeitsbereiche der Unternehmen

So, wie die Gesamtunternehmensumsätze der Games-Branche zugelegt haben, ist auch die Anzahl der Unternehmen in den vergangenen Jahren stark gestiegen:

Derzeitig umfasst die Games-Branche rund 730 Unternehmen im sogenannten Kernmarkt. Zum Kernmarkt gehören Games-Entwickler, Games-Anbieter (= Publisher und Plattformanbieter) und/

oder Unternehmen, die (auch) im Bereich eSports tätig sind. 93 Prozent der Unternehmen sind (auch) im Bereich Development tätig. Etwas über die Hälfte aller Unternehmen (57 Prozent) vertreibt (auch) eigene oder fremde Spiele. Anbieter, die ausschließlich Games vertreiben, gibt es hingegen kaum (4 Prozent). Neu erfasst sind erstmals auch eSports-Unternehmen, die 3 Prozent des Kernmarktes ausmachen.

### Anzahl und Tätigkeitsbereiche der Games-Unternehmen 2021, in % und absolut



## Games: Anzahl und Struktur der Beschäftigten

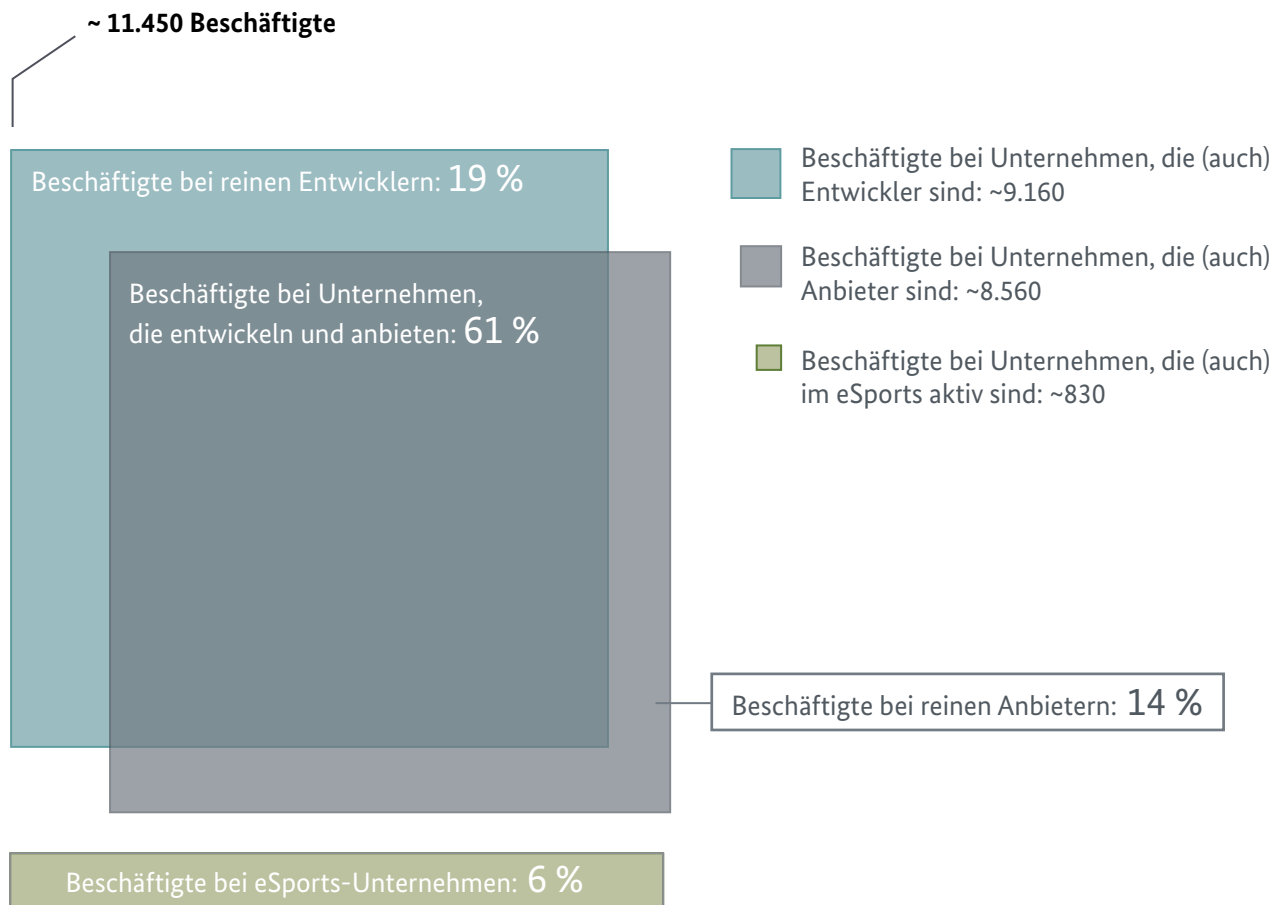
In der Games-Branche sind im Kernmarkt zuzüglich eSports rund 11.450 Beschäftigte tätig.

Obwohl es sehr viel mehr reine Entwickler- als Anbieterfirmen gibt, bewegen sich die Beschäftigtenzahlen auf einem ähnlichen Niveau. Das liegt vor allem an den vielen kleinen (neugegründeten) Entwicklerstudios, denen gegenüber die wenigen

reinen Anbieter über hohe Mitarbeiterzahlen verfügen. 6 Prozent aller Beschäftigten arbeiten im Bereich eSports.

Über 80 Prozent der Beschäftigten befinden sich in sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen. Von diesen wiederum ist der ganz überwiegende Anteil in Festanstellung.

### Struktur der Beschäftigten in der deutschen Games-Branche 2021, in % und absolut

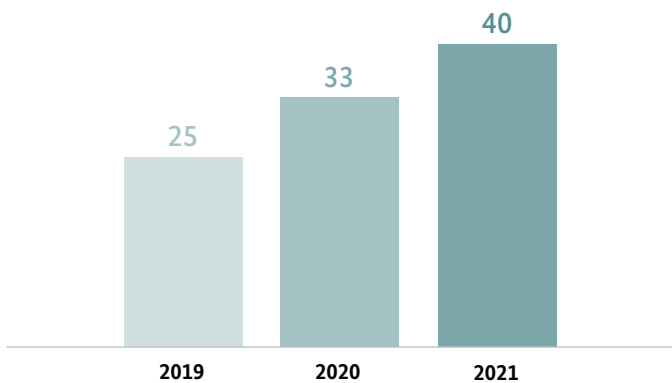


## Games: Nutzungs- und Umsatzanstieg

Während der Pandemie hat sich die durchschnittliche wöchentliche Spieldauer von fünf auf zehn Stunden verdoppelt und wird auch zukünftig nicht auf das präpandemische Niveau zurückfallen (Bitkom 2021b).

Besonders in der Altersgruppe über 50 Jahre lässt sich eine stetige Zunahme derjenigen, die zumindest hin und wieder spielen, beobachten. Das Geschlecht spielt dabei keine Rolle.

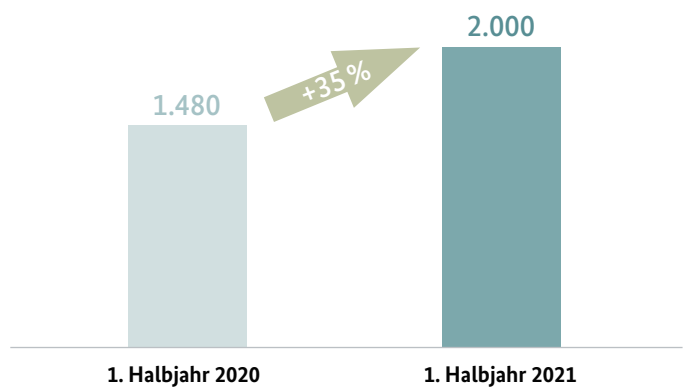
Anteil der zumindest gelegentlichen Nutzenden digitaler Spiele zwischen 50 und 64 Jahren, in %



Der deutsche Games-Markt setzt sein Umsatz-Wachstum fort. Die höchsten Wachstumsraten weisen In-Game- und In-App-Käufe auf. Sie führen im ersten Halbjahr 2021 zu Umsätzen in Höhe von 2 Mrd. EUR und damit um 0,6 Mrd. EUR mehr als im Vorjahr (1,4 Mrd. EUR im ersten Halbjahr 2020). Auch der Bereich Games-Hardware erzielt deutliche Umsatzsteigerungen von 1,4 Mrd. auf 1,7 Mrd. EUR. Lediglich das Segment Kauf-Software ist rückläufig.

Insgesamt ist der Games-Markt um 22 Prozent gegenüber dem Vorjahr deutlich gewachsen (game 2021d).

Entwicklung der Umsätze mit In-Game- und In-App-Käufen, in Mio. EUR



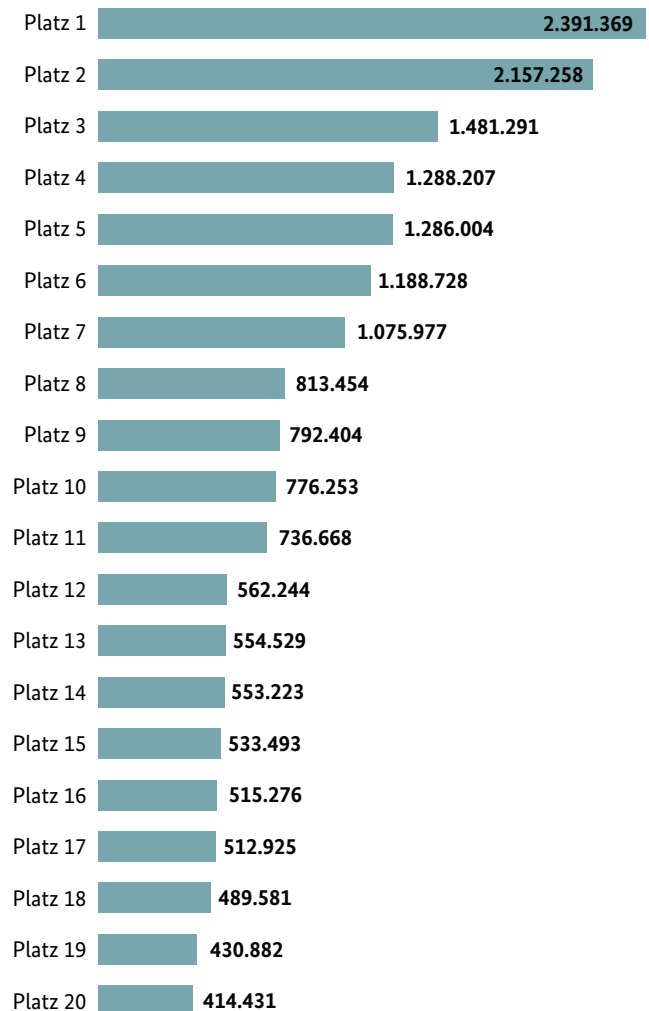
## Games: Livestreaming

Ein weiterer lukrativer Teilmarkt des Games-Marktes ist das Livestreaming von digitalen Spielen. Gestreamt werden eSport-Ereignisse, wie z. B. The International – Dota 2 Championship, und vor allem sogenannte Let's play-Videos. Dabei lassen sich Spielerinnen und Spieler beim Spielen eines Videospieles vom Publikum beobachten. Dabei geht es nicht nur um das beispielhafte „Durchspielen“ eines Spiels, sondern auch um die amüsanten Anmerkungen des Let's Players, der i. d. R. neben dem Spielgeschehen zu sehen ist. Es existieren Videos zu tausenden Spielen, die das jeweilige Spielerlebnis auf diese Weise dokumentieren.

Bei den Plattformen, auf denen Games live gestreamt werden, dominiert mit großem Abstand das zum Amazon-Konzern gehörende Twitch mit 63 Prozent Marktanteil (Stand: 10/2021) vor YouTube (22 Prozent) und Facebook (14 Prozent), auf Basis gesehener Stunden (Streamlabs 2020).

Die Zuschauerreichweiten von Let's Playern können über das Jahr kumuliert die von klassischen TV-Angeboten erreichen. Erfolgreiche deutsche Let's Player erzielen Aufrufzahlen von über 1 Mrd. Klicks. Ihre Einkünfte resultieren vor allem aus Beteiligungen an Werbeeinnahmen, Affiliate-Link-Provisionen und Produktplatzierungen. Die Bruttoumsätze der erfolgreichsten deutschen Let's Player liegen im Jahr bei über 1 Mio. EUR. Eine – hier anonymisierte – Liste zeigt, dass allein die Einnahmen der deutschen TOP 20 Let's Player auf der wichtigsten Plattform (Anteil an Werbeeinnahmen von Twitch) über 27 Monate hinweg sechs- oder siebenstellig sind (Ingame 2021).

### Brutto-Einnahmen der TOP20 Twitch-Streamer in Deutschland, 08/2019 – 10/2021, in US-Dollar





# Fokus: Solo-Selbständige

*Solo-Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland  
auf Basis des Mikrozensus*

Unter Solo-Selbständigen werden Erwerbstätige verstanden, die eine selbständige Tätigkeit ohne angestellte Mitarbeitende ausüben. Die Vielfalt der Solo-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist groß: Sie reicht von Designerinnen und Designern über Kameraleute bis zu Musikerinnen und Musikern, von bildenden Künstlerinnen und Künstlern über Lektorinnen und Lektoren bis zu Journalistinnen und Journalisten. Rund die Hälfte von ihnen sind durch die Künstlersozialkasse (KSK) abgesichert. Sie übernimmt für Freischaffende im künstlerischen oder journalistischen Bereich den Arbeitgeberanteil an der Kranken-, Renten- und Pflegeversicherung. Solo-Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft waren von der Pandemie häufig besonders stark betroffen.

## Key Facts: Solo-Selbständige

### #1 Definition

Unter Solo-Selbständigen werden Erwerbstätige verstanden, die eine selbständige Tätigkeit ohne angestellte Mitarbeitende ausüben.

### #2 Anzahl der Solo-Selbständigen

2019 waren rund 367 Tsd. Personen in der KKW solo-selbständig. Im Vorjahr 2018 waren es noch rund 2 Prozent mehr.

### #3 Solo-Selbständige nach Teilmärkten

Die meisten Solo-Selbständigen waren 2019 in den Teilmärkten Design (82 Tsd.), Presse (51 Tsd.) und Darst. Künste (48 Tsd.) tätig – die wenigsten im Teilmarkt Architektur (21 Tsd.).

### #4 Anteil Solo-Selbständige

Insgesamt 80 Prozent aller Selbständigen in der KKW sind solo-selbständig. Besonders hoch ist der Anteil in den Teilmärkten Rundfunk und Darstellende Künste (je 93 Prozent).

### #5 Anteil an Gesamterwerbstätigkeit

Insgesamt machen Solo-Selbständige 21 Prozent der gesamten Erwerbstätigkeit (Selbständige, sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte) aus.

### #6 Anteil nach Bundesland

Der höchste Anteil der Solo-Selbständigen an den Gesamterwerbstätigen findet sich in Berlin (33 Prozent). Den geringsten Anteil weist Bremen mit 14 Prozent auf.





## Überblick Ausgangsdaten

In den amtlichen Umsatzsteuerstatistiken (Veranlagungen und Voranmeldungen) sind aktuell keine Informationen zur Anzahl der Solo-Selbständigen (Selbständige ohne Mitarbeitende) in Deutschland verfügbar. Amtliche Daten zu deren Anzahl werden derzeit nur über die jährliche repräsentative Haus-

haltsbefragung, den Mikrozensus, mit einer Fallzahl von rund 830.000 Personen erhoben. Daten aus dieser Erhebung sind jedoch nur auf Bundes- und bis zur 3-Steller-Ebene der Wirtschaftszweig-Klassifikation verfügbar.

### Datenbasis zur Ermittlung der Anzahl der Solo-Selbständigen

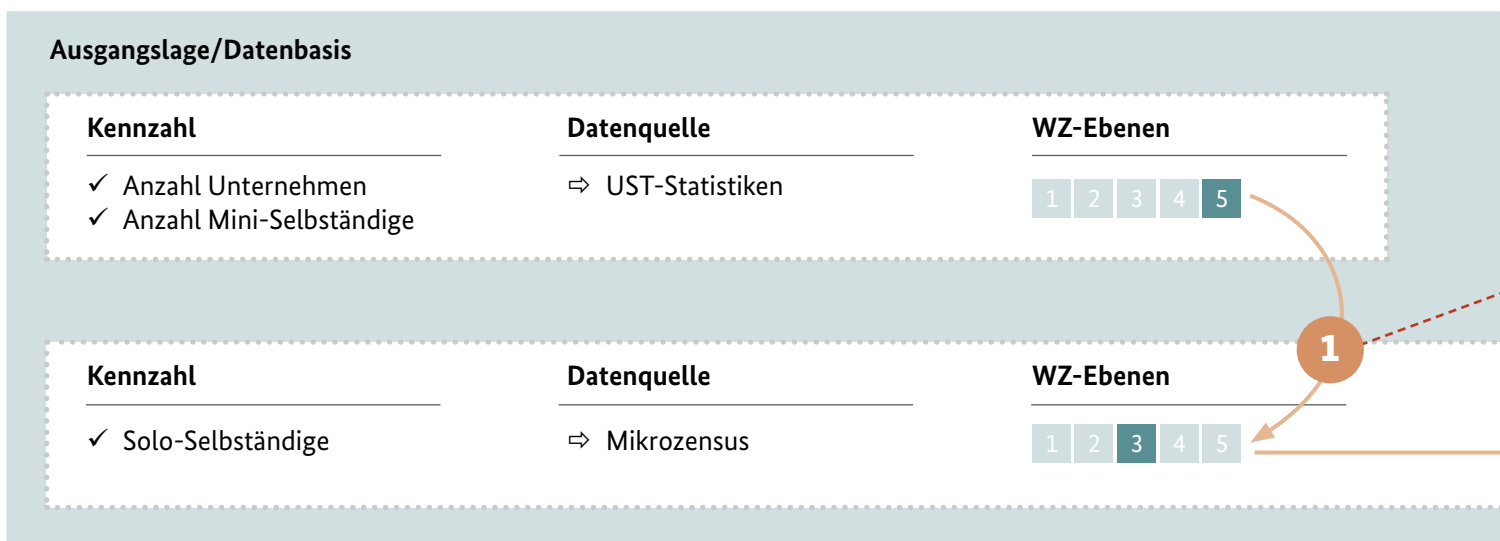
Datenquelle (DESTATIS)	Relevante Kennzahl	verfügbare Jahre	verfügbare regionale Ebenen	verfügbare WZ-Ebenen
<b>Mikrozensus</b>	✓Anzahl Solo-Selbständige	2008 — 2017 — 2019 — 2021	<input checked="" type="checkbox"/> Bund <input type="checkbox"/> Länder	1 2 3 4 5
<b>Umsatzsteuerstatistik (Voranmeldungen)</b>	✓Anzahl Unternehmen (>17.500 EUR Jahresumsatz)	2008 — 2019 — 2021	<input checked="" type="checkbox"/> Bund <input checked="" type="checkbox"/> Länder	1 2 3 4 5
<b>Umsatzsteuerstatistik (Veranlagungen)</b>	✓Anzahl Kleinunternehmen (>17.500 EUR Jahresumsatz)	2008 — 2016 — 2021	<input checked="" type="checkbox"/> Bund <input checked="" type="checkbox"/> Länder	1 2 3 4 5

## Methodisches Vorgehen

Zur Ermittlung der Anzahl an Solo-Selbständigen in der KKW nutzte Goldmedia die verfügbaren Zeitreihen des Mikrozensus und verrechnete diese mit einem eigens entwickelten Verteilungsschlüssel auf Basis der Umsatzsteuerstatistik.

1. Um die Anzahl der Solo-Selbständigen auf der benötigten Detailtiefe (bis zur 5-Steller-WZ-Ebene) abzuschätzen, wurde zunächst der prozentuale Anteil an Unternehmen und Mini-Selbständigen der WZ-(Unter-)Klassen an den entsprechenden WZ-Gruppen\* ermittelt.
2. Anschließend wurde mittels der berechneten Anteilswerte für alle KKW-relevanten Wirtschaftszweige die Anzahl der Solo-Selbständigen auf der 5-Steller-WZ-Ebene approximiert.
3. Abschließend wurden auf Basis der errechneten Werte die Anzahl der Solo-Selbständigen in den Teilmärkten der KKW nach Vorgabe des Leitfadens zur Erfassung von statistischen Daten für die KKW geschätzt.

## Schematische Darstellung des Vorgehens zur Ermittlung der Anzahl der Solo-Selbständigen

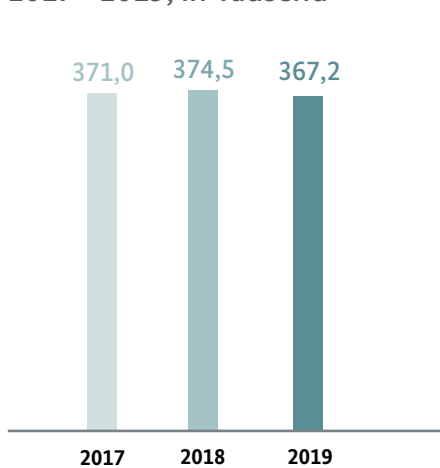


\* In einigen Fällen mussten die Anteile aufgrund einer unzureichenden Datenlage im Mikrozensus an den jeweiligen WZ-Abteilungen gebildet werden.  
Quelle: Goldmedia 2021

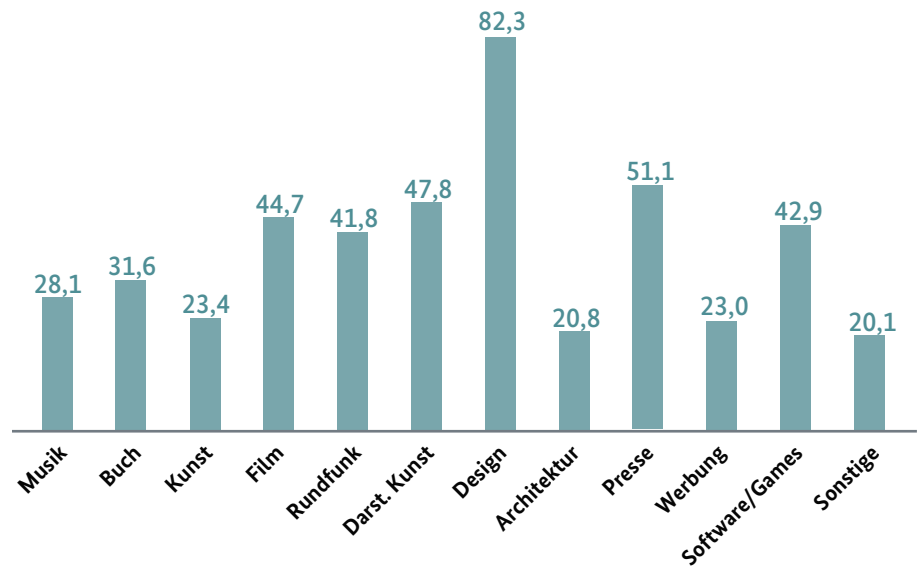
## Anzahl der Solo-Selbständigen in der KKW

Die Zahl der Solo-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland war zuletzt etwas rückläufig: 2019 waren rund 367 Tsd. Personen in der KKW selbständig und ohne eigene Mitarbeitende tätig. Im Vorjahr 2018 waren es noch rund 2 Prozent mehr.

Anzahl der Solo-Selbständigen in der KKW in Deutschland 2017 – 2019, in Tausend



Anzahl der Solo-Selbständigen in der KKW in Deutschland 2019, nach Teilmarkt, in Tausend



Quelle: eigene Berechnungen Goldmedia 2021

$$\frac{\sum \text{Anzahl Unternehmen + Mini-Selbst. in WZ-(Unter-)Klasse (5-Steller)}}{\sum \text{Anzahl Unternehmen + Mini-Selbst. in WZ-Gruppe (3-Steller)*}}$$

### WZ-Ebenen

2

1 2 3 4 5

3



## Anteil Solo-Selbständige an Selbständigen gesamt in der KKW 2019

Die Solo-Selbständigkeit ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft weit verbreitet: Insgesamt 80 Prozent aller Selbständigen gehen ihrer Tätigkeit alleine nach und beschäftigen keine weiteren Mitarbeitenden. Besonders hoch ist der Anteil der

Solo-Selbständigen in der Rundfunkwirtschaft, im Markt für Darstellende Künste sowie in der Filmwirtschaft. Gemessen an allen Selbständigen gibt es im Architekturmarkt anteilig die wenigsten Solo-Selbständigen.

### Anteil Solo-Selbständige an Selbständigen gesamt 2019, nach Teilmarkt, in %

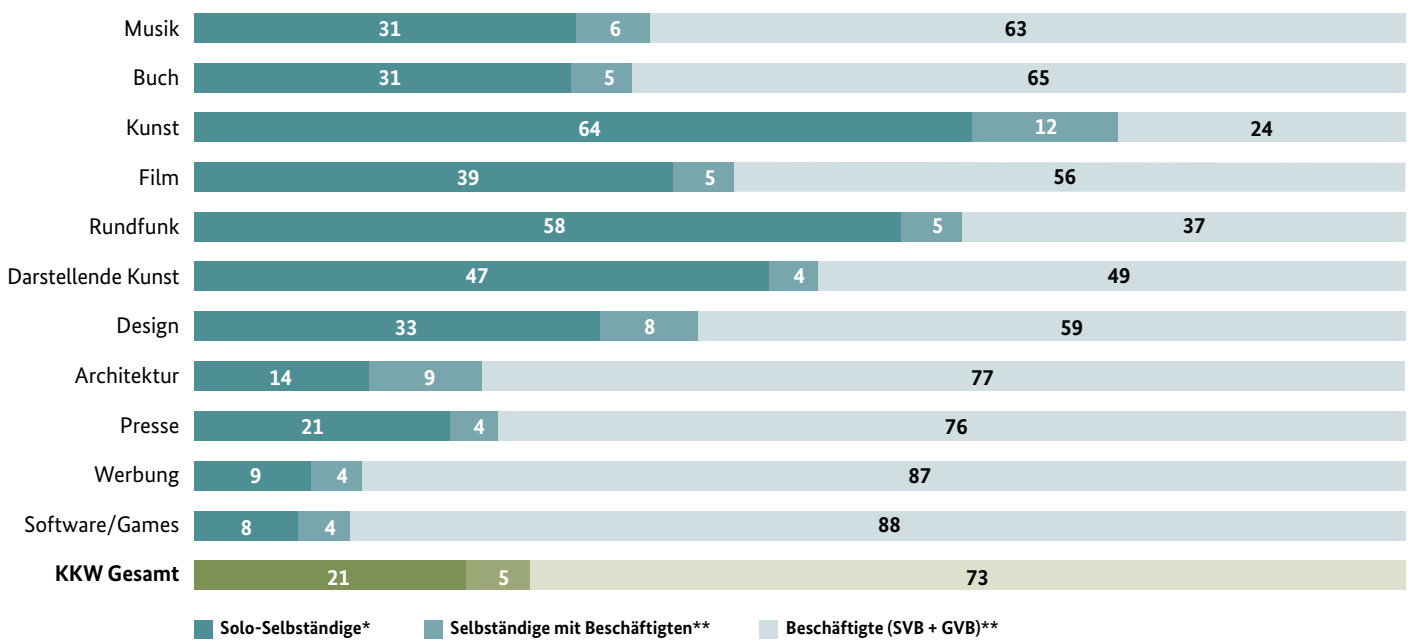


## Anteil Solo-Selbständige an Gesamterwerbstätigen in der KKW 2019

Im Verhältnis zu den Gesamterwerbstätigen zeigt sich: Der Anteil der Solo-Selbständigen ist vor allem im Kunstmarkt (bildende Künstlerinnen/Künstler) und im Rundfunk (Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen) besonders hoch.

Den geringsten Anteil an Solo-Selbständigen gibt es im Werbemarkt und in der Software-/Games-Industrie. Insgesamt machen Solo-Selbständige 21 Prozent der gesamten Erwerbstätigkeit in der KKW aus.

### Anteil Solo-Selbständige, Selbständige und Beschäftigte (SVB+GVB) in der KKW, nach Teilmarkt, 2019, in %



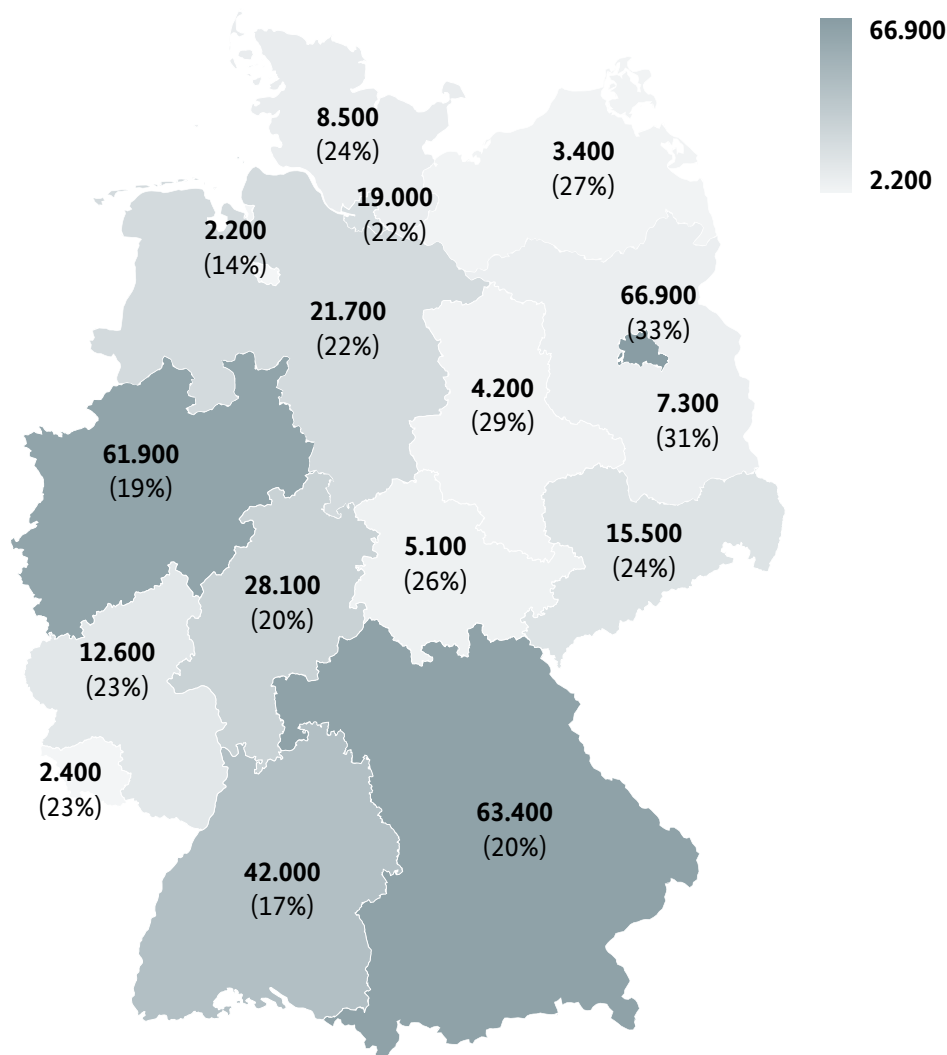
Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia. \*Selbständige = Berechnung auf Basis Mikrozensus. Abweichende Berechnungsgrundlage, daher nicht vergleichbar mit Anzahl der Selbständigen im sonstigen Monitoringbericht (u. a. auf Seite 15); \*\*Sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte nach Beschäftigungsstatistik (Stichtag: 30.06.2019).

## Anzahl Solo-Selbständige nach Bundesland

Die meisten Solo-Selbständigen in der KKW haben ihren Sitz in Berlin, gefolgt von Bayern und NRW. Der höchste Anteil der Solo-Selbständigen an den

Gesamterwerbstätigen findet sich ebenfalls in Berlin (33 Prozent). Den geringsten Anteil weist Bremen mit 14 Prozent auf.

### Anzahl Solo-Selbständige in der KKW nach Bundesland, 2019 (in Klammern: Anteil Solo-Selbständige an Gesamterwerbstätigen\*)



Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia.

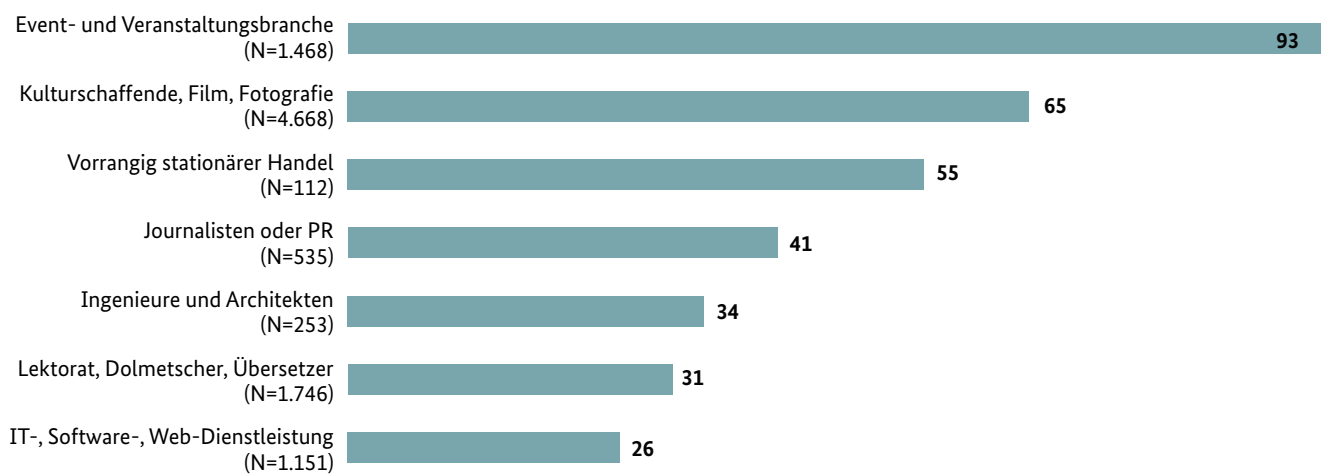
\* Sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte nach Beschäftigungsstatistik (Stichtag: 30.06.2019) + Selbständige (eigene Berechnung auf Basis Mikrozensus. Abweichende Berechnungsgrundlage, daher sind Daten nicht vergleichbar mit Anzahl der Selbständigen im sonstigen Monitoringbericht; u. a. auf Seite 15).

## Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Solo-Selbständige

Laut einer Umfrage aus dem April/Mai 2020\* gaben 93 Prozent der befragten Solo-Selbständigen in der Event- und Veranstaltungsbranche an, einen monatlichen Umsatzrückgang von über 75 Prozent in

Folge der Corona-Pandemie zu haben (zum Zeitpunkt der Befragung). Dies gaben auch rund zwei Drittel der Solo-Selbständigen im Bereich Kultur, Film und Fotografie an.

### Durch die Corona-Pandemie verursachter monatlicher Umsatzrückgang von >75 Prozent bei Solo-Selbständigen, in ausgewählten Branchen, April/Mai 2020, in %



\* Quelle: Bertscheck/Erdsiek (ZEW 2020), Soloselbständigkeit in der Corona-Krise





# Cross-innovative Potenziale

*Cross-Innovation ist eine Innovation, die durch kreative Kombination von Know-how aus unterschiedlichen Branchen entsteht. Mit konventionellen Innovationsindikatoren können die Effekte von Cross-Innovationen nicht bestimmt werden.*

## Key Facts: Cross-innovative Potenziale

### #1 Potenziale

Nahezu alle aktuellen Innovationstrends erfordern technische, methodische oder inhaltliche Beiträge aus der KKW.

### #2 Formen

Cross-Innovationen basieren auf Vorleistungen aus der KKW für andere Branchen oder Gemeinschaftsprojekten von Unternehmen aus der KKW und anderen Branchen.

### #3 Umfang

Zum Umfang der Cross-Innovationen in und aus der KKW fehlt die Datenbasis.

### #4 Gründe für die fehlende Datenbasis

KKW-Innovationen basieren nur selten auf formaler Forschung, und Cross-Innovationen werden nicht explizit erfasst.

### #5 Fortentwicklung der Datenbasis

Näherungsweise können Cross-Innovationen zukünftig durch Panel-Befragungen und Auswertungen von Input-Output- und Berufsdaten erfasst werden.

### #6 Förderung

Staatliche Förderungen setzen zumeist an Vernetzungen zwischen den Branchen und finanzieller Förderung branchenübergreifender Projekte an.

## Potenziale für Cross-Industry-Innovationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die branchenübergreifende Zusammenarbeit mit der Kultur- und Kreativwirtschaft wird für immer mehr Innovationen mit breitem Anwendungsspek-

trum unerlässlich. Potenziale ergeben sich durch technische, methodische und inhaltliche Beiträge aus der KKW.



### Technische Beiträge

z. B. Programmierungsleistungen für den Einsatz maschinellen Lernens.



### Methodische Beiträge

z. B. Beratungsangebote im Bereich Design Thinking oder Kreativitätstechniken.

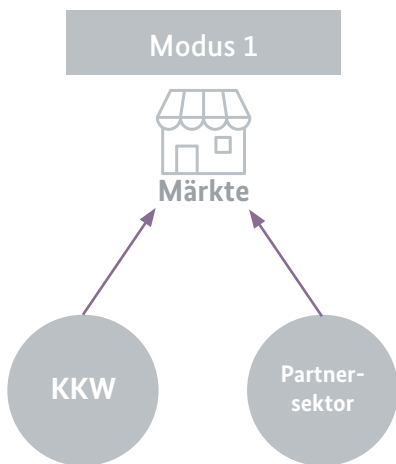


### Inhaltliche Beiträge

z. B. Entwicklung unterschiedlichster medialer Inhalte zum Gebrauch und zur Verbesserung der Gebrauchserfahrung technischer Innovationen.

## Cross(-Industry)-Innovation in der KKW

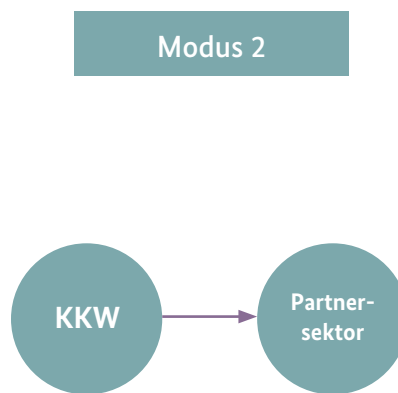
### Drei Formen einer Cross-Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft



Übertragung einer Methode oder eines Prinzips aus der KKW zur Innovationsentwicklung in einer anderen Branche  
(⇒ eher theoretischer Ansatz ohne Erfassbarkeit in Datensätzen)

Beispiel:

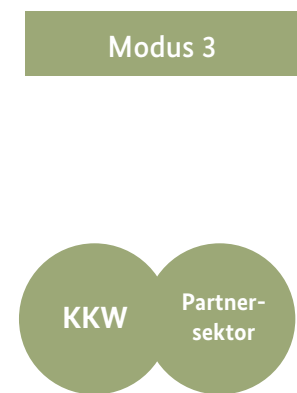
- Imitation digitalisierter Geschäftsmodelle wie Software-as-a-Service auf andere Branchen



Verknüpfung einer kreativen Vorleistung aus der KKW in einem Innovationsprozess im Partnersektor

Beispiele:

- Schulungen und Workshops mit Phasen und Taktiken künstlerischer Arbeit zur Lösung von Innovationsblockaden („Art-Hacking“)
- Schulungen in Industrieunternehmen zum Einsatz von „Design Thinking“



Innovation als Ergebnis von Kollaboration zwischen KKW-Unternehmen und Partnersektor (Cross-Industry-Innovation im engeren Sinn)

Beispiele:

- gemeinsame Entwicklung einer musikalischen Betreuung von Patienten bei Wach-OP (Universitätsklinikum Mannheim/Musikwirtschaft)
- Gemeinsame Entwicklungen von Apps zur gesundheitlichen Prävention durch Therapeutinnen/Therapeuten und Games-Unternehmen

## Use case: Cross-Innovation in der KKW (Modus 3)

## Kooperation zwischen Musikwirtschaft und Medizintechnik bei Wach-Operationen



*„Die Grundidee des Teams war es zum einen, den Patienten mit Musik von der Geräuschkulisse im Operationssaal abzulenken und zu beruhigen sowie zum anderen, die Gespräche zwischen dem Logopäden und dem Patienten sowie dem Logopäden und dem Chirurgen voneinander zu trennen. Hierfür war unter anderem jede Menge Technik nötig, die in die Abläufe der Operation eingebaut werden musste.“*

*„Zu diesem Team gehören neben diversen Spezialisten der Universitätsklinik Mannheim auch das Fraunhofer-Institut IPA, Startup Mannheim und diverse externe Partner wie SPL, Session pro und Inear.“*

Zitiert aus: Kirchberg/Die Rheinpfalz 2019

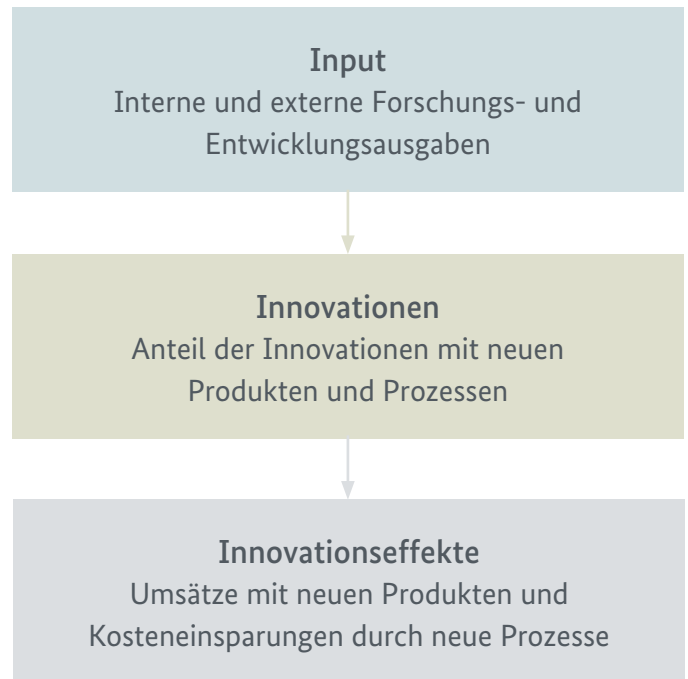
## Konventionelle Innovationsindikatoren

### Innovationsverständnis in konventionellen Indikatorensystemen

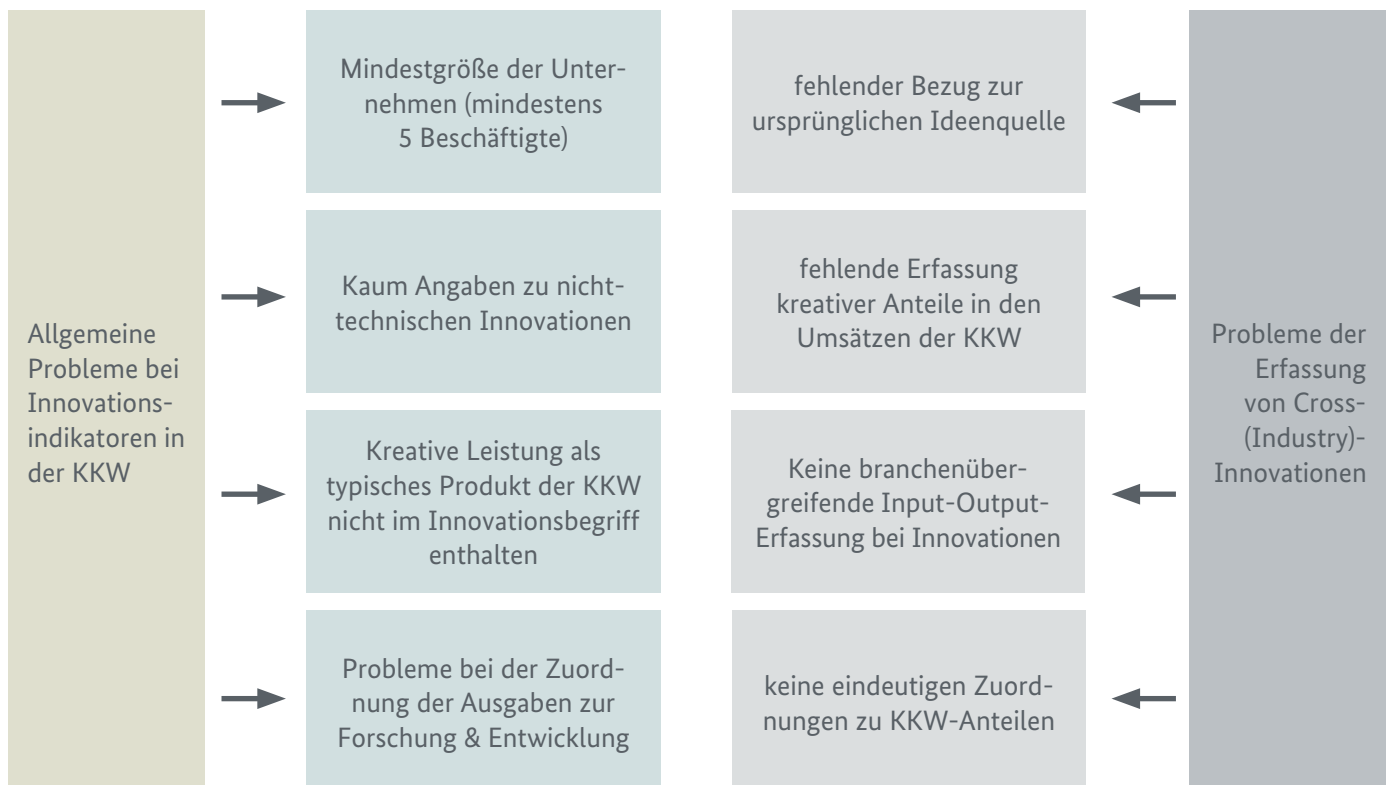
- Innovationsentstehung (fast) vollständig im eigenen Unternehmen
- Innovationsentwicklung als Spezialaufgabe für Unternehmensabteilungen
- Wiederholbarkeit und Skalierbarkeit der Innovationen
- Zuordnung der Innovationen zu einer Branche

### Konsequenzen

- nur begrenzter Ausweis von Innovationen aus KKW-Unternehmen
- kein expliziter Ausweis von Cross-Innovationen
- weder Aussagen zu Effekten zwischen Teilbranchen der KKW noch zwischen KKW und anderen Branchen



### Problemstellung: Fehlende passende Indikatoren von Cross-Innovation



Quelle: Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig), 2021

## Förderung Cross(-Industry)-Innovationen

### Ausgewählte Beispiele für die Förderung von Cross(-Industry)-Innovationen

Programm	Ansatz
<b>Nationale Ansätze</b>	
<b>Cross Innovation Hub Hamburg</b>	<b>Vernetzung</b> der Kreativwirtschaft mit anderen Branchen über unterschiedliche <b>Formate</b> unter Einsatz kreativer Methoden
<b>Lichtwerk Jena Thüringen (BMBF-Förderung)</b>	Bereitstellung eines <b>Makerspace</b> zu den Themengebieten Licht und Optik und Veranstaltungsformate zur <b>Vernetzung</b> von Makers mit Unternehmen
<b>Design Transfer Bonus Berlin</b>	<b>Finanzielle Förderung der Einbindung</b> von Design-Know-how in die Produkt- und Prozessentwicklung von kleinen und mittelständischen Unternehmen und Unternehmen der Sozialen Ökonomie bis zu 70 Prozent der förderfähigen Ausgaben
<b>Cross Innovation Netzwerke Sachsen-Anhalt</b>	<b>Förderung von Netzwerken</b> zum verbesserten Marktzugang mit mindestens fünf Unternehmen aus Kreativwirtschaft und kreativem Handwerk mit anderen Branchen durch Zuschüsse bis zu 90 Prozent der Sach- und Personalkosten
<b>Cross Innovation Lab Niederrhein XI Lab Nordrhein-Westfalen</b>	<b>Vernetzung</b> regionaler Akteure zur Umsetzung branchenübergreifender Chancen der Digitalisierung unter der Koordination der Hochschule Rhein-Waal
<b>Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes</b>	<b>Förderung</b> von Innovationen durch Innovation Camps und Creative Labs. <b>Vernetzung</b> der Kreativwirtschaft mit anderen Branchen über Vielzahl von Projekten und Veranstaltungen, z. B. Digitale Kongresse, Digitale Learning Journeys, Roadshows etc.
<b>Internationale Ansätze</b>	
<b>Cross Motion EU Interreg (DK, SWE, D, EST, LV, LT, FIN)</b>	<b>Vernetzung</b> des audiovisuellen Sektors mit Bildungs-, Gesundheits- und Tourismusbranchen durch Veranstaltungen und Entwicklungen gemeinsamer Prototypen und Entwicklungsmethoden
<b>Lisbon Creative Brokers City of Lisbon (Portugal)</b>	Einrichtung einer <b>Vernetzungsplattform</b> zwischen der Kreativwirtschaft, anderen Branchen und gezielte Informationen zu Cross-Innovation-Potenzialen durch <b>Vermittler</b>
<b>Cultural Sector Innovation Fund Neuseeland</b>	<b>Finanzielle Förderung</b> innovativer sektorübergreifender <b>Projekte</b> zur Verknüpfung des Einsatzes digitaler Technologien mit kulturellen Inhalten zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle, gesellschaftlicher Inklusion und/oder Bildung
<b>VERBUND X Accelerator</b>	Durchführung von Cross Industry <b>Innovation Camps</b> mit Bezug zur Energiewirtschaft und <b>intensive Begleitung der Umsetzung</b> von Cross-Industry-Innovationen
<b>Creative Innovation Lab Creative Europe</b>	<b>Vernetzung</b> des audiovisuellen Sektors mit Akteuren aus mindestens einer anderen Branche der Kreativwirtschaft mit Fokus auf Cross-Industry-Innovationen zur Ökologisierung und Bildung

## Kernergebnisse: Cross-innovative Potenziale

### Ansatzpunkte zur Erfassung von Cross-Industry-Innovationen

- Panel-Befragungen bei Unternehmen zu Innovationen durch Kollaborationen unter Einbeziehung von „Solo-Selbständigen“ und sehr kleinen Unternehmen
- Messung der Cross-Industry-Potenziale aus den Vorleistungen der Kreativwirtschaft anhand der Anteile der Beschäftigten aus kreativen Berufen

### Förderung von Cross-Industry-Innovationen basiert auf drei Kernelementen

- Vernetzungsplattformen und -veranstaltungen
- Bereitstellung von physischen Vernetzungsräumen (Maker Spaces)
- Bereitstellung finanzieller Förderung zur Erprobung neuartiger Kollaborationen



## Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten

Nach Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz umfasst der Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft elf Teilmärkte, die sich jeweils aus einer unterschiedlichen Zahl von Wirtschaftszweigen (WZ) zusammensetzen. Der zwölfte Bereich „Sons-tige“ enthält jene Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft, die keinem Teilmarkt direkt zugeordnet werden können.

Bei den Berechnungen der wirtschaftlichen Kennzahlen und der Beschäftigten fließen die WZ entweder zu 100 Prozent oder nach festgelegten Anteilswerten ein. Teilweise gibt es auch Überschneidungen zwischen den Teilmärkten, so werden bspw. die Theater- und Konzertveranstalter sowohl der Musikwirtschaft als auch dem Markt für Darstellende Künste zugerechnet. Solche Doppelzählungen werden bei den Gesamtsummen wieder herausgerechnet.

Teilmarkt WZ 2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert Unter- nehmen und Umsatz	Anteilswert Beschäftigte
<b>1. Musikwirtschaft</b>			
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	100	100
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	100	100
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	100	100
59.20.1	Tonstudios etc.	100	100
59.20.2	Tonträgerverlage	100	100
59.20.3	Musikverlage	100	100
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	100	100
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst*	100	100
90.03.1	Selbständige Musikerinnen/Musiker etc.	100	100
90.04.1	Theater-/Konzertveranstaltende*...	100	100
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	100	10
<b>2. Buchmarkt</b>			
18.14	Buchbinderei etc.	100	100
47.61.	Einzelhandel mit Büchern	100	100
47.79.2	Antiquariate	100	100
58.11	Buchverlage	100	100
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	100	100
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	100	100
<b>3. Kunstmarkt</b>			
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	20	20
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	100	100
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	100	100
91.02	Museumsshops etc.	100	8
<b>4. Filmwirtschaft</b>			
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	100	100
59.11	Film-/TV-Produktion	100	100
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	100	100
59.13	Filmverleih und -vertrieb	100	100
59.14	Kinos	100	100
77.22	Videotheken	100	100
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler*	100	100
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>			
60.10	Hörfunkveranstaltende	100	40
60.20	Fernsehveranstaltende	100	40
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen*	100	100



Teilmarkt WZ 2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert Unter- nehmen und Umsatz	Anteilswert Beschäftigte
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>			
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	100	100
90.01.1	Theaterensembles	100	10
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	100	100
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler*	100	100
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst*	100	100
90.04.1	Theater- und Konzertveranstaltende*...	100	100
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	100	10
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthäuser	100	100
<b>7. Designwirtschaft</b>			
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	100	100
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	100	100
73.11	Werbegestaltung*	50	50
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	100	100
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	100	100
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	100	100
74.20.1	Selbständige Fotografinnen/Fotografen	100	100
<b>8. Architekturmarkt</b>			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	100	100
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	100	100
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	100	100
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	100	100
90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	100	100
<b>9. Pressemarkt</b>			
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	100	100
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	100	100
58.13	Verlegen von Zeitungen	100	100
58.14	Verlegen von Zeitschriften	100	100
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	100	100
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	100	100
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/ Pressefotografen*	100	100
<b>10. Werbemarkt</b>			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	100	100
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	100	100
<b>11. Software- und Games-Industrie</b>			
58.21	Verlegen von Computerspielen	100	100
58.29	Verlegen von sonstiger Software	100	100
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	100	100
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	100	100
63.12	Webportale	100	100
<b>12. Sonstige</b>			
32.11	Herstellung von Münzen	100	100
32.13	Herstellung Fantasieschmuck	100	100
74.20.2	Fotolabors	100	100
74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	100	100
91.01	Bibliotheken und Archive	100	8
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	100	8
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	100	8

Quelle: Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008, Destatis; Arbeitskreis Kulturstatistik e. V., Söndermann 2012

\* doppelt gezählte Wirtschaftszweigklassen

## Zentrale Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft

## Zentrale Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) 2020 nach Teilmärkten

Segmente	Anzahl Unternehmen	Umsatz* (in Mio. EUR)	Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)	Kernerwerbstätige	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Geringfügig Beschäftigte	Mini-Selbständige
<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>259.320</b>	<b>160.449</b>	<b>94.627</b>	<b>1.248.550</b>	<b>989.230</b>	<b>265.989</b>	<b>297.182</b>
<b>Gesamtwirtschaft</b>	3.284.426	6.459.367	3.050.322	36.607.378	33.322.952	7.315.836	2.879.578
<b>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</b>	7,90%	2,48 %	3,10%	3,41%	2,97%	3,64%	10,32%
<b>Aufgliederung nach Teilmärkten, Absolut- und Anteilswerte</b>							
<b>1. Musikwirtschaft</b>	14.988	4.982	2.998	54.308	39.320	11.217	20.054
	4,81%	2,84%	2,94%	3,93%	3,67%	3,57%	5,45%
<b>2. Buchmarkt</b>	17.022	15.029	6.053	66.769	49.747	14.061	28.821
	5,46%	8,56%	5,94%	4,83%	4,65%	4,48%	7,83%
<b>3. Kunstmarkt</b>	12.520	1.443	767	17.645	5.125	3.120	27.023
	4,02%	0,82%	0,75%	1,28%	0,48%	0,99%	7,34%
<b>4. Filmwirtschaft</b>	20.614	5.875	5.040	61.832	41.218	17.665	38.583
	6,62%	3,34%	4,94%	4,47%	3,85%	5,63%	10,48%
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>	16.946	8.495	7.406	41.988	25.042	1.423	21.475
	5,44%	4,84%	7,26%	3,04%	2,34%	0,45%	5,84%
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>	21.315	1.130	1.676	48.040	26.725	16.772	40.883
	6,84%	0,64%	1,64%	3,48%	2,50%	5,34%	11,11%
<b>7. Designwirtschaft</b>	60.725	19.229	9.552	152.230	91.505	50.077	63.754
	19,49%	10,95%	9,37%	11,01%	8,55%	15,96%	17,32%
<b>8. Architekturmarkt</b>	37.827	12.506	7.199	138.773	100.946	18.930	20.062
	12,14%	7,12%	7,06%	10,04%	9,43%	6,03%	5,45%
<b>9. Pressemarkt</b>	30.623	27.048	11.300	137.054	106.431	67.680	26.891
	9,83%	15,40%	11,08%	9,92%	9,94%	21,57%	7,31%
<b>10. Werbemarkt</b>	28.104	28.475	11.681	153.056	124.952	83.424	23.567
	9,02%	16,21%	11,45%	11,07%	11,67%	26,58%	6,40%
<b>11. Software-/Games-Industrie</b>	43.094	50.216	37.387	495.767	452.673	28.016	46.557
	13,83%	28,59%	36,66%	35,87%	42,28%	8,93%	12,65%
<b>12. Sonstige</b>	7.829	1.225	919	14.722	6.893	1.455	10.347
	2,51%	0,70%	0,90%	1,07%	0,64%	0,46%	2,81%
<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (mit Doppelzählung)</b>	<b>311.606</b>	<b>175.653</b>	<b>101.978</b>	<b>1.382.183</b>	<b>1.070.577</b>	<b>313.840</b>	<b>368.016</b>

Anmerkung: Werte basieren (teilweise) auf Schätzungen. Anteilswerte berechnet am Gesamtwert der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung.  
 \* Umsatz 2020 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 12/2021. Quelle: Destatis 2021a,b,c; Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Anzahl der Unternehmen

### Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Anzahl der Unternehmen, 2010 bis 2020\*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
1. Musikwirtschaft	13.723	13.894	13.796	13.811	13.759	14.057	14.430	14.677	14.881	15.095	14.988
2. Buchmarkt	16.481	16.702	16.828	16.811	16.798	17.079	17.268	17.390	17.531	17.368	17.022
3. Kunstmarkt	13.464	13.422	13.203	13.153	12.794	12.752	12.874	12.752	12.649	12.672	12.520
4. Filmwirtschaft	17.956	18.199	18.282	18.440	18.267	18.624	19.075	19.639	20.218	20.656	20.614
5. Rundfunkwirtschaft	17.751	18.128	18.154	18.159	18.074	18.179	17.880	17.492	17.339	17.123	16.946
6. Markt für Darstellende Künste	15.402	15.982	16.497	17.004	17.473	18.249	19.080	19.929	20.786	21.427	21.315
7. Designwirtschaft	50.111	52.439	53.676	54.454	55.624	57.127	58.431	59.323	60.307	60.890	60.725
8. Architekturmarkt	40.159	40.702	40.762	40.205	40.040	39.849	39.691	39.144	38.723	38.297	37.827
9. Pressemarkt	33.564	33.498	33.131	32.557	32.119	32.341	32.241	31.828	31.590	31.034	30.623
10. Werbemarkt	35.330	34.577	33.448	32.107	30.855	30.221	30.220	29.892	29.562	28.924	28.104
11. Software-/ Games-Industrie	28.527	30.413	31.915	33.365	34.725	35.933	37.375	38.803	40.561	41.794	43.094
12. Sonstige	7.506	7.736	7.751	7.812	7.775	7.887	8.249	8.254	8.140	7.950	7.829
Summe mit Doppelzählung	289.974	295.692	297.442	297.877	298.302	302.298	306.813	309.122	312.287	313.230	311.606
Doppelte Wirtschaftszweige	50.440	51.402	51.627	51.525	51.336	51.859	52.330	52.523	52.938	52.931	52.286
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>239.534</b>	<b>244.290</b>	<b>245.816</b>	<b>246.353</b>	<b>246.967</b>	<b>250.439</b>	<b>254.484</b>	<b>256.600</b>	<b>259.349</b>	<b>260.299</b>	<b>259.320</b>
Gesamtwirtschaft	3.165.286	3.215.095	3.250.319	3.243.538	3.240.221	3.255.537	3.266.429	3.266.806	3.279.136	3.288.306	3.284.426
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	7,57%	7,60%	7,56%	7,60%	7,62%	7,69%	7,79%	7,85%	7,91%	7,92%	7,90%

Anmerkung: \* Werte für 2020 geschätzt. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; eigene Berechnungen Goldmedia

## Umsätze

### Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Umsätze (in Mio. EUR), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
1. Musikwirtschaft	6.270	6.639	7.099	7.674	7.896	8.178	8.139	8.440	8.685	8.971	4.982
2. Buchmarkt	14.182	14.255	14.032	13.737	13.686	13.657	14.024	13.910	14.077	16.072	15.029
3. Kunstmarkt	2.332	2.341	2.316	2.292	2.091	2.170	2.249	2.252	2.223	2.362	1.443
4. Filmwirtschaft	8.925	9.283	9.228	9.060	9.328	9.844	9.572	9.987	9.874	10.011	5.875
5. Rundfunkwirtschaft	7.671	7.905	8.327	8.942	9.378	9.578	9.892	10.334	10.657	9.415	8.495
6. Markt für Darstellende Künste	3.478	3.742	3.909	3.971	4.262	4.502	4.770	5.244	5.604	5.993	1.130
7. Designwirtschaft	18.243	18.353	18.535	18.338	18.566	19.078	19.764	20.321	20.604	21.028	19.229
8. Architekturmarkt	8.031	8.708	8.813	9.130	9.554	10.236	10.700	11.348	11.943	12.575	12.506
9. Pressemarkt	31.398	31.711	31.931	31.065	30.657	30.133	30.054	29.820	29.416	27.946	27.048
10. Werbemarkt	25.714	24.929	24.965	25.175	26.130	27.033	29.405	30.078	29.975	30.619	28.475
11. Software-/ Games-Industrie	26.496	28.442	29.642	29.418	31.619	34.362	37.727	41.632	46.655	50.650	50.216
12. Sonstige	1.588	1.652	1.587	1.531	1.418	1.381	1.425	1.454	1.411	1.396	1.225
Summe mit Doppelzählung	154.327	157.960	160.385	160.332	164.586	170.151	177.720	184.820	191.123	197.036	175.653
Doppelte Wirtschaftszweige	16.993	16.990	17.047	17.178	17.691	18.084	18.906	19.633	20.072	20.656	15.204
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>137.333</b>	<b>140.970</b>	<b>143.338</b>	<b>143.155</b>	<b>146.895</b>	<b>152.067</b>	<b>158.814</b>	<b>165.187</b>	<b>171.051</b>	<b>176.380</b>	<b>160.449</b>
Gesamtwirtschaft	5.240.997	5.687.179	5.752.249	5.765.567	5.870.875	5.989.743	6.088.287	6.360.802	6.622.777	6.770.825	6.459.367
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,62%	2,48%	2,49%	2,48%	2,50%	2,54%	2,61%	2,60%	2,58%	2,61%	2,48%

Anmerkung: \* Werte für 2020 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 12/2021 (abweichend zu den Werten 2010–2019 ohne WZ 18.14 Buchbinderei etc.). Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; eigene Berechnungen Goldmedia

## Kernerwerbstätige Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Kernerwerbstätige, 2010 bis 2020\*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
1. Musikwirtschaft	46.698	46.627	46.533	47.493	47.941	48.496	50.533	52.147	54.001	55.194	54.308
2. Buchmarkt	76.860	79.504	78.846	78.157	75.917	73.048	71.836	71.031	69.111	68.742	66.769
3. Kunstmarkt	19.161	18.945	18.912	18.793	18.249	18.177	18.292	18.132	17.925	17.961	17.645
4. Filmwirtschaft	57.313	57.772	57.633	57.090	57.429	58.866	59.712	61.615	62.155	63.945	61.832
5. Rundfunkwirtschaft	38.881	39.694	39.865	41.353	41.688	42.477	42.420	42.351	42.293	42.085	41.988
6. Markt für Darstellende Künste	33.225	34.112	35.389	37.886	38.805	40.278	42.158	44.189	46.846	48.793	48.040
7. Designwirtschaft	125.878	128.427	131.767	134.274	137.262	141.297	145.593	149.893	152.551	153.979	152.230
8. Architekturmarkt	101.897	105.087	107.750	110.169	112.775	116.695	121.688	126.950	132.031	136.812	138.773
9. Pressemarkt	163.305	161.101	158.860	156.097	152.409	150.380	148.641	147.021	143.863	141.520	137.054
10. Werbemarkt	137.006	138.881	140.431	140.562	142.978	145.863	150.715	154.170	156.535	157.651	153.056
11. Software-/ Games-Industrie	251.708	268.456	299.427	321.092	337.923	358.800	381.364	408.169	439.474	471.814	495.767
12. Sonstige	14.991	15.182	15.436	15.548	15.104	15.140	15.376	15.433	15.388	15.081	14.722
Summe mit Doppelzählung	1.066.923	1.093.788	1.130.848	1.158.513	1.178.480	1.209.516	1.248.326	1.291.100	1.332.174	1.373.576	1.382.183
Doppelte Wirtschaftszweige	114.403	117.016	119.119	121.245	122.442	124.589	128.246	131.474	134.414	136.299	133.633
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>952.520</b>	<b>976.772</b>	<b>1.011.729</b>	<b>1.037.268</b>	<b>1.056.038</b>	<b>1.084.927</b>	<b>1.120.080</b>	<b>1.159.626</b>	<b>1.197.760</b>	<b>1.237.276</b>	<b>1.248.550</b>
Gesamtwirtschaft	31.131.887	31.858.678	32.530.353	32.859.218	33.414.726	34.026.834	34.709.747	35.431.779	36.149.364	36.695.568	36.607.378
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,06 %	3,07 %	3,11 %	3,16 %	3,16 %	3,19 %	3,23 %	3,27 %	3,31 %	3,37 %	3,41 %

Anmerkung: \*Werte für 2020 bezüglich der Anzahl der Selbständigen (entsprechen der Anzahl an Unternehmen) geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB), 2010 bis 2020

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Musikwirtschaft	32.975	32.733	32.737	33.682	34.182	34.439	36.103	37.470	39.120	40.099	39.320
2. Buchmarkt	60.379	62.802	62.018	61.346	59.119	55.969	54.568	53.641	51.580	51.374	49.747
3. Kunstmarkt	5.697	5.523	5.709	5.641	5.455	5.425	5.419	5.380	5.276	5.289	5.125
4. Filmwirtschaft	39.357	39.573	39.351	38.650	39.162	40.242	40.637	41.976	41.937	43.289	41.218
5. Rundfunkwirtschaft	21.130	21.566	21.711	23.194	23.614	24.298	24.540	24.859	24.954	24.962	25.042
6. Markt für Darstellende Künste	17.823	18.130	18.892	20.882	21.332	22.029	23.078	24.260	26.060	27.366	26.725
7. Designwirtschaft	75.767	75.988	78.091	79.820	81.639	84.170	87.162	90.570	92.244	93.089	91.505
8. Architekturmarkt	61.738	64.385	66.988	69.964	72.735	76.846	81.997	87.806	93.308	98.515	100.946
9. Pressemarkt	129.741	127.603	125.729	123.540	120.290	118.039	116.400	115.193	112.273	110.486	106.431
10. Werbemarkt	101.676	104.304	106.983	108.455	112.123	115.642	120.495	124.278	126.973	128.727	124.952
11. Software-/ Games-Industrie	223.181	238.043	267.512	287.727	303.198	322.867	343.989	369.366	398.913	430.020	452.673
12. Sonstige	7.485	7.446	7.685	7.736	7.329	7.253	7.127	7.179	7.248	7.131	6.893
Summe mit Doppelzählung	776.949	798.096	833.406	860.636	880.178	907.218	941.513	981.978	1.019.887	1.060.346	1.070.577
Doppelte Wirtschaftszweige	63.963	65.614	67.492	69.721	71.107	72.731	75.917	78.952	81.476	83.368	81.347
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>712.986</b>	<b>732.483</b>	<b>765.913</b>	<b>790.915</b>	<b>809.071</b>	<b>834.488</b>	<b>865.597</b>	<b>903.026</b>	<b>938.411</b>	<b>976.977</b>	<b>989.230</b>
Gesamtwirtschaft	27.966.601	28.643.583	29.280.034	29.615.680	30.174.505	30.771.297	31.443.318	32.164.973	32.870.228	33.407.262	33.322.952
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,55 %	2,56 %	2,62 %	2,67 %	2,68 %	2,71 %	2,75 %	2,81 %	2,85 %	2,92 %	2,97 %

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Geringfügig Beschäftigte

### Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Geringfügig Beschäftigte (GB), 2010 bis 2020

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Musikwirtschaft	11.916	12.128	12.671	12.902	13.213	13.423	13.863	14.675	15.415	15.741	11.217
2. Buchmarkt	20.920	20.374	19.766	18.959	18.320	17.610	17.188	16.471	15.804	15.392	14.061
3. Kunstmarkt	4.472	4.395	4.355	4.290	4.178	4.046	3.999	3.882	3.763	3.624	3.120
4. Filmwirtschaft	28.317	26.928	26.368	25.994	24.920	24.185	23.332	22.955	21.896	21.334	17.665
5. Rundfunkwirtschaft	2.045	1.750	1.723	1.841	1.842	1.752	1.785	1.766	1.644	1.581	1.423
6. Markt für Darstellende Künste	13.011	13.715	14.754	15.806	16.450	17.084	17.998	19.476	20.741	21.887	16.772
7. Designwirtschaft	66.974	63.977	62.114	61.783	65.410	56.513	60.399	60.779	58.512	56.688	50.077
8. Architekturmarkt	18.080	18.391	18.462	19.109	19.369	18.892	18.989	19.279	19.483	19.570	18.930
9. Pressemarkt	133.704	131.207	130.370	123.373	113.233	89.870	84.448	81.751	78.005	75.502	67.680
10. Werbemarkt	123.173	115.272	110.736	104.008	111.445	95.069	101.754	102.467	98.142	94.676	83.424
11. Software-/ Games-Industrie	21.196	22.373	23.732	24.841	25.900	25.507	26.961	27.863	28.507	28.957	28.016
12. Sonstige	1.773	1.754	1.682	1.652	1.614	1.576	1.634	1.698	1.614	1.605	1.455
Summe mit Doppelzählung	445.581	432.264	426.733	414.558	415.894	365.526	372.349	373.063	363.525	356.557	313.840
Doppelte Wirtschaftszweige	66.253	63.461	61.777	61.739	65.737	57.475	61.850	63.012	61.631	57.090	47.851
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>379.328</b>	<b>368.803</b>	<b>364.956</b>	<b>352.819</b>	<b>350.158</b>	<b>308.051</b>	<b>310.499</b>	<b>310.051</b>	<b>301.894</b>	<b>299.467</b>	<b>265.989</b>
Gesamtwirtschaft	7.450.194	7.536.790	7.591.384	7.716.104	7.811.376	7.704.750	7.763.218	7.806.047	7.878.276	7.886.579	7.315.836
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	5,09 %	4,89 %	4,81 %	4,57 %	4,48 %	4,00 %	4,00 %	3,97 %	3,83 %	3,80 %	3,64 %

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Mini-Selbständige

### Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Mini-Selbständige, 2010 bis 2020\*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	2018*	2019*	2020*
1. Musikwirtschaft	16.844	16.949	16.967	17.215	17.344	17.792	18.713	19.069	19.670	20.221	20.054
2. Buchmarkt	21.712	22.475	23.217	24.365	24.837	25.910	26.839	27.802	28.776	29.041	28.821
3. Kunstmarkt	26.755	26.462	26.631	26.915	26.795	26.826	26.813	27.105	27.103	27.359	27.023
4. Filmwirtschaft	29.407	29.993	30.979	32.016	32.384	33.206	34.660	36.014	37.566	38.608	38.583
5. Rundfunkwirtschaft	21.857	21.924	21.998	22.277	22.533	22.713	23.141	22.146	22.015	21.807	21.475
6. Markt für Darstellende Künste	28.007	29.049	30.647	32.199	32.871	34.350	36.210	37.963	39.884	41.278	40.883
7. Designwirtschaft	51.249	52.324	53.946	56.827	57.694	59.634	62.230	62.900	64.361	65.364	63.754
8. Architekturmarkt	25.304	24.459	23.601	23.321	22.578	21.971	21.371	21.203	20.785	20.384	20.062
9. Pressemarkt	28.615	28.363	28.158	28.182	28.315	28.593	29.007	27.919	27.700	27.328	26.891
10. Werbemarkt	31.639	29.639	28.166	27.101	25.783	25.372	25.395	24.952	24.637	24.071	23.567
11. Software-/ Games-Industrie	30.643	31.527	32.937	34.754	36.445	38.478	40.554	41.613	43.514	44.755	46.557
12. Sonstige	9.849	9.700	9.813	9.996	9.988	10.179	10.607	10.791	10.730	10.574	10.347
Summe mit Doppelzählung	321.881	322.864	327.060	335.168	337.567	345.024	355.540	359.477	366.741	370.790	368.016
Doppelte Wirtschaftszweige	64.668	64.787	65.420	66.500	66.650	67.805	69.699	69.957	71.210	71.699	70.834
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>257.213</b>	<b>258.077</b>	<b>261.640</b>	<b>268.668</b>	<b>270.917</b>	<b>277.219</b>	<b>285.841</b>	<b>289.520</b>	<b>295.531</b>	<b>299.091</b>	<b>297.182</b>
Gesamtwirtschaft	2.455.896	2.557.554	2.648.333	2.740.942	2.747.405	2.792.210	2.811.454	2.837.088	2.862.722	2.888.356	2.879.578
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	10,47 %	10,09 %	9,88 %	9,80 %	9,86 %	9,93 %	10,17 %	10,20 %	10,32 %	10,36 %	10,32 %

Anmerkung: \*Werte basieren auf Schätzungen. Quelle: Veranlagungsstatistik, Destatis 2021b; eigene Berechnungen Goldmedia

## Bruttowertschöpfung

### Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Bruttowertschöpfung, 2010 bis 2020\* (in Mio. EUR)

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
1. Musikwirtschaft	4.290	4.495	4.910	5.423	5.513	5.608	5.654	5.867	6.045	6.403	2.998
2. Buchmarkt	4.686	4.977	4.962	4.981	5.040	5.042	5.332	5.391	5.531	6.221	6.053
3. Kunstmarkt	1.328	1.216	1.255	1.219	1.163	1.214	1.272	1.286	1.289	1.356	767
4. Filmwirtschaft	7.317	7.495	7.557	7.684	7.694	7.806	8.162	8.194	8.047	8.655	5.040
5. Rundfunkwirtschaft	6.357	6.463	6.907	7.649	7.775	7.637	8.458	8.487	8.745	8.210	7.406
6. Markt für Darstellende Künste	5.672	5.916	6.317	6.334	6.538	6.910	7.017	7.624	7.985	8.526	1.676
7. Designwirtschaft	9.403	9.501	9.738	10.268	9.826	9.989	10.746	10.347	10.520	10.570	9.552
8. Architekturmarkt	4.722	4.926	5.241	5.723	5.967	6.567	6.549	7.236	7.176	7.241	7.199
9. Pressemarkt	10.983	11.993	12.273	12.273	12.505	12.454	12.467	12.672	12.640	11.721	11.300
10. Werbemarkt	11.053	10.894	10.746	11.867	11.651	11.533	11.989	12.093	11.587	12.560	11.681
11. Software-/ Games-Industrie	16.973	19.758	21.509	23.263	25.163	26.312	28.535	30.501	35.331	37.733	37.387
12. Sonstige	1.353	1.323	1.332	1.272	1.114	1.114	1.267	1.150	1.142	1.064	919
Summe mit Doppelzählung	84.138	88.957	92.747	97.956	99.949	102.186	107.448	110.848	116.040	120.259	101.978
Doppelte Wirtschaftszweige	9.416	9.548	9.663	10.109	10.154	10.206	10.339	10.853	10.964	11.748	7.351
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>74.722</b>	<b>79.410</b>	<b>83.083</b>	<b>87.847</b>	<b>89.795</b>	<b>91.980</b>	<b>97.109</b>	<b>99.995</b>	<b>105.075</b>	<b>108.511</b>	<b>94.627</b>
Gesamtwirtschaft	2.305.684	2.418.099	2.465.800	2.527.883	2.635.393	2.722.020	2.822.443	2.944.074	3.035.165	3.130.661	3.050.322
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,24 %	3,28 %	3,37 %	3,48 %	3,41 %	3,38 %	3,44 %	3,40 %	3,46 %	3,47 %	3,10 %

Anmerkung: \*Werte für 2020 geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Destatis 2021c; eigene Berechnungen Goldmedia

## Umsatz pro Kernerwerbstäigem

### Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Umsatz pro Kernerwerbstäigem, 2010 bis 2020\* (in EUR)

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
1. Musikwirtschaft	134.258	142.386	152.557	161.580	164.709	168.642	161.057	161.851	160.823	162.539	91.743
2. Buchmarkt	184.514	179.300	177.966	175.759	180.280	186.961	195.216	195.826	203.691	233.794	225.096
3. Kunstmarkt	121.694	123.554	122.463	121.940	114.567	119.355	122.925	124.221	124.004	131.498	81.767
4. Filmwirtschaft	155.728	160.688	160.109	158.692	162.427	167.220	160.307	162.092	158.859	156.554	94.824
5. Rundfunkwirtschaft	197.287	199.160	208.883	216.232	224.954	225.485	233.199	243.997	251.977	223.701	202.310
6. Markt für Darstellende Künste	104.668	109.700	110.469	104.819	109.833	111.763	113.157	118.668	119.625	122.829	23.530
7. Designwirtschaft	144.924	142.904	140.668	136.572	135.261	135.024	135.748	135.574	135.066	136.565	126.313
8. Architekturmarkt	78.819	82.864	81.795	82.875	84.718	87.720	87.932	89.387	90.454	91.911	90.119
9. Pressemarkt	192.266	196.838	200.999	199.014	201.149	200.381	202.189	202.825	204.471	197.473	197.351
10. Werbemarkt	187.687	179.501	177.777	179.102	182.758	185.329	195.101	195.099	191.488	194.218	186.045
11. Software-/ Games-Industrie	105.265	105.947	98.996	91.618	93.570	95.768	98.927	101.997	106.161	107.351	101.290
12. Sonstige	105.903	108.788	102.846	98.452	93.862	91.211	92.672	94.238	91.673	92.572	83.177
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>144.179</b>	<b>144.323</b>	<b>141.677</b>	<b>138.011</b>	<b>139.100</b>	<b>140.164</b>	<b>141.788</b>	<b>142.449</b>	<b>142.809</b>	<b>142.555</b>	<b>128.508</b>
Gesamtwirtschaft	168.348	178.513	176.827	175.463	175.697	176.030	175.406	179.523	183.206	184.513	176.450
Prozentuale Differenz zur Gesamtwirtschaft	-16,76 %	-23,69 %	-24,81 %	-27,14 %	-26,31 %	-25,59 %	-23,71 %	-26,03 %	-28,29 %	-29,43 %	-37,31 %

Anmerkung: \*Werte 2020 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 12/2021 (abweichend zu den Berechnungen 2010–2019 ohne WZ 18.14 Buchbinderei etc.).

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

# Anzahl der Unternehmen nach Wirtschaftszweig

## Anzahl der Unternehmen nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (1), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>1. Musikwirtschaft</b>												
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	1.180	1.197	1.204	1.218	1.216	1.265	1.291	1.289	1.297	1.291	1.287
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	2.142	2.087	1.998	1.922	1.858	1.809	1.742	1.713	1.635	1.583	1.553
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	282	306	319	333	353	387	389	398	372	383	373
59.20.1	Tonstudios etc.	539	583	610	634	659	659	700	720	713	741	732
59.20.2	Tonträgerverlage	390	383	366	376	380	388	403	392	386	388	383
59.20.3	Musikverlage	1.149	1.134	1.095	1.062	1.075	1.055	1.072	1.066	1.049	1.078	1.077
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	1.661	1.666	1.560	1.510	1.472	1.505	1.556	1.547	1.568	1.582	1.570
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	2.109	2.249	2.395	2.471	2.429	2.547	2.720	2.869	3.012	3.111	3.104
90.03.1	Selbständige Musikerinnen/Musiker etc.	2.643	2.683	2.695	2.752	2.776	2.924	3.016	3.166	3.373	3.488	3.475
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter	1.400	1.378	1.337	1.325	1.335	1.316	1.332	1.307	1.269	1.246	1.228
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228	217	208	206	202	209	210	207	204	204
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>13.723</b>	<b>13.894</b>	<b>13.796</b>	<b>13.811</b>	<b>13.759</b>	<b>14.057</b>	<b>14.430</b>	<b>14.677</b>	<b>14.881</b>	<b>15.095</b>	<b>14.988</b>
<b>2. Buchmarkt</b>												
18.14	Buchbinderei etc.	1.041	1.010	993	961	909	896	855	819	792	750	712
47.61	Einzelhandel mit Büchern	4.195	4.137	4.038	3.896	3.803	3.716	3.682	3.536	3.395	3.311	3.197
47.79.2	Antiquariate	459	448	429	428	414	407	391	369	365	337	331
58.11	Buchverlage	2.220	2.243	2.209	2.170	2.117	2.075	2.034	1.982	1.918	1.845	1.766
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	1.625	1.718	1.811	1.884	1.974	2.088	2.244	2.411	2.555	2.561	2.516
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	6.941	7.146	7.348	7.472	7.581	7.897	8.062	8.273	8.506	8.564	8.500
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>16.481</b>	<b>16.702</b>	<b>16.828</b>	<b>16.811</b>	<b>16.798</b>	<b>17.079</b>	<b>17.268</b>	<b>17.390</b>	<b>17.531</b>	<b>17.368</b>	<b>17.022</b>
<b>3. Kunstmarkt</b>												
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	1.712	1.685	1.632	1.560	1.469	1.425	1.395	1.336	1.291	1.239	1.192
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	2.115	2.041	2.007	1.949	1.853	1.786	1.752	1.649	1.591	1.525	1.432
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	8.814	8.932	8.892	9.010	8.870	8.949	9.127	9.192	9.223	9.379	9.369
91.02	Museumshops etc.	823	764	672	634	602	592	600	575	544	529	527
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>13.464</b>	<b>13.422</b>	<b>13.203</b>	<b>13.153</b>	<b>12.794</b>	<b>12.752</b>	<b>12.874</b>	<b>12.752</b>	<b>12.649</b>	<b>12.672</b>	<b>12.520</b>
<b>4. Filmwirtschaft</b>												
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	282	306	319	333	353	387	389	398	372	383	373
59.11	Film-/TV-Produktion	5.253	5.118	4.988	4.894	4.567	4.400	4.409	4.521	4.556	4.633	4.769
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	767	851	861	856	774	833	852	865	910	906	909
59.13	Filmverleih und -vertrieb	865	792	711	654	576	556	518	475	439	419	395
59.14	Kinos	878	865	843	849	834	841	822	823	822	824	817
77.22	Videotheken	1.201	1.087	969	864	753	653	553	428	327	281	219
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	8.710	9.180	9.591	9.990	10.410	10.954	11.532	12.129	12.792	13.210	13.132
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>17.956</b>	<b>18.199</b>	<b>18.282</b>	<b>18.440</b>	<b>18.267</b>	<b>18.624</b>	<b>19.075</b>	<b>19.639</b>	<b>20.218</b>	<b>20.656</b>	<b>20.614</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 geschätzt. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; eigene Berechnungen Goldmedia

## Anzahl der Unternehmen nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (2), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>												
60.10	Hörfunkveranstaltende	262	255	255	262	262	254	252	247	255	252	251
60.20	Fernsehveranstaltende	88	91	89	94	89	87	79	79	79	82	81
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	17.401	17.782	17.810	17.803	17.723	17.838	17.549	17.166	17.005	16.789	16.614
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>17.751</b>	<b>18.128</b>	<b>18.154</b>	<b>18.159</b>	<b>18.074</b>	<b>18.179</b>	<b>17.880</b>	<b>17.492</b>	<b>17.339</b>	<b>17.123</b>	<b>16.946</b>
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>												
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	2.080	2.105	2.111	2.147	2.204	2.269	2.310	2.366	2.471	2.561	2.557
90.01.1	Theaterensembles	124	128	131	133	142	166	157	171	176	191	188
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	573	546	550	584	588	642	665	724	714	757	756
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	8.710	9.180	9.591	9.990	10.410	10.954	11.532	12.129	12.792	13.210	13.132
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	2.109	2.249	2.395	2.471	2.429	2.547	2.720	2.869	3.012	3.111	3.104
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	1.400	1.378	1.337	1.325	1.335	1.316	1.332	1.307	1.269	1.246	1.228
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228	217	208	206	202	209	210	207	204	204
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	178	168	165	146	159	153	155	153	145	147	146
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>15.402</b>	<b>15.982</b>	<b>16.497</b>	<b>17.004</b>	<b>17.473</b>	<b>18.249</b>	<b>19.080</b>	<b>19.929</b>	<b>20.786</b>	<b>21.427</b>	<b>21.315</b>
<b>7. Designwirtschaft</b>												
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	3.706	3.661	3.603	3.477	3.424	3.314	3.308	3.224	3.151	3.105	3.031
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	3.185	3.577	3.862	3.987	4.119	4.189	4.216	4.247	4.272	4.323	4.378
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	17.125	16.702	16.096	15.408	14.761	14.426	14.383	14.197	14.009	13.665	13.253
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	2.164	2.586	2.975	3.372	3.590	3.792	3.987	4.122	4.340	4.444	4.420
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	7.269	8.725	10.054	11.100	12.425	13.598	14.419	15.094	15.740	16.302	16.337
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	7.679	7.773	7.303	6.898	6.661	6.588	6.512	6.444	6.339	6.174	6.048
74.20.1	Selbständige Fotografinnen/Fotografen	8.983	9.415	9.783	10.212	10.644	11.220	11.606	11.995	12.456	12.877	13.258
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>50.111</b>	<b>52.439</b>	<b>53.676</b>	<b>54.454</b>	<b>55.624</b>	<b>57.127</b>	<b>58.431</b>	<b>59.323</b>	<b>60.307</b>	<b>60.890</b>	<b>60.725</b>
<b>8. Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	27.587	27.554	27.137	26.465	26.084	25.772	25.490	24.900	24.490	23.964	23.475
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	3.185	3.577	3.862	3.987	4.119	4.189	4.216	4.247	4.272	4.323	4.378
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	4.828	4.990	5.088	5.050	5.083	5.115	5.185	5.135	5.075	5.039	4.956
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	3.088	3.108	3.156	3.168	3.179	3.198	3.193	3.219	3.257	3.327	3.371
90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	1.471	1.473	1.519	1.535	1.575	1.575	1.607	1.643	1.629	1.644	1.647
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>40.159</b>	<b>40.702</b>	<b>40.762</b>	<b>40.205</b>	<b>40.040</b>	<b>39.849</b>	<b>39.691</b>	<b>39.144</b>	<b>38.723</b>	<b>38.297</b>	<b>37.827</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 geschätzt. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; eigene Berechnungen Goldmedia



Anzahl der Unternehmen nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (3), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>9. Pressemarkt</b>												
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	9.219	8.891	8.563	8.208	8.000	8.256	8.604	8.749	8.853	8.748	8.730
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	200	217	211	212	214	203	198	191	189	181	169
58.13	Verlegen von Zeitungen	829	826	845	849	835	812	808	790	760	713	672
58.14	Verlegen von Zeitschriften	1.782	1.741	1.722	1.689	1.643	1.621	1.568	1.531	1.481	1.410	1.345
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.144	3.053	3.002	2.906	2.866	2.799	2.739	2.650	2.552	2.468	2.390
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	989	988	978	890	838	812	775	751	750	725	701
90.03.5	Selbständige Journalist. und Pressefotograf.	17.401	17.782	17.810	17.803	17.723	17.838	17.549	17.166	17.005	16.789	16.614
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>33.564</b>	<b>33.498</b>	<b>33.131</b>	<b>32.557</b>	<b>32.119</b>	<b>32.341</b>	<b>32.241</b>	<b>31.828</b>	<b>31.590</b>	<b>31.034</b>	<b>30.623</b>
<b>10. Werbemarkt</b>												
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	34.250	33.404	32.191	30.815	29.521	28.851	28.765	28.393	28.017	27.331	26.507
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.080	1.173	1.257	1.292	1.334	1.370	1.455	1.499	1.545	1.593	1.596
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>35.330</b>	<b>34.577</b>	<b>33.448</b>	<b>32.107</b>	<b>30.855</b>	<b>30.221</b>	<b>30.220</b>	<b>29.892</b>	<b>29.562</b>	<b>28.924</b>	<b>28.104</b>
<b>11. Software-/Games-Industrie</b>												
58.21	Verlegen von Computerspielen	354	336	326	295	283	279	273	263	267	263	265
58.29	Verlegen von sonstiger Software	474	534	529	543	544	532	563	611	634	637	629
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	8.256	9.037	9.603	10.073	10.611	11.106	11.559	11.882	12.385	12.570	12.756
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	19.172	20.165	21.042	21.919	22.638	23.300	24.182	25.115	26.245	27.205	28.254
63.12	Webportale	271	341	415	535	649	716	798	932	1.030	1.119	1.190
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>28.527</b>	<b>30.413</b>	<b>31.915</b>	<b>33.365</b>	<b>34.725</b>	<b>35.933</b>	<b>37.375</b>	<b>38.803</b>	<b>40.561</b>	<b>41.794</b>	<b>43.094</b>
<b>12. Sonstige</b>												
32.11	Herstellung von Münzen	54	54	53	50	45	43	41	41	41	39	37
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	289	304	303	305	318	327	328	324	339	344	342
74.20.2	Fotolabors	466	466	428	413	378	354	338	319	313	278	270
74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	6.237	6.456	6.547	6.637	6.638	6.791	7.173	7.188	7.073	6.916	6.806
91.01	Bibliotheken und Archive	100	101	81	80	79	73	64	66	62	60	57
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	95	95	92	87	90	92	85	88	85	88	90
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	265	260	247	240	227	207	220	228	227	225	227
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>7.506</b>	<b>7.736</b>	<b>7.751</b>	<b>7.812</b>	<b>7.775</b>	<b>7.887</b>	<b>8.249</b>	<b>8.254</b>	<b>8.140</b>	<b>7.950</b>	<b>7.829</b>
	Summe mit Doppelzählung	289.974	295.692	297.442	297.877	298.302	302.298	306.813	309.122	312.287	313.230	311.606
	Doppelte Wirtschaftszweige	50.440	51.402	51.627	51.525	51.336	51.859	52.330	52.523	52.938	52.931	52.286
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>239.534</b>	<b>244.290</b>	<b>245.816</b>	<b>246.353</b>	<b>246.967</b>	<b>250.439</b>	<b>254.484</b>	<b>256.600</b>	<b>259.349</b>	<b>260.299</b>	<b>259.320</b>
	<b>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</b>	<b>7,57 %</b>	<b>7,60 %</b>	<b>7,56 %</b>	<b>7,60 %</b>	<b>7,62 %</b>	<b>7,69 %</b>	<b>7,79 %</b>	<b>7,85 %</b>	<b>7,91 %</b>	<b>7,92 %</b>	<b>7,90 %</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 geschätzt. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; eigene Berechnungen Goldmedia

## Umsätze nach Wirtschaftszweig

## Umsätze (in Mio. EUR) nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (1), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>1. Musikwirtschaft</b>												
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	551	579	592	616	611	628	640	660	708	718	651
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.175	1.207	1.245	1.187	1.227	1.279	1.345	1.358	1.373	1.458	1.322
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	126	140	158	155	154	186	169	174	140	142	125
59.20.1	Tonstudios etc.	109	125	134	126	119	120	130	132	131	140	143
59.20.2	Tonträgerverlage	989	1.016	983	866	829	793	541	335	299	305	332
59.20.3	Musikverlage	549	571	918	1.675	1.666	1.749	1.698	1.786	1.760	1.640	1.476
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	210	239	233	228	209	224	231	224	227	241	48
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	402	440	461	501	550	597	700	864	917	1.036	207
90.03.1	Selbständige Musikerinnen/Musiker etc.	261	274	283	275	308	316	313	326	372	391	98
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter	1.509	1.644	1.639	1.597	1.766	1.795	1.897	2.079	2.216	2.364	473
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	389	403	453	447	456	491	475	501	542	538	108
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>6.270</b>	<b>6.639</b>	<b>7.099</b>	<b>7.674</b>	<b>7.896</b>	<b>8.178</b>	<b>8.139</b>	<b>8.440</b>	<b>8.685</b>	<b>8.971</b>	<b>4.982</b>
<b>2. Buchmarkt</b>												
18.14	Buchbinderei etc.	836	871	805	786	733	696	691	710	700	635	623**
47.61	Einzelhandel mit Büchern	3.600	3.506	3.551	3.451	3.558	3.866	3.831	3.729	3.800	3.864	3.671
47.79.2	Antiquariate	72	70	65	63	56	61	61	60	57	57	51
58.11	Buchverlage	8.848	8.945	8.754	8.581	8.480	8.133	8.457	8.430	8.473	10.482	10.377
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	274	295	287	278	293	315	374	374	399	380	342
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	552	568	570	578	566	585	611	607	649	653	588
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>14.182</b>	<b>14.255</b>	<b>14.032</b>	<b>13.737</b>	<b>13.686</b>	<b>13.657</b>	<b>14.024</b>	<b>13.910</b>	<b>14.077</b>	<b>16.072</b>	<b>15.029***</b>
<b>3. Kunstmarkt</b>												
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	660	742	707	729	619	679	667	685	652	727	472
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	404	432	416	381	324	302	301	288	275	291	233
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	750	753	765	766	770	784	874	839	872	907	454
91.02	Museumshops etc.	518	414	428	416	378	405	407	440	425	436	284
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>2.332</b>	<b>2.341</b>	<b>2.316</b>	<b>2.292</b>	<b>2.091</b>	<b>2.170</b>	<b>2.249</b>	<b>2.252</b>	<b>2.223</b>	<b>2.362</b>	<b>1.443</b>
<b>4. Filmwirtschaft</b>												
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	126	140	158	155	154	186	169	174	140	142	125
59.11	Film-/TV-Produktion	4.489	4.458	4.444	4.418	4.564	4.674	4.676	4.901	5.112	5.096	4.332
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	153	164	181	240	210	234	211	230	254	275	234
59.13	Filmverleih und -vertrieb	1.815	1.993	1.752	1.569	1.572	1.630	1.528	1.527	1.577	1.440	432
59.14	Kinos	1.276	1.419	1.527	1.524	1.488	1.761	1.535	1.608	1.424	1.619	486
77.22	Videotheken	315	302	296	261	277	309	353	383	97	85	64
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	752	806	870	892	964	1.049	1.102	1.165	1.268	1.355	203
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>8.925</b>	<b>9.283</b>	<b>9.228</b>	<b>9.060</b>	<b>9.328</b>	<b>9.844</b>	<b>9.572</b>	<b>9.987</b>	<b>9.874</b>	<b>10.011</b>	<b>5.875</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 12/2021, \*\*Werte 2020 für WZ 18.14 nach eigenen Berechnungen Goldmedia, \*\*\*Buchmarkt insgesamt nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (exkl. WZ 18.14). Rundungsdifferenzen möglich. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a

## Umsätze (in Mio. EUR) nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (2), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>												
60.10	Hörfunkveranstaltende	965	962	969	981	933	942	1.034	1.007	1.026	1.033	940
60.20	Fernsehveranstaltende	5.487	5.686	6.135	6.747	7.238	7.423	7.641	8.123	8.409	7.172	6.526
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	1.219	1.258	1.223	1.213	1.206	1.212	1.218	1.204	1.222	1.210	1.029
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>7.671</b>	<b>7.905</b>	<b>8.327</b>	<b>8.942</b>	<b>9.378</b>	<b>9.578</b>	<b>9.892</b>	<b>10.334</b>	<b>10.657</b>	<b>9.415</b>	<b>8.495</b>
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>												
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	239	252	265	272	275	290	305	328	347	367	77
90.01.1	Theaterensembles	54	55	81	91	93	101	103	108	93	109	23
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	55	60	57	79	72	89	97	107	126	125	19
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	752	806	870	892	964	1.049	1.102	1.165	1.268	1.355	203
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	402	440	461	501	550	597	700	864	917	1.036	207
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	1.509	1.644	1.639	1.597	1.766	1.795	1.897	2.079	2.216	2.364	473
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	389	403	453	447	456	491	475	501	542	538	108
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	78	82	84	91	86	89	92	92	95	100	21
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>3.478</b>	<b>3.742</b>	<b>3.909</b>	<b>3.971</b>	<b>4.262</b>	<b>4.502</b>	<b>4.770</b>	<b>5.244</b>	<b>5.604</b>	<b>5.993</b>	<b>1.130</b>
<b>7. Designwirtschaft</b>												
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	2.531	2.686	2.780	2.336	2.181	2.219	2.110	2.183	2.060	2.063	1.960
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	485	594	634	669	727	768	873	963	1.073	1.144	1.092
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	12.112	11.704	11.609	11.703	11.868	11.984	12.473	12.684	12.694	12.868	11.968
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	327	419	475	544	599	625	664	685	747	822	781
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	627	749	856	954	1.078	1.210	1.331	1.463	1.556	1.606	1.553
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	981	1.040	972	922	922	1.028	1.076	1.095	1.168	1.217	1.156
74.20.1	Selbständige Fotografinnen/Fotografen	1.179	1.160	1.209	1.210	1.191	1.244	1.237	1.248	1.308	1.308	720
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>18.243</b>	<b>18.353</b>	<b>18.535</b>	<b>18.338</b>	<b>18.566</b>	<b>19.078</b>	<b>19.764</b>	<b>20.321</b>	<b>20.604</b>	<b>21.028</b>	<b>19.229</b>
<b>8. Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	5.765	6.126	6.117	6.316	6.569	7.080	7.290	7.689	7.951	8.345	8.340
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	485	594	634	669	727	768	873	963	1.073	1.144	1.092
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	1.066	1.239	1.288	1.347	1.389	1.486	1.599	1.698	1.831	1.918	1.917
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	543	565	586	603	658	700	737	792	875	940	940
90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	171	183	188	196	211	203	202	206	213	227	217
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>8.031</b>	<b>8.708</b>	<b>8.813</b>	<b>9.130</b>	<b>9.554</b>	<b>10.236</b>	<b>10.700</b>	<b>11.348</b>	<b>11.943</b>	<b>12.575</b>	<b>12.506</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021. Rundungsdifferenzen möglich.  
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a

## Umsätze (in Mio. EUR) nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (3), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>9. Pressemarkt</b>												
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	3.351	3.381	3.422	3.303	3.275	3.344	3.458	3.832	3.905	3.911	3.715
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	1.415	1.762	1.875	1.825	1.706	1.599	1.516	1.505	1.443	1.399	1.367
58.13	Verlegen von Zeitungen	11.183	11.501	11.781	11.396	10.595	10.112	10.094	10.291	10.294	10.166	9.932
58.14	Verlegen von Zeitschriften	9.933	9.829	9.934	9.742	9.768	9.708	9.473	9.265	8.424	7.796	7.617
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.785	3.458	3.197	3.120	3.622	3.643	3.733	3.166	3.551	2.869	2.803
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	513	522	497	466	485	515	561	556	577	595	584
90.03.5	Selbständige Journalist. und Pressefotograf.	1.219	1.258	1.223	1.213	1.206	1.212	1.218	1.204	1.222	1.210	1.029
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>31.398</b>	<b>31.711</b>	<b>31.931</b>	<b>31.065</b>	<b>30.657</b>	<b>30.133</b>	<b>30.054</b>	<b>29.820</b>	<b>29.416</b>	<b>27.946</b>	<b>27.048</b>
<b>10. Werbemarkt</b>												
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	24.223	23.407	23.217	23.406	23.737	23.969	24.946	25.367	25.387	25.737	23.935
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.491	1.522	1.748	1.769	2.394	3.064	4.459	4.711	4.588	4.882	4.540
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>25.714</b>	<b>24.929</b>	<b>24.965</b>	<b>25.175</b>	<b>26.130</b>	<b>27.033</b>	<b>29.405</b>	<b>30.078</b>	<b>29.975</b>	<b>30.619</b>	<b>28.475</b>
<b>11. Software-/Games-Industrie</b>												
58.21	Verlegen von Computerspielen	3.040	2.327	1.743	1.395	336	269	304	247	304	280	350
58.29	Verlegen von sonstiger Software	429	504	396	425	424	400	442	508	651	727	719
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	2.732	3.055	3.179	3.208	3.523	3.955	4.670	5.057	5.752	6.459	6.395
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	19.818	21.997	23.663	23.509	26.489	28.070	30.298	33.313	36.697	39.494	39.099
63.12	Webportale	477	559	661	881	847	1.667	2.013	2.507	3.251	3.690	3.653
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>26.496</b>	<b>28.442</b>	<b>29.642</b>	<b>29.418</b>	<b>31.619</b>	<b>34.362</b>	<b>37.727</b>	<b>41.632</b>	<b>46.655</b>	<b>50.650</b>	<b>50.216</b>
<b>12. Sonstige</b>												
32.11	Herstellung von Münzen	118	159	147	160	109	105	117	125	118	119	119
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	125	128	117	124	131	75	68	70	69	68	65
74.20.2	Fotolabors	518	503	449	372	235	232	225	198	186	168	168
74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	462	495	509	520	536	559	642	630	609	592	533
91.01	Bibliotheken und Archive	66	48	43	44	49	55	30	34	34	34	29
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	32	36	35	34	36	36	36	37	41	39	29
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	267	283	288	277	323	319	306	360	353	376	282
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>1.588</b>	<b>1.652</b>	<b>1.587</b>	<b>1.531</b>	<b>1.418</b>	<b>1.381</b>	<b>1.425</b>	<b>1.454</b>	<b>1.411</b>	<b>1.396</b>	<b>1.225</b>
	Summe mit Doppelzählung	154.327	157.960	160.385	160.332	164.586	170.151	177.720	184.820	191.123	197.036	175.653**
	Doppelte Wirtschaftszweige	16.993	16.990	17.047	17.178	17.691	18.084	18.906	19.633	20.072	20.656	15.204
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>137.333</b>	<b>140.970</b>	<b>143.338</b>	<b>143.155</b>	<b>146.895</b>	<b>152.067</b>	<b>158.814</b>	<b>165.187</b>	<b>171.051</b>	<b>176.380</b>	<b>160.449**</b>
	<b>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</b>	<b>7,57 %</b>	<b>7,60 %</b>	<b>7,56 %</b>	<b>7,60 %</b>	<b>7,62 %</b>	<b>7,69 %</b>	<b>7,79 %</b>	<b>7,85 %</b>	<b>7,95 %</b>	<b>2,61 %</b>	<b>2,48 %</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. \*\*Summe 2020 nach Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 2021 (exkl. WZ 18.14). Rundungsdifferenzen möglich.  
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes 12/2021

## Kernerwerbstätige nach Wirtschaftszweig

## Kernerwerbstätige nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (1), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>1. Musikwirtschaft</b>												
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	6.396	6.300	6.376	6.339	6.413	6.352	6.385	6.383	6.519	6.680	6.632
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	6.169	6.232	6.292	6.241	6.105	6.081	6.015	6.074	6.052	5.743	5.750
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.662	1.626	1.589	1.328	1.265	1.246	1.229	1.228	1.189	1.148	1.078
59.20.1	Tonstudios etc.	1.403	1.449	1.513	1.552	1.556	1.549	1.608	1.683	1.757	1.776	1.812
59.20.2	Tonträgerverlage	2.550	2.666	2.584	1.891	1.776	1.835	1.598	1.656	1.602	1.538	1.697
59.20.3	Musikverlage	3.199	3.095	2.697	2.716	3.224	3.253	3.436	3.560	3.698	3.871	3.933
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	6.812	6.312	5.788	5.786	5.815	5.750	6.929	7.062	7.082	7.192	6.945
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	5.832	6.144	6.622	6.721	6.951	7.570	8.313	8.984	9.968	10.621	10.415
90.03.1	Selbständige Musikerinnen/Musiker etc.	2.819	2.865	2.882	2.935	2.944	3.130	3.232	3.370	3.580	3.684	3.676
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter	6.365	6.386	6.593	8.419	8.261	8.105	8.327	8.671	9.021	9.335	8.839
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.491	3.552	3.597	3.565	3.631	3.625	3.461	3.476	3.533	3.606	3.529
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>46.698</b>	<b>46.627</b>	<b>46.533</b>	<b>47.493</b>	<b>47.941</b>	<b>48.496</b>	<b>50.533</b>	<b>52.147</b>	<b>54.001</b>	<b>55.194</b>	<b>54.308</b>
<b>2. Buchmarkt</b>												
18.14	Buchbinderei etc.	11.366	10.895	10.791	10.114	9.923	9.551	8.584	8.326	7.975	7.407	6.982
47.61	Einzelhandel mit Büchern	27.926	29.942	29.148	28.522	26.559	23.634	22.155	21.233	19.408	19.587	19.148
47.79.2	Antiquariate	776	765	752	767	741	719	721	663	678	627	627
58.11	Buchverlage	24.804	25.419	25.260	25.423	24.893	24.619	25.221	25.062	24.694	24.691	24.208
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	4.692	4.961	5.160	5.419	5.708	6.027	6.395	6.726	7.002	7.067	6.546
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	7.296	7.522	7.735	7.912	8.093	8.498	8.760	9.021	9.354	9.363	9.258
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>76.860</b>	<b>79.504</b>	<b>78.846</b>	<b>78.157</b>	<b>75.917</b>	<b>73.048</b>	<b>71.836</b>	<b>71.031</b>	<b>69.111</b>	<b>68.742</b>	<b>66.769</b>
<b>3. Kunstmarkt</b>												
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	3.539	3.310	3.290	3.182	3.067	3.100	3.099	3.049	2.969	2.881	2.756
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	3.438	3.400	3.422	3.363	3.174	3.015	2.927	2.783	2.718	2.640	2.508
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	10.160	10.265	10.256	10.361	10.129	10.183	10.367	10.473	10.483	10.670	10.617
91.02	Museumshops etc.	2.024	1.970	1.944	1.888	1.879	1.879	1.899	1.827	1.755	1.770	1.764
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>19.161</b>	<b>18.945</b>	<b>18.912</b>	<b>18.793</b>	<b>18.249</b>	<b>18.177</b>	<b>18.292</b>	<b>18.132</b>	<b>17.925</b>	<b>17.961</b>	<b>17.645</b>
<b>4. Filmwirtschaft</b>												
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.662	1.626	1.589	1.328	1.265	1.246	1.229	1.228	1.189	1.148	1.078
59.11	Film-/TV-Produktion	25.524	25.525	26.109	25.764	26.286	26.492	27.190	28.252	28.785	30.080	29.409
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	5.384	5.580	5.004	4.900	4.917	4.977	4.858	5.116	5.041	5.029	5.229
59.13	Filmverleih und -vertrieb	3.291	3.182	2.945	2.956	2.895	2.716	2.700	2.734	2.696	2.596	2.349
59.14	Kinos	8.581	8.697	8.696	8.816	8.596	9.582	9.592	9.940	9.811	10.201	9.042
77.22	Videotheken	3.608	3.444	3.117	2.744	2.426	2.206	1.824	1.423	1.013	849	782
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	9.263	9.718	10.173	10.582	11.044	11.647	12.319	12.922	13.620	14.042	13.943
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>57.313</b>	<b>57.772</b>	<b>57.633</b>	<b>57.090</b>	<b>57.429</b>	<b>58.866</b>	<b>59.712</b>	<b>61.615</b>	<b>62.155</b>	<b>63.945</b>	<b>61.832</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 teilweise geschätzt. Rundungsdifferenzen möglich.  
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Kernerwerbstätige nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (2), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>												
60.10	Hörfunkveranstaltende	13.601	13.745	13.437	14.030	14.230	15.067	15.093	14.674	14.779	14.760	14.703
60.20	Fernsehveranstaltende	7.007	7.304	7.715	8.659	8.879	8.710	8.775	9.434	9.433	9.520	9.642
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	18.273	18.645	18.713	18.663	18.579	18.700	18.552	18.243	18.081	17.806	17.642
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>38.881</b>	<b>39.694</b>	<b>39.865</b>	<b>41.353</b>	<b>41.688</b>	<b>42.477</b>	<b>42.420</b>	<b>42.351</b>	<b>42.293</b>	<b>42.085</b>	<b>41.988</b>
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>												
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	4.708	4.914	5.157	5.385	5.592	5.922	6.184	6.516	7.018	7.332	7.829
90.01.1	Theaterensembles	1.340	1.214	1.214	1.056	1.056	1.080	1.121	1.146	1.130	1.129	1.100
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	1.286	1.262	1.107	1.194	1.222	1.275	1.389	1.359	1.427	1.561	1.214
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	9.263	9.718	10.173	10.582	11.044	11.647	12.319	12.922	13.620	14.042	13.943
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	5.832	6.144	6.622	6.721	6.951	7.570	8.313	8.984	9.968	10.621	10.415
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	6.365	6.386	6.593	8.419	8.261	8.105	8.327	8.671	9.021	9.335	8.839
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.491	3.552	3.597	3.565	3.631	3.625	3.461	3.476	3.533	3.606	3.529
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	940	923	926	965	1.048	1.054	1.044	1.115	1.129	1.167	1.170
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>33.225</b>	<b>34.112</b>	<b>35.389</b>	<b>37.886</b>	<b>38.805</b>	<b>40.278</b>	<b>42.158</b>	<b>44.189</b>	<b>46.846</b>	<b>48.793</b>	<b>48.040</b>
<b>7. Designwirtschaft</b>												
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	13.847	11.725	11.592	11.396	11.323	11.203	11.202	10.971	10.963	10.852	10.579
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	4.743	5.399	5.857	6.379	6.595	6.821	7.164	7.484	7.804	8.094	8.397
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	64.774	65.546	65.975	65.589	66.116	66.876	68.882	70.467	71.198	71.648	69.790
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	4.247	4.871	5.643	6.550	7.134	7.989	8.386	9.555	10.076	9.977	10.128
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	10.338	12.261	14.245	15.856	17.567	19.140	20.357	21.428	22.328	23.314	23.573
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	10.482	10.669	10.152	9.829	9.606	9.695	9.911	9.873	9.718	9.546	9.241
74.20.1	Selbständige Fotografinnen/Fotografen	17.447	17.956	18.303	18.675	18.921	19.573	19.691	20.115	20.464	20.548	20.522
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>125.878</b>	<b>128.427</b>	<b>131.767</b>	<b>134.274</b>	<b>137.262</b>	<b>141.297</b>	<b>145.593</b>	<b>149.893</b>	<b>152.551</b>	<b>153.979</b>	<b>152.230</b>
<b>8. Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	75.306	77.334	79.473	81.311	83.467	86.553	90.265	94.577	98.347	101.510	102.484
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	4.743	5.399	5.857	6.379	6.595	6.821	7.164	7.484	7.804	8.094	8.397
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	11.600	12.029	11.803	11.721	11.649	11.972	12.369	12.410	12.825	13.498	13.816
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	7.314	7.393	7.617	7.822	8.031	8.323	8.778	9.237	9.787	10.420	10.792
90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	2.934	2.932	3.000	2.936	3.033	3.026	3.112	3.242	3.268	3.290	3.284
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>101.897</b>	<b>105.087</b>	<b>107.750</b>	<b>110.169</b>	<b>112.775</b>	<b>116.695</b>	<b>121.688</b>	<b>126.950</b>	<b>132.031</b>	<b>136.812</b>	<b>138.773</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 teilweise geschätzt. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Kernerwerbstätige nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (3), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
<b>9. Pressemarkt</b>												
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	29.032	28.806	28.622	27.788	27.435	27.650	27.796	27.305	26.942	26.300	25.434
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	5.049	4.352	4.283	4.074	3.832	3.641	3.540	3.131	2.961	2.863	2.725
58.13	Verlegen von Zeitungen	49.515	47.744	47.619	47.020	45.916	44.713	43.885	42.584	41.389	41.166	39.685
58.14	Verlegen von Zeitschriften	41.341	40.655	38.777	38.111	36.212	34.838	33.464	32.873	32.333	32.014	30.812
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	11.264	11.551	11.188	11.059	10.767	10.081	9.635	9.508	8.997	8.680	8.345
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	8.831	9.348	9.658	9.382	9.668	10.757	11.769	13.377	13.160	12.691	12.409
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	18.273	18.645	18.713	18.663	18.579	18.700	18.552	18.243	18.081	17.806	17.642
<b>Teilmarkt insgesamt</b>		<b>163.305</b>	<b>161.101</b>	<b>158.860</b>	<b>156.097</b>	<b>152.409</b>	<b>150.380</b>	<b>148.641</b>	<b>147.021</b>	<b>143.863</b>	<b>141.520</b>	<b>137.054</b>
<b>10. Werbemarkt</b>												
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	129.548	131.092	131.949	131.177	132.232	133.751	137.763	140.933	142.395	143.296	139.581
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	7.458	7.789	8.482	9.385	10.746	12.112	12.952	13.237	14.140	14.355	13.474
<b>Teilmarkt insgesamt</b>		<b>137.006</b>	<b>138.881</b>	<b>140.431</b>	<b>140.562</b>	<b>142.978</b>	<b>145.863</b>	<b>150.715</b>	<b>154.170</b>	<b>156.535</b>	<b>157.651</b>	<b>153.056</b>
<b>11. Software-/Games-Industrie</b>												
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.517	1.826	1.961	1.583	1.701	1.763	2.080	1.841	1.828	1.816	1.777
58.29	Verlegen von sonstiger Software	15.417	17.932	20.664	22.028	23.144	25.401	28.690	32.407	32.574	33.306	34.150
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	29.477	34.557	38.343	40.190	41.645	45.011	48.173	51.169	55.449	58.253	59.652
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	201.743	208.997	231.515	248.469	260.525	272.735	284.698	301.336	324.442	350.162	369.934
63.12	Webportale	3.554	5.144	6.944	8.822	10.908	13.890	17.723	21.416	25.181	28.277	30.254
<b>Teilmarkt insgesamt</b>		<b>251.708</b>	<b>268.456</b>	<b>299.427</b>	<b>321.092</b>	<b>337.923</b>	<b>358.800</b>	<b>381.364</b>	<b>408.169</b>	<b>439.474</b>	<b>471.814</b>	<b>495.767</b>
<b>12. Sonstige</b>												
32.11	Herstellung von Münzen	468	482	511	518	489	538	559	592	604	627	634
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	857	903	891	876	762	754	738	717	740	743	722
74.20.2	Fotolabors	5.045	4.862	4.945	5.008	4.704	4.587	4.217	4.003	4.010	3.828	3.654
74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	6.645	6.930	7.127	7.232	7.200	7.325	7.905	8.005	7.907	7.715	7.532
91.01	Bibliotheken und Archive	991	991	927	895	931	927	945	1.079	1.070	1.090	1.086
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	210	223	226	223	223	225	205	209	216	229	235
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	774	792	808	795	795	783	807	827	841	849	857
<b>Teilmarkt insgesamt</b>		<b>14.991</b>	<b>15.182</b>	<b>15.436</b>	<b>15.548</b>	<b>15.104</b>	<b>15.140</b>	<b>15.376</b>	<b>15.433</b>	<b>15.388</b>	<b>15.081</b>	<b>14.722</b>
Summe mit Doppelzählung		1.066.923	1.093.788	1.130.848	1.158.513	1.178.480	1.209.516	1.248.326	1.291.100	1.332.174	1.373.576	1.382.183
Doppelte Wirtschaftszweige		114.403	117.016	119.119	121.245	122.442	124.589	128.246	131.474	134.414	136.299	133.633
<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>		<b>952.520</b>	<b>976.772</b>	<b>1.011.729</b>	<b>1.037.268</b>	<b>1.056.038</b>	<b>1.084.927</b>	<b>1.120.080</b>	<b>1.159.626</b>	<b>1.197.760</b>	<b>1.237.276</b>	<b>1.248.550</b>
<b>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</b>		<b>3,06%</b>	<b>3,07%</b>	<b>3,11%</b>	<b>3,16%</b>	<b>3,16%</b>	<b>3,19%</b>	<b>3,23%</b>	<b>3,27%</b>	<b>3,31%</b>	<b>3,37%</b>	<b>3,41%</b>

Anmerkung: \*Werte für 2020 teilweise geschätzt. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Umsätze nach Wirtschaftszweig

## Mini-Selbständige nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (1), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	2018*	2019*	2020*
<b>1. Musikwirtschaft</b>												
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	439	426	416	452	492	471	505	488	493	494	490
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.075	1.005	978	952	940	934	933	900	863	840	821
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	267	272	312	350	369	387	402	418	395	411	402
59.20.1	Tonstudios etc.	690	770	832	843	883	931	964	1.006	1.001	1.046	1.037
59.20.2	Tonträgerverlage	538	549	577	554	574	568	578	573	564	566	563
59.20.3	Musikverlage	1.649	1.602	1.568	1.598	1.594	1.594	1.578	1.608	1.588	1.637	1.622
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	3.602	3.493	3.414	3.408	3.396	3.352	3.443	3.518	3.600	3.667	3.628
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	2.852	3.016	3.034	3.047	3.077	3.153	3.340	3.482	3.627	3.718	3.670
90.03.1	Selbständige Musikerinnen/Musiker etc.	4.622	4.754	4.804	5.034	5.094	5.449	6.037	6.145	6.641	6.966	6.956
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter	1.008	980	953	904	859	878	863	855	824	803	793
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	102	82	79	73	66	75	70	76	74	73	72
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>16.844</b>	<b>16.949</b>	<b>16.967</b>	<b>17.215</b>	<b>17.344</b>	<b>17.792</b>	<b>18.713</b>	<b>19.069</b>	<b>19.670</b>	<b>20.221</b>	<b>20.054</b>
<b>2. Buchmarkt</b>												
18.14	Buchbinderei etc.	437	423	409	393	390	380	372	349	338	320	308
47.61	Einzelhandel mit Büchern	1.667	1.680	1.646	1.625	1.572	1.554	1.467	1.467	1.409	1.374	1.305
47.79.2	Antiquariate	328	319	302	273	298	308	317	279	277	257	248
58.11	Buchverlage	2.348	2.420	2.462	2.489	2.454	2.424	2.334	2.350	2.295	2.228	2.131
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	2.880	3.065	3.332	3.729	4.028	4.571	5.124	5.619	6.139	6.337	6.351
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	14.052	14.568	15.066	15.856	16.095	16.673	17.225	17.738	18.318	18.525	18.478
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>21.712</b>	<b>22.475</b>	<b>23.217</b>	<b>24.365</b>	<b>24.837</b>	<b>25.910</b>	<b>26.839</b>	<b>27.802</b>	<b>28.776</b>	<b>29.041</b>	<b>28.821</b>
<b>3. Kunstmarkt</b>												
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	6.409	6.055	5.885	5.734	5.614	5.456	5.312	5.143	4.990	4.809	4.647
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	1.458	1.416	1.380	1.333	1.299	1.267	1.230	1.161	1.118	1.069	1.024
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	18.260	18.458	18.862	19.408	19.450	19.704	19.890	20.428	20.647	21.148	21.026
91.02	Museumshops etc.	628	533	504	440	432	399	381	373	348	333	326
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>26.755</b>	<b>26.462</b>	<b>26.631</b>	<b>26.915</b>	<b>26.795</b>	<b>26.826</b>	<b>26.813</b>	<b>27.105</b>	<b>27.103</b>	<b>27.359</b>	<b>27.023</b>
<b>4. Filmwirtschaft</b>												
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	267	272	312	350	369	387	402	418	395	411	402
59.11	Film-/TV-Produktion	5.931	5.804	5.625	5.461	5.318	5.206	5.331	5.405	5.489	5.625	5.809
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	774	837	847	882	945	971	1.023	1.066	1.149	1.172	1.196
59.13	Filmverleih und -vertrieb	563	504	481	450	456	417	403	370	347	337	334
59.14	Kinos	217	207	198	192	176	170	162	165	163	162	161
77.22	Videotheken	603	543	493	433	362	286	263	188	143	122	93
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	21.052	21.826	23.023	24.248	24.758	25.769	27.076	28.402	29.880	30.779	30.589
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>29.407</b>	<b>29.993</b>	<b>30.979</b>	<b>32.016</b>	<b>32.384</b>	<b>33.206</b>	<b>34.660</b>	<b>36.014</b>	<b>37.566</b>	<b>38.608</b>	<b>38.583</b>

Anmerkung: \*Werte basieren auf Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021b; eigene Berechnungen Goldmedia



## Mini-Selbständige nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (2), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	2018*	2019*	2020*
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>												
60.10	Hörfunkveranstaltende	190	194	177	167	164	154	147	142	144	139	136
60.20	Fernsehveranstaltende	59	61	53	56	59	66	67	65	67	71	74
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	21.608	21.669	21.768	22.054	22.310	22.493	22.927	21.939	21.804	21.597	21.265
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>21.857</b>	<b>21.924</b>	<b>21.998</b>	<b>22.277</b>	<b>22.533</b>	<b>22.713</b>	<b>23.141</b>	<b>22.146</b>	<b>22.015</b>	<b>21.807</b>	<b>21.475</b>
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>												
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	1.898	2.036	2.390	2.669	2.824	3.141	3.495	3.647	3.985	4.314	4.242
90.01.1	Theaterensembles	182	176	207	244	259	272	288	317	333	369	368
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	755	785	829	877	892	940	955	1.066	1.050	1.111	1.046
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	21.052	21.826	23.023	24.248	24.758	25.769	27.076	28.402	29.880	30.779	30.589
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	2.852	3.016	3.034	3.047	3.077	3.153	3.340	3.482	3.627	3.718	3.670
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	1.008	980	953	904	859	878	863	855	824	803	793
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	102	82	79	73	66	75	70	76	74	73	72
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöfen	158	148	132	137	136	122	123	118	111	111	103
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>28.007</b>	<b>29.049</b>	<b>30.647</b>	<b>32.199</b>	<b>32.871</b>	<b>34.350</b>	<b>36.210</b>	<b>37.963</b>	<b>39.884</b>	<b>41.278</b>	<b>40.883</b>
<b>7. Designwirtschaft</b>												
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	1.935	1.942	1.942	1.991	1.997	1.989	1.971	1.957	1.930	1.918	1.896
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	2.519	2.730	2.780	2.902	2.955	3.061	3.083	3.072	3.076	3.098	3.078
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	15.260	14.212	13.471	12.922	12.256	11.989	11.938	11.713	11.530	11.220	10.965
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	3.051	3.682	4.224	4.736	4.998	5.360	5.849	5.866	6.178	6.327	6.135
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	9.191	10.756	12.307	14.252	15.302	16.576	17.847	18.436	19.180	19.818	19.086
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	9.449	8.491	7.885	7.439	6.926	6.649	6.475	6.368	6.190	5.956	5.875
74.20.1	Selbständige Fotografinnen/Fotografen	9.844	10.511	11.337	12.585	13.260	14.010	15.067	15.488	16.277	17.027	16.719
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>51.249</b>	<b>52.324</b>	<b>53.946</b>	<b>56.827</b>	<b>57.694</b>	<b>59.634</b>	<b>62.230</b>	<b>62.900</b>	<b>64.361</b>	<b>65.364</b>	<b>63.754</b>
<b>8. Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	16.626	15.639	14.928	14.489	13.827	13.182	12.665	12.464	12.122	11.727	11.475
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	2.519	2.730	2.780	2.902	2.955	3.061	3.083	3.072	3.076	3.098	3.078
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	3.029	2.980	2.857	2.841	2.815	2.783	2.665	2.713	2.650	2.600	2.557
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	2.031	1.935	1.872	1.867	1.741	1.701	1.692	1.665	1.659	1.669	1.675
90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	1.099	1.175	1.164	1.222	1.240	1.244	1.266	1.289	1.278	1.290	1.278
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>25.304</b>	<b>24.459</b>	<b>23.601</b>	<b>23.321</b>	<b>22.578</b>	<b>21.971</b>	<b>21.371</b>	<b>21.203</b>	<b>20.785</b>	<b>20.384</b>	<b>20.062</b>

Anmerkung: \*Werte basieren auf Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021b; eigene Berechnungen Goldmedia

## Mini-Selbständige nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (3), 2010 bis 2020\*

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	2018*	2019*	2020*
<b>9. Pressemarkt</b>												
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	2.361	2.208	2.094	2.051	2.067	2.113	2.146	2.231	2.256	2.228	2.222
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	74	70	75	71	61	66	68	62	62	60	51
58.13	Verlegen von Zeitungen	226	247	251	229	238	240	235	232	224	210	209
58.14	Verlegen von Zeitschriften	694	709	690	676	671	673	661	641	621	593	562
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	2.569	2.392	2.310	2.225	2.164	2.206	2.146	2.072	1.993	1.926	1.893
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	1.083	1.068	970	876	804	802	824	742	740	714	690
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	21.608	21.669	21.768	22.054	22.310	22.493	22.927	21.939	21.804	21.597	21.265
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>28.615</b>	<b>28.363</b>	<b>28.158</b>	<b>28.182</b>	<b>28.315</b>	<b>28.593</b>	<b>29.007</b>	<b>27.919</b>	<b>27.700</b>	<b>27.328</b>	<b>26.891</b>
<b>10. Werbemarkt</b>												
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	30.520	28.423	26.941	25.844	24.512	23.978	23.876	23.426	23.060	22.441	21.932
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.119	1.216	1.225	1.257	1.271	1.394	1.519	1.526	1.577	1.630	1.635
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>31.639</b>	<b>29.639</b>	<b>28.166</b>	<b>27.101</b>	<b>25.783</b>	<b>25.372</b>	<b>25.395</b>	<b>24.952</b>	<b>24.637</b>	<b>24.071</b>	<b>23.567</b>
<b>11. Software-/Games-Industrie</b>												
58.21	Verlegen von Computerspielen	362	338	305	282	285	293	290	280	288	287	295
58.29	Verlegen von sonstiger Software	475	538	563	560	572	562	628	662	694	705	708
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	13.429	13.815	14.216	15.036	15.581	16.169	16.659	17.030	17.619	17.747	18.155
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	15.620	15.848	16.659	17.538	18.587	19.880	21.129	21.728	22.899	23.936	25.264
63.12	Webportale	757	988	1.194	1.338	1.420	1.574	1.848	1.913	2.014	2.080	2.135
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>30.643</b>	<b>31.527</b>	<b>32.937</b>	<b>34.754</b>	<b>36.445</b>	<b>38.478</b>	<b>40.554</b>	<b>41.613</b>	<b>43.514</b>	<b>44.755</b>	<b>46.557</b>
<b>12. Sonstige</b>												
32.11	Herstellung von Münzen	22	21	18	15	16	19	16	17	17	17	17
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	480	540	625	708	747	796	881	876	952	1.003	990
74.20.2	Fotolabors	385	352	348	326	282	283	270	254	250	223	209
74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	8.566	8.434	8.523	8.658	8.674	8.820	9.172	9.381	9.254	9.072	8.867
91.01	Bibliotheken und Archive	140	129	119	104	91	93	92	88	84	82	80
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	91	79	72	77	80	80	83	83	83	88	93
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	165	145	108	108	98	88	93	92	90	89	91
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>9.849</b>	<b>9.700</b>	<b>9.813</b>	<b>9.996</b>	<b>9.988</b>	<b>10.179</b>	<b>10.607</b>	<b>10.791</b>	<b>10.730</b>	<b>10.574</b>	<b>10.347</b>
	Summe mit Doppelzählung	321.881	322.864	327.060	335.168	337.567	345.024	355.540	359.477	366.741	370.790	368.016
	Doppelte Wirtschaftszweige	64.668	64.787	65.420	66.500	66.650	67.805	69.699	69.957	71.210	71.699	70.834
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>257.213</b>	<b>258.077</b>	<b>261.640</b>	<b>268.668</b>	<b>270.917</b>	<b>277.219</b>	<b>285.841</b>	<b>289.520</b>	<b>295.531</b>	<b>299.091</b>	<b>297.182</b>
	<b>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</b>	<b>10,47 %</b>	<b>10,09 %</b>	<b>9,88 %</b>	<b>9,80 %</b>	<b>9,86 %</b>	<b>9,93 %</b>	<b>10,17 %</b>	<b>10,20 %</b>	<b>10,32 %</b>	<b>10,36 %</b>	<b>10,32 %</b>

Anmerkung: \*Werte basieren auf Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021b; eigene Berechnungen Goldmedia

## Umsatzgrößenklassen

### Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2019

Teilmarkt	Unternehmenstyp	Größenklassen	Unternehmen		Umsatz	
			Anzahl	Anteil (in %)	in Mio. EUR	Anteil (in %)
<b>1. Musikwirtschaft</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	14.555	96,4%	2.443.980	27,2%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	377	2,5%	1.551.477	17,3%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	67	0,4%	1.160.516	12,9%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	0	0,0%	0	0,0%
	nicht zuordenbar		96	0,6%	3.815.158	42,5%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>15.095</b>	<b>100,0%</b>	<b>8.971.131</b>	<b>100,0%</b>
<b>2. Buchmarkt</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	16.910	97,4%	2.744.775	17,1%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	322	1,9%	1.315.050	8,2%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	47	0,3%	704.478	4,4%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	10	0,1%	1.716.748	10,7%
	nicht zuordenbar		79	0,5%	9.590.449	59,7%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>17.368</b>	<b>100,0%</b>	<b>16.071.500</b>	<b>100,0%</b>
<b>3. Kunstmarkt</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	12.525	98,8%	1.294.637	54,8%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	99	0,8%	349.949	14,8%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	15	0,1%	221.490	9,4%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	0	0,0%	0	0,0%
	nicht zuordenbar		34	0,3%	495.725	21,0%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>12.672</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.361.802</b>	<b>100,0%</b>
<b>4. Filmwirtschaft</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	20.029	97,0%	2.965.583	29,6%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	446	2,2%	1.742.185	17,4%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	94	0,5%	1.661.750	16,6%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	13	0,1%	1.649.058	16,5%
	nicht zuordenbar		74	0,4%	1.992.302	19,9%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>20.656</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.010.877</b>	<b>100,0%</b>
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	16.993	99,2%	1.328.839	14,1%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	80	0,5%	322.002	3,4%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	19	0,1%	313.714	3,3%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	0	0,0%	0	0,0%
	nicht zuordenbar		31	0,2%	7.449.949	79,1%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>17.123</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.414.504</b>	<b>100,0%</b>
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	21.031	98,2%	2.530.492	42,2%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	311	1,5%	1.251.367	20,9%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	51	0,2%	815.442	13,6%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	0	0,0%	0	0,0%
	nicht zuordenbar		34	0,2%	1.395.841	23,3%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>21.427</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.993.141</b>	<b>100,0%</b>
<b>7. Designwirtschaft</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	59.784	98,2%	8.015.564	38,1%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	891	1,5%	3.545.988	16,9%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	154	0,3%	3.061.248	14,6%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	34	0,1%	6.116.973	29,1%
	nicht zuordenbar		29	0,0%	288.275	1,4%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>60.891</b>	<b>100,0%</b>	<b>21.028.049</b>	<b>100,0%</b>

Teilmarkt	Unternehmenstyp	Größenklassen	Unternehmen		Umsatz	
			Anzahl	Anteil (in %)	in Mio. EUR	Anteil (in %)
<b>8. Architekturmarkt</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	37.401	97,7%	8.050.872	64,0%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	791	2,1%	2.756.907	21,9%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	46	0,1%	658.450	5,2%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	0	0,0%	0	0,0%
	nicht zuordenbar		59	0,2%	1.108.343	8,8%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>38.297</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.574.572</b>	<b>100,0%</b>
<b>9. Pressemarkt</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	29.913	96,4%	4.972.880	17,8%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	790	2,5%	3.334.022	11,9%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	211	0,7%	4.826.190	17,3%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	92	0,3%	14.324.607	51,3%
	nicht zuordenbar		28	0,1%	488.616	1,7%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>31.034</b>	<b>100,0%</b>	<b>27.946.316</b>	<b>100,0%</b>
<b>10. Werbemarkt</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	27.417	94,8%	6.144.528	20,1%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	1.197	4,1%	4.794.143	15,7%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	230	0,8%	4.764.539	15,6%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	80	0,3%	14.915.383	48,7%
	nicht zuordenbar		0	0,0%	0	0,0%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>28.924</b>	<b>100,0%</b>	<b>30.618.592</b>	<b>100,0%</b>
<b>11. Software-/ Games-Industrie</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	39.025	93,4%	8.875.409	17,5%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	2.113	5,1%	9.034.221	17,8%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	547	1,3%	10.983.565	21,7%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	94	0,2%	21.379.275	42,2%
	nicht zuordenbar		15	0,0%	377.390	0,7%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>41.794</b>	<b>100,0%</b>	<b>50.649.860</b>	<b>100,0%</b>
<b>12. Sonstige</b>						
	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	7.861	98,9%	746.415	53,5%
	Kleine Unternehmen	von 2 bis 10 Mio. Euro	36	0,5%	151.639	10,9%
	Mittlere Unternehmen	über 10 bis 50 Mio. Euro	10	0,1%	153.899	11,0%
	Großunternehmen	über 50 Mio. Euro	0	0,0%	0	0,0%
	nicht zuordenbar		43	0,5%	344.126	24,6%
	<b>Alle Unternehmenstypen</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>7.950</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.396.078</b>	<b>100,0%</b>

Anmerkung: Die Gruppe „nicht zuordenbar“ entsteht aufgrund von datenschutzrechtlichen Geheimhaltungen in der Umsatzsteuerstatistik nach Größenklassen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Frauenanteil (SVB) nach Wirtschaftszweig

## Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (1), 2010 bis 2020 (in %)

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>1. Musikwirtschaft</b>												
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	29,4	29,6	30,0	29,9	30,0	30,6	31,1	31,2	31,7	32,2	32,4
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	32,5	32,3	31,0	30,9	30,3	30,4	30,4	30,6	30,1	31,1	31,5
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	32,9	31,9	33,0	32,7	33,7	33,5	32,0	31,8	32,4	30,1	31,1
59.20.1	Tonstudios etc.	35,9	36,5	37,8	39,9	38,2	38,3	37,7	37,5	35,5	35,2	33,2
59.20.2	Tonträgerverlage	38,9	39,9	39,1	51,9	51,8	51,5	48,5	48,8	51,0	53,0	53,6
59.20.3	Musikverlage	57,4	56,7	56,2	56,0	53,8	53,5	52,4	52,3	52,3	51,7	51,3
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	40,6	40,6	41,6	41,7	42,4	42,4	43,3	44,2	44,5	44,6	45,1
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	31,5	30,6	30,0	31,0	30,0	29,4	28,4	28,5	27,9	27,0	27,7
90.03.1	Selbständige Musikerinnen/Musiker etc.	60,8	58,8	56,7	55,7	56,0	54,4	51,4	52,5	53,1	51,5	51,7
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter	52,9	52,2	50,6	50,0	51,1	51,8	51,3	51,4	51,0	51,6	51,9
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	43,1	43,4	43,7	43,8	44,3	44,6	44,7	45,0	45,4	45,8	46,0
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>39,5</b>	<b>39,3</b>	<b>38,7</b>	<b>40,1</b>	<b>40,1</b>	<b>40,2</b>	<b>39,8</b>	<b>40,1</b>	<b>39,9</b>	<b>40,0</b>	<b>40,3</b>
<b>2. Buchmarkt</b>												
18.14	Buchbinderei etc.	39,9	40,0	40,1	39,7	40,8	42,0	42,3	42,6	42,6	43,2	43,1
47.61	Einzelhandel mit Büchern	78,3	75,8	76,0	75,5	75,3	80,0	80,0	79,8	80,4	80,4	80,1
47.79.2	Antiquariate	61,2	61,8	59,1	61,4	60,6	59,0	60,0	55,8	55,9	59,0	55,7
58.11	Buchverlage	64,7	65,6	65,7	66,0	67,0	67,1	67,4	67,5	67,8	67,8	67,5
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	68,0	67,9	68,9	68,5	67,9	68,4	68,0	67,9	66,3	66,0	67,1
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	73,8	77,7	77,3	76,4	71,1	66,6	59,2	61,2	59,3	62,5	61,1
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>66,0</b>	<b>66,0</b>	<b>66,0</b>	<b>66,1</b>	<b>66,3</b>	<b>67,9</b>	<b>68,0</b>	<b>68,0</b>	<b>67,9</b>	<b>68,3</b>	<b>68,3</b>
<b>3. Kunstmarkt</b>												
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	74,8	73,8	74,0	72,7	72,6	72,5	72,5	71,4	71,0	70,5	70,0
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	47,8	47,8	47,1	47,7	48,0	48,0	47,2	47,3	46,7	45,1	45,3
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	49,0	47,7	47,0	49,7	50,2	49,0	49,7	49,9	49,6	50,3	49,6
91.02	Museumshops etc.	58,4	59,0	59,0	59,3	58,9	59,3	59,4	59,7	59,6	60,1	60,0
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>59,0</b>	<b>57,8</b>	<b>57,5</b>	<b>58,0</b>	<b>58,3</b>	<b>58,5</b>	<b>58,6</b>	<b>58,5</b>	<b>58,1</b>	<b>57,8</b>	<b>57,4</b>
<b>4. Filmwirtschaft</b>												
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	32,9	31,9	33,0	32,7	33,7	33,5	32,0	31,8	32,4	30,1	31,1
59.11	Film-/TV-Produktion	45,9	45,8	45,9	45,8	45,5	45,3	45,2	45,3	45,3	46,0	45,7
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	40,4	41,5	41,6	41,8	41,5	42,7	40,9	42,4	43,3	42,8	43,4
59.13	Filmverleih und -vertrieb	52,6	52,1	52,4	51,7	51,6	53,2	53,0	53,2	53,4	54,4	54,5
59.14	Kinos	45,3	45,5	46,2	46,4	48,0	48,6	49,2	49,0	48,2	48,4	47,7
77.22	Videotheken	53,7	54,1	54,0	53,1	53,1	52,1	51,5	50,1	49,7	47,9	47,4
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	64,9	63,8	63,1	65,2	64,5	64,9	64,2	62,8	60,5	62,0	60,2
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>45,8</b>	<b>45,9</b>	<b>46,1</b>	<b>46,2</b>	<b>46,3</b>	<b>46,5</b>	<b>46,3</b>	<b>46,4</b>	<b>46,3</b>	<b>46,7</b>	<b>46,4</b>

## Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (2), 2010 bis 2020 (in %)

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>												
60.10	Hörfunkveranstaltende	48,4	48,6	48,7	48,8	48,9	49,6	49,4	49,5	49,5	50,0	50,2
60.20	Fernsehveranstaltende	48,2	48,1	48,0	48,2	48,9	49,1	48,5	49,0	49,2	49,6	49,9
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefoto- grafinnen/Pressefotografen	66,6	66,4	66,1	68,6	68,7	67,9	63,6	61,9	60,3	61,1	62,1
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>49,1</b>	<b>49,1</b>	<b>49,2</b>	<b>49,4</b>	<b>49,6</b>	<b>50,0</b>	<b>49,7</b>	<b>49,8</b>	<b>49,9</b>	<b>50,3</b>	<b>50,6</b>
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>												
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	66,2	65,6	65,9	66,6	67,2	67,2	66,8	66,9	66,2	66,6	67,0
90.01.1	Theaterensembles	46,1	46,2	46,3	46,7	46,7	46,8	46,7	46,4	47,0	47,4	47,8
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	26,9	27,4	28,5	28,7	27,0	27,6	28,2	30,2	36,6	39,9	41,5
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	64,9	63,8	63,1	65,2	64,5	64,9	64,2	62,8	60,5	62,0	60,2
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	31,5	30,6	30,0	31,0	30,0	29,4	28,4	28,5	27,9	27,0	27,7
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	52,9	52,2	50,6	50,0	51,1	51,8	51,3	51,4	51,0	51,6	51,9
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	43,1	43,4	43,7	43,8	44,3	44,6	44,7	45,0	45,4	45,8	46,0
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	49,3	50,9	52,0	53,7	50,7	51,7	50,8	50,3	50,6	49,1	51,4
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>47,3</b>	<b>47,0</b>	<b>46,8</b>	<b>47,5</b>	<b>47,6</b>	<b>47,6</b>	<b>46,9</b>	<b>47,0</b>	<b>46,5</b>	<b>46,5</b>	<b>47,4</b>
<b>7. Designwirtschaft</b>												
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	52,6	60,8	61,8	61,9	61,7	62,0	62,2	62,7	63,0	63,1	63,1
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	61,6	61,6	62,2	61,3	61,6	62,5	61,8	61,8	60,4	61,6	59,9
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	55,1	54,9	55,0	55,0	54,8	54,9	54,6	54,4	54,5	54,5	54,1
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	54,8	54,5	53,3	54,8	54,2	50,6	49,7	51,3	51,0	50,9	50,8
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	56,5	56,7	56,7	55,7	54,4	54,5	54,8	54,2	54,6	54,3	53,9
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	50,8	50,7	51,2	50,4	50,4	51,1	50,0	50,2	50,5	49,6	49,8
74.20.1	Selbständige Fotografinnen/Fotografen	67,7	68,6	68,9	69,1	69,6	69,1	68,6	68,2	67,4	66,0	65,1
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>56,2</b>	<b>57,1</b>	<b>57,3</b>	<b>57,2</b>	<b>57,0</b>	<b>56,8</b>	<b>56,4</b>	<b>56,3</b>	<b>56,2</b>	<b>56,0</b>	<b>55,6</b>
<b>8. Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	55,1	55,3	55,8	55,9	56,3	56,2	56,5	56,3	56,3	56,1	55,8
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	61,6	61,6	62,2	61,3	61,6	62,5	61,8	61,8	60,4	61,6	59,9
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	51,6	51,3	52,1	52,8	53,2	53,2	53,8	53,5	54,2	55,1	54,7
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	54,9	57,6	58,3	58,8	58,4	59,0	59,2	59,1	59,5	59,7	59,8
90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	40,5	40,3	38,8	39,9	39,2	39,9	39,1	40,2	41,1	40,0	40,6
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>54,5</b>	<b>54,8</b>	<b>55,4</b>	<b>55,7</b>	<b>56,0</b>	<b>56,1</b>	<b>56,3</b>	<b>56,1</b>	<b>56,2</b>	<b>56,2</b>	<b>55,9</b>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (3), 2010 bis 2020 (in %)

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>9. Pressemarkt</b>												
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	69,4	69,4	69,9	69,6	70,3	70,8	71,0	70,9	70,4	70,0	69,7
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	68,9	67,7	67,8	67,7	66,7	66,1	66,0	64,1	63,5	64,3	62,7
58.13	Verlegen von Zeitungen	50,9	51,1	51,3	51,6	51,7	51,4	52,0	52,1	52,4	52,5	52,8
58.14	Verlegen von Zeitschriften	59,3	59,4	59,9	59,9	60,5	60,8	61,0	60,7	60,8	61,1	61,2
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	56,5	56,2	56,9	57,1	57,3	57,6	57,4	57,9	58,4	58,6	58,8
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	50,1	49,8	50,3	50,2	50,8	50,1	50,0	48,9	49,0	49,1	48,9
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefoto- grafinnen/Pressefotografen	66,6	66,4	66,1	68,6	68,7	67,9	63,6	61,9	60,3	61,1	62,1
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>57,4</b>	<b>57,4</b>	<b>57,8</b>	<b>57,8</b>	<b>58,1</b>	<b>58,1</b>	<b>58,2</b>	<b>57,9</b>	<b>57,9</b>	<b>58,0</b>	<b>58,0</b>
<b>10. Werbemarkt</b>												
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	55,1	54,9	55,0	55,0	54,8	54,9	54,6	54,4	54,5	54,5	54,1
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	54,6	53,0	53,6	53,5	53,3	54,1	54,4	54,3	54,2	53,5	52,5
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>55,1</b>	<b>54,8</b>	<b>54,9</b>	<b>54,9</b>	<b>54,7</b>	<b>54,8</b>	<b>54,6</b>	<b>54,4</b>	<b>54,5</b>	<b>54,4</b>	<b>54,0</b>
<b>11. Software-/Games-Industrie</b>												
58.21	Verlegen von Computerspielen	30,0	29,5	29,0	24,6	25,3	24,9	25,8	25,0	25,3	27,4	25,7
58.29	Verlegen von sonstiger Software	25,3	25,8	26,0	26,3	26,6	26,2	26,4	26,6	27,6	28,3	28,9
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	31,2	31,0	31,2	32,1	32,1	32,2	33,7	34,5	34,9	35,6	35,9
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	25,6	25,4	25,3	25,5	25,3	25,4	25,6	25,7	26,0	26,5	26,8
63.12	Webportale	42,1	41,9	42,1	41,2	41,5	42,9	42,7	42,4	43,8	43,5	43,8
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>26,4</b>	<b>26,4</b>	<b>26,4</b>	<b>26,7</b>	<b>26,6</b>	<b>26,9</b>	<b>27,4</b>	<b>27,7</b>	<b>28,2</b>	<b>28,7</b>	<b>29,0</b>
<b>12. Sonstige</b>												
32.11	Herstellung von Münzen	40,6	41,4	40,4	40,2	41,9	40,4	41,1	41,7	41,9	43,0	42,0
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	60,7	59,4	59,0	57,1	58,6	60,9	61,0	58,8	58,9	58,1	58,7
74.20.2	Fotolabors	56,5	55,8	54,6	54,2	53,3	52,8	54,1	53,6	53,0	51,9	51,1
74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	74,3	70,5	64,5	67,4	69,8	73,4	63,1	64,0	64,6	68,8	69,0
91.01	Bibliotheken und Archive	71,1	71,6	71,2	70,5	70,1	69,7	69,8	68,3	68,1	68,2	67,8
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	46,3	48,0	48,9	49,5	49,9	51,4	51,2	49,3	50,2	48,6	49,0
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	45,5	46,2	46,2	46,5	47,2	47,8	47,9	48,5	49,3	50,3	50,5
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>57,7</b>	<b>57,2</b>	<b>56,0</b>	<b>55,6</b>	<b>55,6</b>	<b>55,5</b>	<b>55,9</b>	<b>55,7</b>	<b>55,5</b>	<b>55,5</b>	<b>55,0</b>
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>46,2</b>	<b>45,9</b>	<b>45,4</b>	<b>45,1</b>	<b>44,7</b>	<b>44,6</b>	<b>44,3</b>	<b>44,0</b>	<b>43,7</b>	<b>43,6</b>	<b>43,2</b>
	<b>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</b>	<b>45,8</b>	<b>45,8</b>	<b>45,9</b>	<b>46,1</b>	<b>46,2</b>	<b>46,4</b>	<b>46,4</b>	<b>46,3</b>	<b>46,2</b>	<b>46,2</b>	<b>46,3</b>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia

## Frauenanteil (GB) nach Wirtschaftszweig

## Frauenanteil bei geringfügig Beschäftigten nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (1), 2010 bis 2020 (in %)

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>1. Musikwirtschaft</b>												
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	59,6	59,0	57,8	59,3	57,9	55,3	55,1	56,6	56,6	53,3	54,3
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	56,5	56,1	55,7	53,3	55,4	52,4	52,9	51,2	51,2	50,8	50,2
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	48,3	53,0	50,2	48,4	53,9	50,2	46,7	44,4	44,2	44,7	40,8
59.20.1	Tonstudios etc.	59,7	58,2	56,8	59,7	58,6	57,0	59,2	59,9	59,9	60,8	59,5
59.20.2	Tonträgerverlage	66,5	61,6	62,9	58,4	59,4	57,7	53,5	54,9	55,4	59,1	57,6
59.20.3	Musikverlage	66,6	65,7	63,3	62,0	62,4	66,1	67,7	61,9	63,0	62,6	66,8
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	46,4	46,1	47,8	48,7	50,6	49,5	50,7	53,4	52,2	50,8	53,1
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	39,1	40,4	37,1	38,0	37,6	35,6	36,4	36,1	35,0	34,2	34,7
90.03.1	Selbständige Musikerinnen/Musiker etc.	77,4	76,4	68,1	72,2	76,6	75,0	75,2	77,0	75,0	75,8	73,7
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter	53,9	53,2	53,8	52,6	54,5	53,9	54,6	56,0	55,9	56,3	57,8
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	58,8	59,4	59,7	59,1	58,9	58,6	58,4	58,4	59,7	60,3	62,5
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>52,9</b>	<b>52,6</b>	<b>51,8</b>	<b>51,0</b>	<b>51,8</b>	<b>50,1</b>	<b>50,3</b>	<b>50,3</b>	<b>49,6</b>	<b>49,0</b>	<b>50,0</b>
<b>2. Buchmarkt</b>												
18.14	Buchbinderei etc.	63,9	63,4	63,0	60,3	61,8	61,6	57,2	58,4	59,9	59,1	60,0
47.61	Einzelhandel mit Büchern	82,7	82,4	82,6	82,8	82,8	82,2	82,0	80,5	81,0	80,6	80,5
47.79.2	Antiquariate	74,1	72,6	69,3	72,2	67,3	68,7	64,7	60,6	60,0	62,5	65,0
58.11	Buchverlage	65,5	64,8	64,9	66,8	67,2	66,3	67,8	66,9	66,7	67,0	65,5
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	72,4	72,0	70,7	69,5	67,6	66,9	67,4	66,3	65,1	64,5	63,5
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	82,5	78,3	81,0	79,9	78,4	77,4	77,4	76,3	74,7	73,8	73,1
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>74,9</b>	<b>74,2</b>	<b>74,1</b>	<b>74,3</b>	<b>74,2</b>	<b>73,8</b>	<b>72,7</b>	<b>72,0</b>	<b>72,5</b>	<b>72,4</b>	<b>72,4</b>
<b>3. Kunstmarkt</b>												
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	82,6	81,9	81,8	81,5	81,1	81,2	80,2	80,3	79,4	79,5	79,7
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	59,6	59,1	56,9	55,9	57,3	58,5	59,1	58,0	57,4	57,5	57,3
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	61,8	63,0	63,1	61,1	59,3	61,4	60,5	60,2	61,3	60,2	61,4
91.02	Museumshops etc.	64,7	63,0	63,4	64,0	63,7	63,9	63,5	63,2	64,0	63,6	63,5
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>70,1</b>	<b>69,6</b>	<b>69,0</b>	<b>68,0</b>	<b>68,1</b>	<b>68,8</b>	<b>68,3</b>	<b>68,2</b>	<b>67,8</b>	<b>67,6</b>	<b>67,4</b>
<b>4. Filmwirtschaft</b>												
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	48,3	53,0	50,2	48,4	53,9	50,2	46,7	44,4	44,2	44,7	40,8
59.11	Film-/TV-Produktion	55,2	54,4	56,2	55,6	55,4	54,7	54,1	54,2	57,6	56,7	56,0
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	53,1	54,4	55,8	57,6	57,9	57,3	59,9	57,1	59,9	61,9	64,2
59.13	Filmverleih und -vertrieb	57,3	60,7	59,3	57,4	55,6	56,8	53,1	55,4	57,2	52,9	56,2
59.14	Kinos	56,8	57,4	57,3	57,6	57,5	57,3	57,1	56,6	56,5	56,8	56,9
77.22	Videotheken	60,9	60,6	59,1	59,0	57,9	57,1	57,5	56,3	54,5	53,1	53,3
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	60,1	61,2	63,5	62,3	60,3	60,6	60,0	59,4	59,7	58,2	61,3
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>57,4</b>	<b>57,8</b>	<b>57,7</b>	<b>57,7</b>	<b>57,3</b>	<b>57,0</b>	<b>56,7</b>	<b>56,2</b>	<b>56,8</b>	<b>56,7</b>	<b>56,9</b>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia. Daten für 2019 abweichend zur Vorgängerstudie aufgrund aktualisierter Datenlage.



## Frauenanteil bei geringfügig Beschäftigten nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (2), 2010 bis 2020 (in %)

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>5. Rundfunkwirtschaft</b>												
60.10	Hörfunkveranstaltende	55,6	59,8	59,7	58,4	57,5	60,0	57,4	57,9	59,0	59,3	56,5
60.20	Fernsehveranstaltende	48,0	48,4	48,6	54,6	52,6	56,4	52,5	51,9	51,9	52,9	50,1
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	75,5	72,7	74,2	71,7	72,1	71,5	71,9	73,2	71,8	73,0	70,4
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>64,6</b>	<b>65,5</b>	<b>65,9</b>	<b>64,6</b>	<b>63,7</b>	<b>64,8</b>	<b>63,1</b>	<b>63,4</b>	<b>63,5</b>	<b>64,4</b>	<b>61,1</b>
<b>6. Markt für Darstellende Künste</b>												
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	67,4	66,6	67,4	67,5	68,7	69,0	69,5	70,0	70,2	70,9	71,0
90.01.1	Theaterensembles	57,5	59,9	60,6	60,0	61,8	62,5	60,7	60,2	61,1	62,5	60,9
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	59,1	57,1	52,6	54,4	49,5	58,5	60,3	56,3	58,1	57,7	56,0
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler	60,1	61,2	63,5	62,3	60,3	60,6	60,0	59,4	59,7	58,2	61,3
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	39,1	40,4	37,1	38,0	37,6	35,6	36,4	36,1	35,0	34,2	34,7
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	53,9	53,2	53,8	52,6	54,5	53,9	54,6	56,0	55,9	56,3	57,8
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	58,8	59,4	59,7	59,1	58,9	58,6	58,4	58,4	59,7	60,3	62,5
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöfen	64,5	61,3	62,2	64,1	65,9	64,9	64,1	64,3	62,7	62,6	64,0
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>57,4</b>	<b>57,0</b>	<b>57,2</b>	<b>57,0</b>	<b>57,7</b>	<b>57,0</b>	<b>57,3</b>	<b>57,4</b>	<b>57,0</b>	<b>57,1</b>	<b>59,5</b>
<b>7. Designwirtschaft</b>												
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	73,6	72,9	73,9	74,4	73,7	72,3	72,7	72,5	72,0	73,2	72,4
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	71,2	70,9	68,0	68,8	67,9	68,9	69,6	68,8	69,3	69,6	68,0
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	52,3	52,2	51,9	52,0	51,2	50,5	50,1	49,7	49,2	49,0	49,1
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	71,4	70,3	71,2	71,6	70,5	68,4	69,1	67,5	68,4	67,0	65,4
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	65,6	65,4	64,7	64,7	66,5	63,8	65,0	64,9	65,7	68,4	68,9
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	65,1	64,0	65,0	64,3	63,8	63,4	62,1	62,6	61,7	62,9	60,9
74.20.1	Selbständige Fotografinnen/Fotografen	73,7	73,0	73,0	72,1	73,1	73,3	72,9	71,9	70,9	70,5	71,6
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>55,2</b>	<b>55,2</b>	<b>55,1</b>	<b>55,3</b>	<b>54,5</b>	<b>54,2</b>	<b>53,5</b>	<b>53,2</b>	<b>52,8</b>	<b>52,9</b>	<b>52,9</b>
<b>8. Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	74,5	74,4	73,6	72,8	72,3	71,9	71,4	70,5	70,1	69,2	69,0
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	71,2	70,9	68,0	68,8	67,9	68,9	69,6	68,8	69,3	69,6	68,0
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	66,7	63,9	66,6	64,8	65,1	65,1	63,9	63,9	63,9	61,7	63,5
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	68,1	68,6	69,2	71,3	68,9	68,0	67,7	68,1	68,0	65,3	64,9
90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	58,4	60,7	58,9	55,8	51,0	54,5	56,0	56,4	54,9	54,6	53,6
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>73,0</b>	<b>72,8</b>	<b>72,3</b>	<b>71,6</b>	<b>70,9</b>	<b>70,6</b>	<b>70,3</b>	<b>69,6</b>	<b>69,2</b>	<b>68,2</b>	<b>68,0</b>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia. Daten für 2019 abweichend zur Vorgängerstudie aufgrund aktualisierter Datenlage.

## Frauenanteil bei geringfügig Beschäftigten nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (3), 2010 bis 2020 (in %)

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>9. Pressemarkt</b>												
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	77,2	77,1	77,0	76,7	76,3	75,7	76,5	74,3	74,5	74,5	74,1
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	65,1	63,2	66,5	67,6	66,1	64,8	61,4	63,4	64,6	62,9	63,3
58.13	Verlegen von Zeitungen	49,2	48,9	48,2	48,0	47,2	46,9	46,2	45,2	45,2	45,1	44,9
58.14	Verlegen von Zeitschriften	54,2	53,8	52,7	53,4	54,5	53,9	54,7	53,7	53,2	53,5	53,8
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	51,5	50,4	50,0	49,5	51,7	56,0	55,5	53,4	52,9	52,5	53,2
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	58,2	58,1	54,9	57,0	56,6	55,7	58,1	56,7	56,5	56,9	56,0
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen	75,5	72,7	74,2	71,7	72,1	71,5	71,9	73,2	71,8	73,0	70,4
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>54,9</b>	<b>54,3</b>	<b>53,7</b>	<b>53,5</b>	<b>54,1</b>	<b>54,5</b>	<b>54,3</b>	<b>53,5</b>	<b>53,3</b>	<b>52,8</b>	<b>52,6</b>
<b>10. Werbemarkt</b>												
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	52,3	52,2	51,9	52,0	51,2	50,5	50,1	49,7	49,2	49,0	49,1
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	50,6	51,2	51,1	51,2	52,5	52,6	56,0	58,1	57,7	57,2	57,0
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>52,2</b>	<b>52,1</b>	<b>51,8</b>	<b>52,0</b>	<b>51,3</b>	<b>50,6</b>	<b>50,2</b>	<b>49,9</b>	<b>49,5</b>	<b>49,3</b>	<b>49,3</b>
<b>11. Software-/Games-Industrie</b>												
58.21	Verlegen von Computerspielen	35,6	45,9	42,2	36,2	35,4	45,7	41,4	42,0	56,7	53,2	50,7
58.29	Verlegen von sonstiger Software	57,6	56,1	55,7	55,4	55,1	54,1	56,0	56,3	55,6	55,8	55,8
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	55,9	56,6	55,9	56,4	57,3	57,7	57,5	58,1	58,2	57,1	57,7
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	60,7	59,7	58,9	58,0	57,2	57,5	56,7	55,7	55,7	54,8	55,1
63.12	Webportale	53,3	56,0	56,3	56,7	56,7	52,2	53,7	54,0	54,1	54,1	54,2
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>59,2</b>	<b>58,6</b>	<b>57,8</b>	<b>57,3</b>	<b>56,9</b>	<b>56,9</b>	<b>56,6</b>	<b>56,1</b>	<b>56,1</b>	<b>55,3</b>	<b>55,6</b>
<b>12. Sonstige</b>												
32.11	Herstellung von Münzen	59,5	60,0	58,2	60,4	59,4	57,8	59,9	57,0	55,8	53,1	52,4
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	69,9	69,8	71,2	70,1	71,3	69,5	67,5	68,0	70,6	75,9	73,2
74.20.2	Fotolabors	62,8	62,2	63,2	63,1	61,4	63,9	61,2	62,2	60,3	58,7	58,6
74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	64,2	62,8	63,9	61,4	63,2	63,4	64,5	64,0	61,7	58,9	58,3
91.01	Bibliotheken und Archive	65,7	65,9	65,3	65,2	66,0	65,1	65,5	66,0	64,8	65,2	65,1
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	60,0	62,1	57,8	53,3	51,3	56,7	55,8	53,4	54,5	55,0	54,7
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	62,6	62,0	63,1	64,3	62,5	63,7	63,2	64,0	61,9	61,2	60,6
	<b>Teilmarkt insgesamt</b>	<b>64,2</b>	<b>63,8</b>	<b>64,5</b>	<b>64,1</b>	<b>63,7</b>	<b>64,2</b>	<b>63,5</b>	<b>63,6</b>	<b>62,5</b>	<b>61,6</b>	<b>61,1</b>
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>57,2</b>	<b>56,9</b>	<b>56,6</b>	<b>56,6</b>	<b>56,5</b>	<b>56,7</b>	<b>56,2</b>	<b>55,7</b>	<b>55,6</b>	<b>54,7</b>	<b>55,0</b>
	<b>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</b>	<b>62,7</b>	<b>62,3</b>	<b>61,9</b>	<b>61,4</b>	<b>61,0</b>	<b>60,6</b>	<b>60,2</b>	<b>59,6</b>	<b>59,1</b>	<b>58,7</b>	<b>58,1</b>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2021; eigene Berechnungen Goldmedia. Daten für 2019 abweichend zur Vorgängerstudie aufgrund aktualisierter Datenlage.

## Europäische Union Vergleich/Abgrenzung der KKW nach Teilgruppen

Die nachfolgend untersuchten internationalen Standardindikatoren geben einen Überblick über die Kennzahlen Anzahl der Unternehmen, Umsatz, Erwerbstätige, Bruttowertschöpfung und Bruttoinvestitionen in Sachanlagen im europäischen Vergleich. Als Basis dient die Strukturelle Unternehmensstatistik (SBS), die bei Eurostat zentral für die Länder der Europäischen Union zusammengetragen und veröffentlicht wird.

Die dargestellten Werte der KKW basieren auf der Teilgruppendefinition (siehe Tabelle). Aus diesem

Grund differieren die Werte für Deutschland von den Ergebnissen der im übrigen Bericht verwendeten Abgrenzung nach Teilmärkten.

Die Strukturelle Unternehmensstatistik erfasst auf Ebene der Teilgruppenabgrenzung den größten Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft. Aufgrund fehlender Daten in der SBS werden die Gruppen „Künstlerische/kreative Aktivitäten u.ä.“ (WZ 90) und „Museen, Bibliotheken u.ä.“ (WZ 91) in den Zahlen nicht berücksichtigt. Teilweise mussten Werte geschätzt werden.

Teilmarkt WZ 2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert Unternehmen*	Anteilswert Umsatz**	Anteilswert Beschäftigte***	Anteilswert geringfügig Beschäftigte****
<b>1. Verlagsgewerbe</b>					
58.1	Buch-, Presse-, Softwareverlage	100	100	100	100
58.2	Verlegen von Software	100	100	100	100
<b>2. Filmwirtschaft/Tonträgerindustrie</b>					
59.1	Filmwirtschaft				
59.2	Tonträger-/Musikverlage	100	100	100	100
<b>3. Rundfunk</b>					
60	Hörfunk und Fernsehen	100	100	40	40
<b>4. Software und Games u.ä.</b>					
aus 62.0	Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie	39	39	47	50
<b>5. Architektenbüros</b>					
aus 71.1	Architektur- und Ingenieurbüros	29	18	18	26
<b>6. Werbung</b>					
73.1	Werbung	100	100	100	100
<b>7. Designbüros, Fotografie u.ä.</b>					
74.1	Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u.ä. Design	100	100	100	100
74.2	Fotografie und Fotolabors	100	100	100	100
74.3	Übersetzen und Dolmetschen	100	100	100	100
<b>8. Künstlerische/kreative Aktivitäten u.ä.</b>					
90.0	Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	100	100	38	60
<b>9. Museen, Bibliotheken, u.ä.</b>					
91.0	Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	100	100	8	8
<b>10. Schmuck- und Musikinstrumentenproduktion</b>					
32.1	Herstellung von Münzen, Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen	100	100	100	100
32.2	Herstellung von Musikinstrumenten	100	100	100	100
<b>11. Kulturhandel u.ä.</b>					
47.6	Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportaus- rüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)	89	75	83	96

Anmerkung: Modell enthält keine Wirtschaftszweige mit Mehrfachzuordnung, deshalb keine Darstellung der doppelten Erfassung erforderlich.

\*Steuerpflichtige und Unternehmen mit 17.500 Euro und mehr Jahresumsatz; \*\*Umsatz entspricht Lieferungen und Leistungen; \*\*\*Beschäftigte entspricht sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitbeschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte; \*\*\*\*geringfügig Beschäftigte entspricht geringfügig entlohnte Beschäftigte (ausschließlich geringfügige und im Nebenjob Beschäftigte zusammen). Lesebeispiel: Für die Berechnung der Zahl der Unternehmen in der Teilgruppe Architekturbüros wurden 29 Prozent der Unternehmen aus dem Wirtschaftszweig 71.1 Architektur- und Ingenieurbüros eingerechnet.

Quelle: Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008, Destatis; Arbeitskreis Kulturstatistik e. V., Söndermann 2012

## KKW im EU-Vergleich 2013 bis 2019 – Anzahl Unternehmen

Land	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2013/2019
Belgien	40.448	39.647	40.596	42.399	42.578	45.088	47.826	18,2%
Bulgarien	15.310	15.665	16.120	16.798	17.145	17.528	18.121	18,4%
Dänemark	19.768	20.349	20.280	21.639	22.405	22.721	23.307	17,9%
<b>Deutschland</b>	<b>163.510</b>	<b>185.678</b>	<b>192.862</b>	<b>194.449</b>	<b>206.215</b>	<b>203.082</b>	<b>197.185</b>	<b>20,6%</b>
Estland	4.495	4.847	5.292	5.483	6.192	6.636	7.134	58,7%
Finnland	17.153	16.955	16.999	17.036	17.389	17.178	17.572	2,4%
Frankreich	213.070	235.871	200.533	211.216	199.563	207.042	225.259	5,7%
Griechenland	40.874	45.879	42.754	42.161	38.174	37.710	38.353	-6,2%
Italien	200.424	200.238	199.464	203.451	206.371	208.285	202.771	1,2%
Kroatien	9.325	9.305	9.415	9.571	9.866	10.223	14.920	60,0%
Litauen	10.285	13.453	15.426	16.386	17.842	19.243	20.483	99,2%
Niederlande	126.885	132.115	139.191	147.009	153.322	162.442	172.130	35,7%
Österreich	29.218	29.892	30.279	30.620	31.745	31.223	33.881	16,0%
Polen	94.907	102.933	109.691	118.778	126.806	146.627	155.421	63,8%
Portugal	35.314	35.532	36.663	38.043	40.248	41.383	43.600	23,5%
Rumänien	23.749	25.149	25.977	27.544	29.842	31.762	34.080	43,5%
Schweden	86.164	87.687	88.466	89.758	90.316	86.279	87.505	1,6%
Slowakei	20.851	23.498	25.558	26.631	29.229	31.952	33.496	60,6%
Slowenien	10.057	10.625	11.370	12.064	12.616	13.181	13.629	35,5%
Spanien	126.948	128.529	134.307	154.880	151.680	158.725	162.969	28,4%
Tschechien	66.365	67.322	68.814	71.495	75.519	79.965	84.629	27,5%
Ungarn	35.410	37.709	40.300	42.645	45.496	48.925	53.735	51,8%
Zypern	2.337	2.386	2.495	2.735	3.057	3.374	3.718	59,1%

Quelle: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat 2021; eigene Berechnungen ZEW, eigene Berechnungen Goldmedia. (EU-Mitgliedstaaten mit ungenügender Datengrundlage nicht dargestellt.)

## KKW im EU-Vergleich 2013 bis 2019 – Umsatz (in Mio. EUR)

Land	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2013/2019
Belgien	21.161	22.307	21.561	22.282	23.744	22.035	23.251	9,9%
Bulgarien	1.964	2.064	2.330	2.502	2.691	2.961	3.281	67,1%
Dänemark	14.810	15.321	16.229	16.338	16.707	16.942	17.403	17,5%
<b>Deutschland</b>	<b>148.725</b>	<b>154.370</b>	<b>153.574</b>	<b>166.109</b>	<b>175.864</b>	<b>178.148</b>	<b>181.811</b>	<b>22,2%</b>
Estland	867	987	1.030	1.109	1.254	1.418	1.491	71,9%
Finnland	7.787	11.451	11.879	12.162	12.511	14.349	14.532	86,6%
Frankreich	120.972	119.009	121.747	124.707	134.563	135.162	144.703	19,6%
Griechenland	5.733	5.260	5.284	5.208	5.552	5.578	5.953	3,8%
Italien	67.639	68.246	69.960	69.050	70.052	72.057	73.604	8,8%
Kroatien	1.988	1.929	1.991	2.105	2.288	2.515	2.818	41,8%
Litauen	1.024	1.123	1.284	1.353	1.511	1.687	1.796	75,4%
Niederlande	31.267	32.851	35.037	38.913	41.681	44.646	47.501	51,9%
Österreich	18.204	17.685	18.549	18.126	18.671	18.974	19.760	8,6%
Polen	21.298	20.512	22.707	23.212	25.551	27.282	28.215	32,5%
Portugal	6.533	6.749	7.053	7.437	7.957	8.365	9.112	39,5%
Rumänien	4.572	5.065	5.506	6.016	6.498	7.371	8.398	83,7%
Schweden	32.393	31.823	37.729	38.455	39.166	39.890	42.792	32,1%
Slowakei	2.864	3.379	4.040	4.236	4.676	5.162	5.571	94,5%
Slowenien	1.835	1.902	2.012	2.080	2.256	2.431	2.639	43,9%
Spanien	48.786	51.132	55.119	57.281	59.423	61.852	64.471	32,1%
Tschechien	9.896	9.720	10.463	11.179	12.258	13.627	14.576	47,3%
Ungarn	6.313	6.156	6.298	6.673	7.604	8.087	8.195	29,8%
Zypern	1.199	1.239	1.383	1.566	1.905	2.117	3.052	154,5%

Quelle: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat 2021; eigene Berechnungen ZEW, eigene Berechnungen Goldmedia. (EU-Mitgliedstaaten mit ungenügender Datengrundlage nicht dargestellt.)

## KKW im EU-Vergleich 2013 bis 2019 – Bruttowertschöpfung (in Mio. EUR)

Land	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2013/2019
Belgien	6.151	6.468	6.826	6.871	6.977	7.416	8.269	34,4%
Bulgarien	650	695	827	959	1.077	1.265	1.389	113,7%
Dänemark	6.012	6.193	6.590	7.017	7.051	7.086	7.509	24,9%
<b>Deutschland</b>	<b>67.959</b>	<b>70.111</b>	<b>71.354</b>	<b>72.963</b>	<b>74.701</b>	<b>78.208</b>	<b>81.436</b>	<b>19,8%</b>
Estland	284	325	366	397	436	479	514	80,8%
Finnland	1.526	4.548	4.601	4.865	5.142	5.672	5.829	282,0%
Frankreich	46.724	47.725	48.559	49.706	54.864	54.597	57.323	22,7%
Griechenland	1.807	1.577	1.647	1.491	1.952	1.691	1.860	2,9%
Italien	21.888	22.535	23.270	23.285	23.808	24.939	25.391	16,0%
Kroatien	680	681	713	769	858	958	1.094	60,8%
Litauen	363	419	485	513	582	660	708	95,1%
Niederlande	13.262	13.747	14.217	15.272	16.089	16.950	17.724	33,6%
Österreich	5.982	6.028	6.347	6.261	6.411	6.683	7.093	18,6%
Polen	6.281	6.537	7.070	7.472	8.012	8.639	9.258	47,4%
Portugal	2.113	2.200	2.303	2.504	2.757	2.978	3.340	58,1%
Rumänien	1.610	2.022	2.143	2.541	2.931	3.305	2.837	76,3%
Schweden	11.838	11.828	13.517	13.673	13.331	12.998	13.654	15,3%
Slowakei	830	966	1.124	1.186	1.246	1.309	1.401	68,9%
Slowenien	513	552	597	634	725	802	893	74,0%
Spanien	16.722	17.184	19.020	19.519	20.914	22.294	23.603	41,2%
Tschechien	2.783	2.849	3.192	3.327	3.836	4.421	4.953	77,9%
Ungarn	1.887	1.840	1.806	1.830	2.240	2.487	2.626	39,2%
Zypern	331	398	282	331	396	645	867	161,8%

Quelle: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat 2021; eigene Berechnungen ZEW, eigene Berechnungen Goldmedia. (EU-Mitgliedstaaten mit ungenügender Datengrundlage nicht dargestellt.)

## KKW im EU-Vergleich 2013 bis 2019 – Bruttoinvestition in Sachanlagen (in Mio. EUR)

Land	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2013/2019
Belgien	786	960	886	871	741	928	1.086	38,2%
Bulgarien	79	88	85	90	83	86	137	72,9%
Dänemark	295	217	227	261	218	226	239	-18,8%
<b>Deutschland</b>	<b>3.299</b>	<b>3.255</b>	<b>3.231</b>	<b>3.573</b>	<b>3.896</b>	<b>4.506</b>	<b>5.257</b>	<b>59,3%</b>
Estland	29	31	27	33	39	46	49	70,2%
Finnland	111	150	170	191	199	181	163	46,6%
Frankreich	2.808	2.715	3.003	3.053	4.560	4.339	5.493	95,6%
Griechenland	145	198	204	185	162	89	83	-43,2%
Italien	1.219	1.232	1.181	1.295	1.263	1.220	1.161	-4,7%
Kroatien	23	30	18	35	27	27	37	62,5%
Litauen	38	44	38	42	44	46	44	16,0%
Niederlande	702	630	660	683	908	998	1.074	52,9%
Österreich	311	315	348	333	282	422	419	34,8%
Polen	710	681	763	706	803	848	999	40,7%
Portugal	159	211	182	204	208	263	353	122,1%
Rumänien	192	320	271	251	347	314	410	113,0%
Schweden	467	516	575	555	612	675	687	47,2%
Slowakei	104	139	144	208	297	332	383	268,2%
Slowenien	51	34	37	35	52	56	60	17,0%
Spanien	767	787	896	863	997	915	878	14,4%
Tschechien	290	260	301	327	407	392	424	46,0%
Ungarn	168	207	159	160	233	238	253	50,3%
Zypern	10	37	10	22	25	14	17	73,2%

Quelle: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat 2021; eigene Berechnungen ZEW, eigene Berechnungen Goldmedia. (EU-Mitgliedstaaten mit ungenügender Datengrundlage nicht dargestellt.)

## KKW im EU-Vergleich 2013 bis 2019 – Beschäftigte

Land	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2013/2019
Belgien	104.227	101.464	102.531	105.671	109.273	118.945	124.018	19,0%
Bulgarien	55.737	55.493	57.008	62.702	64.587	67.996	70.954	27,3%
Dänemark	94.031	94.265	95.749	103.321	104.921	106.547	106.719	13,5%
<b>Deutschland</b>	<b>1.108.921</b>	<b>1.145.499</b>	<b>1.163.744</b>	<b>1.184.597</b>	<b>1.247.839</b>	<b>1.330.819</b>	<b>1.332.547</b>	<b>20,2%</b>
Estland	16.379	16.084	16.815	17.464	18.474	19.542	20.247	23,6%
Finnland	79.320	79.040	78.907	79.218	80.966	83.388	85.404	7,7%
Frankreich	706.808	726.724	694.317	734.085	760.581	745.474	780.707	10,5%
Griechenland	89.717	90.116	79.390	86.550	83.712	92.047	91.282	1,7%
Italien	470.340	469.384	473.585	488.767	498.936	503.455	503.053	7,0%
Kroatien	31.304	32.321	31.707	32.407	33.663	34.719	42.249	35,0%
Litauen	28.431	31.438	33.915	35.463	36.516	37.600	39.302	38,2%
Niederlande	264.653	263.319	275.572	284.119	296.300	309.003	318.761	20,4%
Österreich	109.937	112.600	115.308	117.022	119.530	121.976	126.710	15,3%
Polen	259.301	275.107	293.868	315.371	329.112	348.093	359.252	38,5%
Portugal	85.537	87.545	91.161	94.721	101.805	107.693	116.700	36,4%
Rumänien	113.021	115.027	118.877	125.513	129.575	136.800	142.530	26,1%
Schweden	183.073	181.881	193.809	200.645	206.810	213.164	220.573	20,5%
Slowakei	44.064	50.594	56.287	55.273	59.230	63.470	66.364	50,6%
Slowenien	21.369	21.655	22.283	22.972	24.129	25.343	26.602	24,5%
Spanien	425.517	426.769	451.683	476.391	481.564	513.008	528.536	24,2%
Tschechien	118.028	119.082	122.310	127.309	133.117	137.959	143.626	21,7%
Ungarn	84.244	87.536	92.257	98.652	101.185	105.437	112.796	33,9%
Zypern	6.502	6.807	7.322	8.019	8.836	10.062	11.237	72,8%

Quelle: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat 2021; eigene Berechnungen ZEW, eigene Berechnungen Goldmedia. (EU-Mitgliedstaaten mit ungenügender Datengrundlage nicht dargestellt.)

## Bezugsgrößen und statistische Quellen

### Anzahl Unternehmen

Als Quelle für die Anzahl der Unternehmen wurde die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes (Destatis) verwendet, die seit dem Jahr 2009 in der neuen Wirtschaftszweigabgrenzung WZ 2008 vorliegt. Der Begriff des Unternehmens wird in der Umsatzsteuerstatistik (Voranmeldungen) als eine rechtlich selbständige Einheit mit mehr als 17.500 EUR Jahresumsatz 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 Umsatz wird ebenfalls anhand der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes bestimmt. Der Begriff des Umsatzes schließt in der Umsatzsteuerstatistik denjenigen Teil des Umsatzes ein, der die steuerbaren Lieferungen und Leistungen eines Unternehmens enthält, und zwar für alle Unternehmen und Selbständige mit mehr als 17.500 EUR Jahresumsatz.

Da die Umsatzsteuerstatistik auch die Erfassung der Umsätze je Wirtschaftszweig nach Umsatzgrößenklassen ermöglicht (acht Klassen beginnend von 17.501 EUR Jahresumsatz bis 50 Mio. EUR), kann die Kultur- und Kreativwirtschaft auch nach Größenstrukturen untersucht werden. In Anleh-

nung an die EU-Definition der KMU wird nach vier Unternehmenstypen differenziert: Kleinstunternehmen (bis 2 Mio. EUR Umsatz), kleine Unternehmen (>2 bis 10 Mio. EUR Umsatz), mittlere Unternehmen (>10 bis 50 Mio. EUR Umsatz) sowie große Unternehmen (über 50 Mio. EUR Umsatz). Aufgrund von datenschutzrechtlichen Bestimmungen dürfen Werte für einzelne Größenklassen bei geringen Fallzahlen nicht publiziert werden. Dies führt dazu, dass ein gewisser Teil an Unternehmen nicht zu einer der vier Unternehmensgrößenklassen zuordenbar ist. In der Regel sind dies, gemessen am Umsatz, hauptsächlich mittlere und große Unternehmen.

### Bruttowertschöpfung

Daten zur Bruttowertschöpfung werden in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Bundesamtes ausgewiesen. Die Bruttowertschöpfung steht nur auf Ebene der Wirtschaftsabteilungen (Zweisteller) zur Verfügung und eignet sich deshalb nicht direkt für die Teilmarkt- bzw. Teilgruppenabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Methodisch basiert die Berechnung auf den Werten der Bruttowertschöpfung der VGR (siehe oben). Hinzu kommt eine Gewichtung auf Basis der Umsatzverteilung aus der Umsatzsteuerstatistik, um den einzelnen Wirtschaftszweigen der Kultur- und Kreativwirtschaft individuelle Wertschöpfungswerte zuzuweisen. Bei den Vergleichsbranchen, wie beispielsweise dem Maschinenbau, werden die Daten ebenfalls aus der VGR entnommen. Eine Gewichtung auf Basis der Umsatzsteuerstatistik ist nicht notwendig, da es sich hier – anders als bei der Kultur- und Kreativwirtschaft – um homogene Branchen handelt, deren Bruttowertschöpfungswerte direkt in der VGR zur Verfügung gestellt werden.

## Internationaler Vergleich

Um den Stand der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft im internationalen Kontext einzuordnen, ist ein Ländervergleich notwendig. Auf Basis der Strukturellen Unternehmensstatistik (SBS) der Europäischen Statistikbehörde Eurostat werden die gängigen Kernindikatoren (Anzahl Unternehmen, Umsatz, Wertschöpfung, Bruttoinvestitionen in Sachanlagen und Beschäftigung) für die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft von insgesamt 23 EU-Ländern miteinander verglichen (EU-Mitgliedstaaten mit ungenügender Datengrundlage und daher nicht aufgeführt: Irland, Lettland, Luxemburg, Malta).

Die dargestellten Werte der Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf der Abgrenzung der KKW nach Teilgruppen. Aus diesem Grund differieren die Werte für Deutschland von den Ergebnissen der im übrigen Bericht verwendeten Abgrenzung nach Teilmärkten.

Aufgrund fehlender Daten in der zugrunde liegenden Strukturellen Unternehmensstatistik werden die Gruppen „Künstlerische/kreative Aktivitäten u. ä.“ (WZ 90) und „Museen, Bibliotheken u. ä.“ (WZ 91) in den Zahlen nicht berücksichtigt. Teilweise mussten Werte geschätzt werden.

## Erwerbstätigkeit

Diese Bezugsgröße gibt an, wie groß der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Beschäftigungsmarkt unter besonderer Berücksichtigung eines hohen Anteils von Selbständigen oder Ein-Personen-Unternehmen ist. Der Begriff der Erwerbstätigkeit umfasst zum einen die Selbständigen und zum anderen die abhängig Beschäftigten. Die Selbständigen werden auf Basis der Umsatzsteuerstatistik ermittelt. Selbständige auf Basis der Umsatzsteuerstatistik weisen einen Umsatz von mehr als 17.500 EUR auf. Mini-Selbständige umfassen steuerpflichtige Unternehmerinnen und Unternehmer mit bis zu 17.500 EUR Jahresumsatz.

Die Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit deckt ebenfalls den gesamten volkswirtschaftlichen Bereich entsprechend der Wirtschaftszweigklassifikation ab und liefert Daten bis zu den Wirtschaftsunterklassen (5-Steller). Anhand der Beschäftigungsstatistik können Aussagen über die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (svB) und die geringfügig Beschäftigten (gB) getroffen werden.

**Kernerwebstätige** umfassen die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowie die Selbständigen mit einem Umsatz von mehr als 17.500 EUR.

**Geringfügig Erwerbstätige** umfassen die geringfügig Beschäftigten sowie die Mini-Selbständigen mit einem Umsatz bis zu 17.500 EUR.

**Gesamterwerbstätige** umfassen die Kernerwebstätigen und geringfügig Erwerbstätigen.

## Mini-Selbständige

Mini-Selbständige umfassen im Rahmen des Berichts Unternehmerinnen und Unternehmer mit einem jährlichen Umsatz von bis zu 17.500 EUR. Die Zahl der Mini-Selbständigen basiert auf der Umsatzsteuerstatistik auf Basis der Umsatzsteuererklärungen (Veranlagungen). Im Gegensatz zur Umsatzsteuerstatistik (Voranmeldungen) werden hier auch Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz bis 17.500 EUR berücksichtigt. Ergebnisse der Statistik liegen jedoch erst ca. 3 ¼ Jahre nach Ende des Berichtszeitraums vor. Aus diesem Grund mussten für den vorliegenden Bericht die Werte ab 2017 geschätzt werden. Auch die seit 2020 bestehende neue Bemessungsgrenze von 22.000 EUR (Umsatz) bleibt daher unberücksichtigt. Im Gegensatz zu den Vorgängerberichten bis 2019 basieren



die Werte für die Mini-Selbständigen seit 2020 auf einer Sonderanalyse der Veranlagungsstatistik von Destatis nach Umsatzgrößenklassen. Dies erklärt Abweichungen gegenüber den Voruntersuchungen.

**Abgrenzung zu Solo-Selbständigen:** Unter Solo-Selbständige werden Erwerbstätige verstanden, die eine selbständige Tätigkeit ohne angestellte Mitarbeitende ausüben.

**Abgrenzung zu Kleinunternehmer:** Kleinunternehmer können sowohl Gewerbetreibende als auch Selbständige und Freiberufler sowie Land- und Forstwirte sein. Voraussetzung ist, dass ihr Vorjahresumsatz nicht über 22.000 EUR (bis 2019: 17.500 EUR) gelegen hat und im laufenden Jahr voraussichtlich nicht mehr als 50.000 EUR betragen wird.

Quelle: Goldmedia, HMS, Prof. rer. oec. Rüdiger Wink (HTWK Leipzig)

## Prognosen 2020/2021

### Prognose bis 2020

Die vorläufigen amtlichen Ergebnisse zu den wirtschaftlichen Kennzahlen der Unternehmen sowie zu den selbständig Erwerbstätigen liegen aus der Umsatzsteuerstatistik und den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) wie folgt vor:

- Umsätze, Anzahl Unternehmen, Anzahl Selbständige bis 2019
- Bruttowertschöpfung über die VGR bis teilweise 2020
- Mini-Selbständige bis 2016

Für die Datenfortschreibung der Anzahl der Unternehmen und (Mini-)Selbständigen sowie der Bruttowertschöpfung bis 2020 erfolgte eine eigene Prognose auf Basis der Entwicklungsraten der Vorjahre sowie einer Betroffenheitsanalyse je Teilmarkt auf Ebene der einzelnen WZ-Klassen, für die u. a. Experteninterviews mit den Verbänden genutzt wurden.

### Umsätze 2020

Die Umsätze für das Jahr 2020 entstammen dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021): „Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie. Ökonomische Auswirkungen 2021 & 2022 anhand einer Szenarioanalyse (Stand: Dezember 2021)“. Die Umsatzzahlen wurden Goldmedia vorab zur Verfügung gestellt.

Abweichend zur Methodik im Monitoringbericht (Umsätze 2010 – 2019) wird die WZ-Klasse 18.14 (Buchbinderei etc.) im Teilmarkt Buchmarkt nicht im Betroffenheitspapier des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021) im Umsatzjahr 2020 berücksichtigt. Ebenso ist die WZ-Klasse 18.14 im Umsatzjahr 2020 nicht in den Summenangaben für die gesamte KKW enthalten. Entsprechend basieren alle im Zusammenhang mit dem Umsatz 2020 berechneten Werte und Kennzahlen im vorliegenden Monitoringbericht auf Umsatzwerten ohne die WZ-Klasse 18.14.

## Umsatzprognose 2021 und 2022

Für die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft erfolgte eine Umsatzprognose für 2021 und 2022. Diese entstammt ebenfalls dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021).

## Prognosen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

### Umsatzprognose 2021 und 2022

Die Hochrechnungen zur Betroffenheit der KKW sowie einzelner Teilmärkte basieren auf Daten des Statistischen Bundesamtes (Umsatzsteuerstatistik) sowie der Bundesagentur für Arbeit für das Jahr 2019. In die Analysen eingeflossen sind veröffentlichte Studien von Branchenverbänden zur Corona-Betroffenheit, Analysen zur Betroffenheit von Wertschöpfungsketten sowie die Ergebnisse aus insgesamt 17 leitfadengestützten Interviews mit Branchenvertreterinnen und -vertretern. Inhalt der Interviews waren u. a. eine rückblickende Betroffenheitsbewertung der Jahre 2020 und 2021, Einschätzungen zum Verlauf des Jahres 2022 und zu einer potenziellen Erholungsphase sowie strukturellen Veränderungen in der jeweiligen Branche. Die Interviews fanden im November bzw. Dezember des Jahres 2021 statt. Expertinnen und Experten hatten zusätzlich die Möglichkeit, Interviewfragebögen schriftlich zu beantworten. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Ergebnisse der Interviews die zu dem jeweiligen Zeitpunkt bestehenden Eindrücke und den Betroffenheitszustand in der Branche widerspiegeln.

In einem Berechnungsverfahren werden gesammelte Erkenntnisse zur Betroffenheitssituation systematisiert und auf die Umsatzdaten einzelner Wirtschaftszweige (WZ-5-Steller-Ebene) angewandt. Dazu wurden aus den gesammelten Branchenausagen und -informationen Betroffenheitslogiken abgeleitet und mögliche Jahresverläufe skizziert. Die resultierenden Umsatzverluste werden als Summen für einzelne Teilmärkte und die gesamte KKW erfasst.

„Auch sogenannte „Erholungs-Monate“ nach dem Absinken der Infektionszahlen werden für viele Teilmärkte der KKW schwierig. So ist beispielsweise in der Veranstaltungswirtschaft eine gewisse Vorlaufzeit nötig, um Veranstaltungen durchführen zu können. Gerade Großveranstaltungen haben ein deutlich größeres Risiko, von Schließungen betroffen zu sein.“

Die Auswirkungen sind in den einzelnen Wirtschaftszweigen und Berufsgruppen der Teilmärkte unterschiedlich stark zu spüren. Die Betroffenheitsszenarien bilden folglich einen Mittelwert aus Solo-Selbständigen, sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, geringfügig Beschäftigten, KMU sowie Großunternehmen ab.“

### Szenario 1

„Hohe Infektionszahlen bis Ende des ersten Quartals 2022“

In diesem Szenario kommt es zu weiteren Einschränkungen des öffentlichen Lebens im Januar und im Februar, um die Omikron-Variante und das damit verbundene Infektionsgeschehen einzuhegen. Da die Maßnahmen Wirkung zeigen, werden Kontaktbeschränkungen im März gelockert. Trotzdem bleibt eine gewisse Unsicherheit in der Bevölkerung bestehen, die die jeweiligen Geschäftstätigkeiten der Unternehmen der KKW einschränkt. Vor diesem Hintergrund ist mit z.T. starken wirtschaftlichen Einschränkungen bis Ende März 2022 zu rechnen, wobei es zu einer schrittweisen Erholung der Wirtschaft infolge einer voranschreitenden Durchimpfung der Bevölkerung und somit Erhöhung der Impfquote kommt.

### Szenario 2

„Hohe Infektionszahlen bis ins zweite Quartal 2022 hinein (bzw. erneuter Rückfall im Herbst/Winter 2022)“

In diesem Szenario dauert die Omikron-Welle deutlich länger. Dadurch erstreckt sich die Unsicherheit durch bestehende Regeln bzw. verschärfte Maßnahmen bis ins zweite Quartal des Jahres 2022. Es wird davon ausgegangen, dass die wirtschaftlichen Einschränkungen z. T. bis Ende April/Mitte Mai andauern und es in der Folge zu einer schrittweisen Erholung der Wirtschaft durch eine voranschreitende Durchimpfung sowie saisonale Effekte kommen wird. Gleichzeitig wird die Gefahr berücksichtigt, dass die Infektionszahlen durch weitere Corona-Mutationen im Herbst des Jahres 2022 wieder steigen können.

## Verbände und Quellen

### Verbände und Quellen zur Musikwirtschaft

Berlin Music Commission	<a href="http://www.berlin-music-commission.de">www.berlin-music-commission.de</a>
Bundesinnungsverband für das Musikinstrumenten-Handwerk	<a href="http://www.biv-musikinstrumente.de">www.biv-musikinstrumente.de</a>
Bundeskonferenz Jazz	<a href="http://www.bk-jazz.de">www.bk-jazz.de</a>
Berufsverband der Auftragskomponisten in Deutschland (CC Composers Club) e. V.	<a href="http://www.composers-club.de">www.composers-club.de</a>
Bundesverband der deutschen Musikinstrumenten-Hersteller e. V.	<a href="http://www.musikinstrumente.org">www.musikinstrumente.org</a>
Bundesverband der Freien Musikschulen e.V.	<a href="http://www.bdpm-musikschulverband.de">www.bdpm-musikschulverband.de</a>
Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e. V.	<a href="http://www.bdkv.de">www.bdkv.de</a>
Bundesverband Musiktechnologie Deutschland (MusicTech Germany) e.V.	<a href="http://www.music-tech.de">www.music-tech.de</a>
Bundesverband Musikindustrie e. V.	<a href="http://www.musikindustrie.de">www.musikindustrie.de</a>
Deutsche Filmkomponistenunion	<a href="http://www.defkom.de">www.defkom.de</a>
Deutsche Jazzunion	<a href="http://www.deutsche-jazzunion.de">www.deutsche-jazzunion.de</a>
Deutscher Komponistenverband e. V.	<a href="http://www.komponistenverband.de">www.komponistenverband.de</a>
Deutscher Musikrat e. V.	<a href="http://www.musikrat.de">www.musikrat.de</a>
Deutscher Rock & Pop Musikerverband e. V.	<a href="http://www.musiker-online.com/deutscher-rock-pop-musikerverband-e-v">www.musiker-online.com/deutscher-rock-pop-musikerverband-e-v</a>
Deutscher Tonkünstlerverband e. V.	<a href="http://www.dtkv.org">www.dtkv.org</a>
DMV – Deutscher Musikverleger-Verband e. V.	<a href="http://www.dmv-online.com">www.dmv-online.com</a>
EVVC – Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.	<a href="http://www.evvc.org">www.evvc.org</a>
GEMA – Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte	<a href="http://www.gema.de">www.gema.de</a>
Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e. V.	<a href="http://www.gdm-online.com">www.gdm-online.com</a>
Interessenverband Musikmanager & Consultants e. V.	<a href="http://www.imuc.de">www.imuc.de</a>
LiveMusikKommission Verband der Musikspielstätten in Deutschland e.V.	<a href="http://www.livemusikkommission.de">www.livemusikkommission.de</a>
mediamusic Berufsverband Medienmusik e. V.	<a href="http://www.mediamusic-ev.de">www.mediamusic-ev.de</a>
MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum, Themenportal Musikwirtschaft	<a href="http://www.miz.org/artikel_themenportale_vorbemerkungen_tpmwmusikwirtschaft.html">www.miz.org/artikel_themenportale_vorbemerkungen_tpmwmusikwirtschaft.html</a>
SOMM – Society Of Music Merchants e. V.	<a href="http://www.somm.eu">www.somm.eu</a>
VdM Verband deutscher Musikschulen	<a href="http://www.musikschulen.de">www.musikschulen.de</a>
Verband Deutscher Streichquartette e. V.	<a href="http://www.vdsq.de">www.vdsq.de</a>
Verband Deutscher Tonmeister e. V.	<a href="http://www.tonmeister.de">www.tonmeister.de</a>
Verband unabhängiger Musikunternehmen e. V.	<a href="http://www.vut.de">www.vut.de</a>
VPLT – Der Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik e. V.	<a href="http://www.vplt.org">www.vplt.org</a>

### Verbände und Quellen zum Buchmarkt

Autorinnenvereinigung e. V.	<a href="http://www.autorinnenvereinigung.eu">www.autorinnenvereinigung.eu</a>
BDÜ – Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e. V.	<a href="http://www.bdue.de">www.bdue.de</a>
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.	<a href="http://www.boersenverein.de">www.boersenverein.de</a>
Bundesverband junger Autoren und Autorinnen e. V.	<a href="http://www.jungeautoren.org">www.jungeautoren.org</a>
Deutsche Literaturkonferenz e. V.	<a href="http://www.literaturkonferenz.de/home.html">www.literaturkonferenz.de/home.html</a>
Freier Deutscher Autorenverband, Schutzverband deutscher Schriftsteller e. V.	<a href="http://www.fda.de">www.fda.de</a>
Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren e. V.	<a href="http://www.vfll.de">www.vfll.de</a>
Verband Deutscher Antiquare e. V.	<a href="http://www.antiquare.de">www.antiquare.de</a>
Verband deutscher Schriftsteller (VS) in ver.di	<a href="http://www.vs.verdi.de">www.vs.verdi.de</a>

## Verbände und Quellen zum Kunstmarkt

BDK Fachverband für Kunstpädagogik e. V.	<a href="http://www.bdk-online.info">www.bdk-online.info</a>
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V.	<a href="http://www.bbk-bundesverband.de">www.bbk-bundesverband.de</a>
Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e. V.	<a href="http://www.bvdg.de">www.bvdg.de</a>
Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer e. V.	<a href="http://www.kunstversteigerer.de">www.kunstversteigerer.de</a>
Deutscher Künstlerbund e. V.	<a href="http://www.kuenstlerbund.de">www.kuenstlerbund.de</a>
Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste	<a href="http://www.igbk.de">www.igbk.de</a>
Verband der Gemeinschaften der Künstlerinnen und Kunstförderer e. V. (GEDOK)	<a href="http://www.gedok.de">www.gedok.de</a>
Verband deutscher Kunsthistoriker	<a href="http://www.kunsthistoriker.org">www.kunsthistoriker.org</a>
Verein zur Veranstaltung von Kunstausstellungen e. V.	<a href="http://www.diegrosse.de">www.diegrosse.de</a>

## Verbände und Quellen zur Filmwirtschaft

AG Kino-Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.	<a href="http://www.agkino.de">www.agkino.de</a>
AG Kurzfilm e. V. – Bundesverband Deutscher Kurzfilm	<a href="http://www.ag-kurzfilm.de">www.ag-kurzfilm.de</a>
AG Verleih-Arbeitsgemeinschaft der unabhängigen Filmverleiher e.V.	<a href="http://www.ag-verleih.de">www.ag-verleih.de</a>
Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V.	<a href="http://www.produzentenallianz.de">www.produzentenallianz.de</a>
Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm e.V. (AG DOK)	<a href="http://www.agdok.de">www.agdok.de</a>
Berufsvereinigung Filmton e.V.	<a href="http://www.bvft.de">www.bvft.de</a>
Bundesverband Audiovisuelle Medien e. V. (BVV)	<a href="http://www.bvv-medien.de">www.bvv-medien.de</a>
Bundesverband Beleuchtung und Kamerabühne e.V.	<a href="http://www.bvb-verband.de">www.bvb-verband.de</a>
Bundesverband Casting e.V.	<a href="http://www.castingverband.de">www.castingverband.de</a>
Bundesverband Kinematografie (BVK)	<a href="http://www.kinematografie.org">www.kinematografie.org</a>
Bundesverband der Fernseh- und Filmregisseure in Deutschland e.V. (BVR)	<a href="http://www.regieverband.de">www.regieverband.de</a>
Bundesverband Schauspiel e.V. (BFFS)	<a href="http://www.bffs.de">www.bffs.de</a>
Bundesverband Deutscher Film-Autoren e.V. (BDFA)	<a href="http://www.bdfa.de">www.bdfa.de</a>
Bundesverband Deutscher Film- und AV-Produzenten e.V. (BAV)	<a href="http://www.bundesverband-av.de">www.bundesverband-av.de</a>
Bundesverband deutscher Stuntleute e.V.	<a href="http://www.german-stunt-association.de">www.german-stunt-association.de</a>
Bundesverband Filmschnitt Editor e.V.	<a href="http://www.bfs-filmeditor.de">www.bfs-filmeditor.de</a>
Bundesverband Kommunale Filmarbeit e.V.	<a href="http://www.kommunale-kinos.de">www.kommunale-kinos.de</a>
Bundesverband Locationscouts e.V.	<a href="http://www.bvlocation.de">www.bvlocation.de</a>
Bundesverband Produktion Film und Fernsehen e.V. (BvP)	<a href="http://www.bv-produktion.de">www.bv-produktion.de</a>
Bundesvereinigung Maskenbild BVM e.V.	<a href="http://www.maskenbild.de">www.maskenbild.de</a>
BVK – Bundesverband der Fernsehkameraleute e.V.	<a href="http://www.bvfk.tv">www.bvfk.tv</a>
Die Fernseh- und Kinotechnische Gesellschaft (FKTG)	<a href="http://www.fktg.org">www.fktg.org</a>
FDW Werbung im Kino e.V. (FDW)	<a href="http://www.fdw.de">www.fdw.de</a>
GEMA – Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte	<a href="http://www.gema.de">www.gema.de</a>
German-Films	<a href="http://www.german-cinema.de">www.german-cinema.de</a>
HDF KINO e.V. (HDF)	<a href="http://www.hdf-kino.de">www.hdf-kino.de</a>
SPIO – Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.	<a href="http://www.spio.de">www.spio.de</a>
VDD – Verband deutscher Drehbuchautoren e.V.	<a href="http://www.drehbuchautoren.de">www.drehbuchautoren.de</a>
VeDRA – Verband für Film- und Fernseh-dramaturgie	<a href="http://www.dramaturgenverband.org">www.dramaturgenverband.org</a>
Verband der Filmverleiher e.V. (VdF)	<a href="http://www.vdfkino.de">www.vdfkino.de</a>
Verband der Requisiteure und Set Decorator e.V.	<a href="http://www.vdr-sd.de">www.vdr-sd.de</a>
Verband Deutscher Filmexporteure e.V. (VD FE)	<a href="http://www.vdfe.de">www.vdfe.de</a>
Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen e.V.	<a href="http://www.schauspieler-agenturen.de">www.schauspieler-agenturen.de</a>
Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen e.V. (VTFF)	<a href="http://www.vtff.de">www.vtff.de</a>
VSK – Verband der Berufsgruppen Szenenbild und Kostümbild e.V.	<a href="http://www.v-sk.de">www.v-sk.de</a>

## Verbände und Quellen zur Rundfunkwirtschaft

APR – Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk	<a href="http://www.privatfunk.de">www.privatfunk.de</a>
BFR – Bundesverband freier Radios	<a href="http://www.freie-radios.de">www.freie-radios.de</a>
Bundesverband Offene Kanäle	<a href="http://www.bok.de">www.bok.de</a>
Deutscher Journalisten-Verband e. V.	<a href="http://www.djv.de">www.djv.de</a>
DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG	<a href="http://www.dfjv.de">www.dfjv.de</a>
Freischreiber – Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten	<a href="http://www.freischreiber.de">www.freischreiber.de</a>
Verband Privater Medien e. V. (VAUNET)	<a href="http://www.vau.net">www.vau.net</a>

## Verbände und Quellen zum Markt für Darstellende Künste

Allgemeiner Deutscher Tanzlehrerverband (ADTV)	<a href="http://www.adtv.de">www.adtv.de</a>
Berufsverband Deutscher Tanzlehrer e.V. (BDT)	<a href="http://www.bdt-ev.de">www.bdt-ev.de</a>
Bundesverband Freie Darstellende Künste	<a href="http://www.darstellende-kuenste.de">www.darstellende-kuenste.de</a>
Bundesvereinigung Kabarett e.V.	<a href="http://www.Bundesvereinigung-kabarett.de">www.Bundesvereinigung-kabarett.de</a>
Deutscher Bühnenverein – Bundesverband der Theater und Orchester	<a href="http://www.buehnenverein.de">www.buehnenverein.de</a>
dg – dramaturgische gesellschaft	<a href="http://www.dramaturgische-gesellschaft.de">www.dramaturgische-gesellschaft.de</a>
DTHG – Deutsche theatertechnische Gesellschaft	<a href="http://www.dthg.de">www.dthg.de</a>
EVVC – Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.	<a href="http://www.evvc.org">www.evvc.org</a>
Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger (GDBA)	<a href="http://www.buehnen-genossenschaft.de">www.buehnen-genossenschaft.de</a>
Interessenverband Deutscher Schauspieler e.V. (IDS)	<a href="http://www.ids-ev.eu">www.ids-ev.eu</a>
Verband Deutscher Puppentheater e.V. (VDP)	<a href="http://www.vdp-ev.de">www.vdp-ev.de</a>
Verband Deutscher Schauspieler Agenturen	<a href="http://www.schauspieler-agenturen.de">www.schauspieler-agenturen.de</a>
WIFTG – Women in Film & Television Germany e.V.	<a href="http://www.wiftg.de">www.wiftg.de</a>

## Verbände und Quellen zur Designwirtschaft

Allianz deutscher Designer (AGD) e.V.	<a href="http://www.agd.de">www.agd.de</a>
Art Directors Club (ADC) e.V.	<a href="http://www.adc.de">www.adc.de</a>
BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V.	<a href="http://www.bdg.de">www.bdg.de</a>
Berufsverband Freie Fotografen und Filmgestalter e.V. (BFF)	<a href="http://www.bff.de">www.bff.de</a>
Bundesverband Kunsthandwerk – Berufsverband Handwerk Kunst Design e.V.	<a href="http://www.bundesverband-kunsthandwerk.de">www.bundesverband-kunsthandwerk.de</a>
Deutsche Gesellschaft für Designtheorie und -forschung (DGTF)	<a href="http://www.dgtf.de">www.dgtf.de</a>
Deutscher Designer Club e.V. (DDC)	<a href="http://www.ddc.de">www.ddc.de</a>
Deutscher Designertag e.V. (DT)	<a href="http://www.designertag.org">www.designertag.org</a>
Fashion Council Germany e.V.	<a href="http://www.fashion-council-germany.org">www.fashion-council-germany.org</a>
Freelens e.V.	<a href="http://www.freelens.com">www.freelens.com</a>
German Fashion Designer Federation – GFDF e.V.	<a href="http://www.gfdf.de">www.gfdf.de</a>
Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.	<a href="http://www.gwa.de">www.gwa.de</a>
Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V.	<a href="http://www.textil-mode.de">www.textil-mode.de</a>
Illustratoren Organisation e.V.	<a href="http://www.io-home.org">www.io-home.org</a>
Internationales Design-Zentrum (IDZ)	<a href="http://www.idz.de">www.idz.de</a>
Rat für Formgebung	<a href="http://www.german-design-council.de">www.german-design-council.de</a>
Verband Deutscher Industrie Designer e.V. (VDID)	<a href="http://www.vdid.de">www.vdid.de</a>
Verband Deutscher Mode- und Textildesigner e.V. (VDMD)	<a href="http://www.vdmd.de">www.vdmd.de</a>

## Verbände und Quellen zum Architekturmarkt

BDB Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure e.V.	<a href="http://www.baumeister-online.de">www.baumeister-online.de</a>
Bund Deutscher Architekten BDA	<a href="http://www.bda-bund.de">www.bda-bund.de</a>
Bund Deutscher Innenarchitekten BDIA e.V.	<a href="http://www.bdia.de">www.bdia.de</a>
Bund Deutscher Landschaftsarchitekten (BDLA)	<a href="http://www.bdl.de">www.bdl.de</a>
Bundesarchitektenkammer	<a href="http://www.bak.de">www.bak.de</a>
Bundesingenieur- und Architektenverband e.V. (BIAV)	<a href="http://www.bia.v.de">www.bia.v.de</a>
Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e.V.	<a href="http://www.galabau.de">www.galabau.de</a>
DAI Verband Deutscher Architekten- und Ingenieurvereine e.V.	<a href="http://www.dai.org">www.dai.org</a>
Informationskreis für Raumplanung e.V. (IfR)	<a href="http://www.ifr-ev.de">www.ifr-ev.de</a>
SRL – Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V.	<a href="http://www.srl.de">www.srl.de</a>
VAA – Vereinigung angestellter Architekten	<a href="http://www.vaa-nrw.de">www.vaa-nrw.de</a>
Verband deutscher Architekten e.V. (VDA)	<a href="http://www.vda-architekten.de">www.vda-architekten.de</a>
Vereinigung Freischaffender Architekten Deutschlands (VFA)	<a href="http://www.vfa-architekten.de">www.vfa-architekten.de</a>

## Verbände und Quellen zum Pressemarkt

bdfj Bundesvereinigung der Fachjournalisten e.V.	<a href="http://www.bdfj.de">www.bdfj.de</a>
Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.	<a href="http://www.pressegrasso.de">www.pressegrasso.de</a>
Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.	<a href="http://www.bdzv.de">www.bdzv.de</a>
Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di	<a href="http://www.dju.verdi.de">www.dju.verdi.de</a>
Deutscher Fachjournalisten-Verband AG (DFJV)	<a href="http://www.dfjv.de">www.dfjv.de</a>
Deutscher Journalisten-Verband e.V.	<a href="http://www.djv.de">www.djv.de</a>
Deutscher Presseverband (DPV)	<a href="http://www.dpv.org">www.dpv.org</a>
Deutscher Verband der Pressejournalisten AG (DVPJ)	<a href="http://www.dv-p.org">www.dv-p.org</a>
Freischreiber – Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten	<a href="http://www.freischreiber.de">www.freischreiber.de</a>
Journalistinnenbund e.V.	<a href="http://www.journalistinnen.de">www.journalistinnen.de</a>
Photoindustrie-Verband e.V.	<a href="http://www.piv-imaging.com/photoindustrie-verband">www.piv-imaging.com/photoindustrie-verband</a>
Verband der deutschen Filmkritik e.V. (vdfk)	<a href="http://www.vdfk.de">www.vdfk.de</a>
Verband Deutscher Bühnen- und Medienverlage e.V. (VDB)	<a href="http://www.theatertexte.de">www.theatertexte.de</a>
Verband deutscher Lokalzeitungen e.V.	<a href="http://www.lokalpresse.de">www.lokalpresse.de</a>
Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ)	<a href="http://www.vdz.de">www.vdz.de</a>

## Verbände und Quellen zum Werbemarkt

AIW – Arbeitskreis inhabergeführter Marketing- und Kommunikationsagenturen	<a href="http://www.aiw-werbung.de">www.aiw-werbung.de</a>
Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen e. V. (AIKA)	<a href="http://www.aika.de">www.aika.de</a>
Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e. V. (BDG)	<a href="http://www.bdg.de">www.bdg.de</a>
Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. – DPRG	<a href="http://www.dprg.de">www.dprg.de</a>
Fachverband Freier Werbetexter e. V. (FFW)	<a href="http://www.texterverband.de">www.texterverband.de</a>
FAW – Fachverband Außenwerbung e. V.	<a href="http://www.faw-ev.de">www.faw-ev.de</a>
Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e. V.	<a href="http://www.gwa.de">www.gwa.de</a>
Gesamtverband der Werbeatikel-Wirtschaft GWW e. V.	<a href="http://www.gww.de">www.gww.de</a>
VDW – Verband deutscher Werbefilmproduzenten e. V.	<a href="http://www.werbefilmproduzenten.de">www.werbefilmproduzenten.de</a>
Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW)	<a href="http://www.zaw.de">www.zaw.de</a>
Zentralverband Werbetechnik (ZVW) – Bundesinnungsverband der Schilder- und Lichtreklamehersteller	<a href="http://www.werbetechniker.de">www.werbetechniker.de</a>

## Verbände und Quellen zur Software- und Gamesindustrie

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.	<a href="http://www.bitkom.org">www.bitkom.org</a>
eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft e. V.	<a href="http://www.eco.de">www.eco.de</a>
game – Verband der deutschen Games-Branche	<a href="http://www.game.de">www.game.de</a>
Stiftung Digitale Spielekultur GmbH	<a href="http://www.stiftung-digitale-spielekultur.de">www.stiftung-digitale-spielekultur.de</a>

## Übergreifende Verbände und Quellen

Bundesverband Digitale Wirtschaft e. V.	<a href="http://www.bvdw.org">www.bvdw.org</a>
Bundesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland e. V. (Kreative Deutschland)	<a href="http://www.kreative-deutschland.de">www.kreative-deutschland.de</a>
connex.av – ver.di-Netzwerk für Medienschaffende	<a href="http://www.connex-av.de">www.connex-av.de</a>
Deutscher Kulturrat e. V.	<a href="http://www.kulturrat.de">www.kulturrat.de</a>
Künstlersozialkasse	<a href="http://www.kuenstlersozialkasse.de">www.kuenstlersozialkasse.de</a>
media:net berlinbrandenburg e. V.	<a href="http://www.medianet-bb.de">www.medianet-bb.de</a>
Corint Media	<a href="http://www.corint-media.com">www.corint-media.com</a>



## Quellenverzeichnis

**Bundesarchitektenkammer (2021):** Umfragen zur Coronakrise.

Online: <https://bak.de/politik-und-praxis/wirtschaft-und-mittelstand/umfragen-kammermitglieder/umfragen-zur-coronakrise/> [18.11.2021].

**BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2021):** Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen.

Online: [www.bdzv.de/alle-themen/marktdaten/zur-wirtschaftlichen-lage-der-deutschen-zeitungen-2021](http://www.bdzv.de/alle-themen/marktdaten/zur-wirtschaftlichen-lage-der-deutschen-zeitungen-2021) [15.11.2021].

**Bertscheck/Erdsiek (2020):** Soloselbständigkeit in der Corona-Krise. Digitalisierung hilft bei der Bewältigung der Krise, ZEW-Kurzexpertise Nr. 20-08, Mannheim. Online: [https://ftp.zew.de/pub/zew-docs/ZEWKurzexpertisen/ZEW\\_Kurzexpertise2008.pdf](https://ftp.zew.de/pub/zew-docs/ZEWKurzexpertisen/ZEW_Kurzexpertise2008.pdf) [15.11.2021].

**BINGK – Bundesingenieurkammer (2021):** 4. Kurzbefragung zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Kurzfassung des Berichts für Architekten und Ingenieure. Online: [https://bingk.de/wp-content/uploads/2022/01/2021\\_BAK\\_BIngK\\_Corona-4\\_Bericht-Gesamt\\_Kurzfassung.pdf](https://bingk.de/wp-content/uploads/2022/01/2021_BAK_BIngK_Corona-4_Bericht-Gesamt_Kurzfassung.pdf) [18.11.2021].

**Bitkom – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (2021a):**

Online: ITK Marktzahlen: [www.bitkom.org/Marktdaten/ITK-Konjunktur/ITK-Markt-Deutschland.html](http://www.bitkom.org/Marktdaten/ITK-Konjunktur/ITK-Markt-Deutschland.html) [18.11.2021].

**Bitkom – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (2021b):** Die Gaming-Trends 2021.

Online: [www.bitkom.org/sites/default/files/2021-08/bitkom-charts-gaming-trends-23-08-2021.pdf](http://www.bitkom.org/sites/default/files/2021-08/bitkom-charts-gaming-trends-23-08-2021.pdf) [18.11.2021].

**BMWK – Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2021):** Neustarthilfe.

Online: [www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de/UBH/Navigation/DE/Neustarthilfen/neustarthilfe\\_uebersicht.html](http://www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de/UBH/Navigation/DE/Neustarthilfen/neustarthilfe_uebersicht.html) [30.11.2021].

**BOEV – Börsenverein des deutschen Buchhandels (2021):** Der Buchmarkt in der Pandemie. Starke Nachfrage, schwierige Situation für den Handel, Konzepte für lebendige Innenstädte gefragt [Pressemitteilung], 08.07.2021.

Online: [www.boersenverein.de/presse/pressemitteilungen/detailseite/der-buchmarkt-in-der-pandemie-starke-nachfrage-schwierige-situation-fuer-den-handel-konzepte-fuer-lebendige-innenstaedte-gefragt](http://www.boersenverein.de/presse/pressemitteilungen/detailseite/der-buchmarkt-in-der-pandemie-starke-nachfrage-schwierige-situation-fuer-den-handel-konzepte-fuer-lebendige-innenstaedte-gefragt) [18.11.2021].

**Bundesagentur für Arbeit (2021):** Beschäftigungsstatistik, Zeitreihendaten zu den Berichtsjahren 2010 – 2020; zusätzliche Sonderauswertung nach KldB 2010

**BVMI – Bundesverband Musikindustrie (2021):** BVMI-Halbjahresbilanz.

Online unter: [www.musikindustrie.de/presse/presseinformationen/bvmi-halbjahresbilanz-1](http://www.musikindustrie.de/presse/presseinformationen/bvmi-halbjahresbilanz-1) [15.11.2021].

**DASL – Deutsche Akademie für Städtebau und Landesplanung (2021):** DASL – Kompakt. 1. Halbjahresbericht der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung, Mai 2021.

Online: [https://dasl.de/wp-content/uploads/2015/07/DASL-Kompakt-1\\_2021.pdf](https://dasl.de/wp-content/uploads/2015/07/DASL-Kompakt-1_2021.pdf) [18.11.2021].

**Destatis – Statistisches Bundesamt (2021a):** Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigung). Zeitreihendaten zu den Berichtsjahren 2010 – 2019.

**Destatis – Statistisches Bundesamt (2021b):** Umsatzsteuerstatistik (Veranlagung). Zeitreihendaten zu den Berichtsjahren 2010 – 2016.

**Destatis – Statistisches Bundesamt (2021c):** Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Zeitreihendaten zu den Berichtsjahren bis überwiegend 2020.

**DIHK – Industrie- und Handelskammer (2021):** Stimmung am Bau trübt sich ein. Sonderauswertung zur Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2021 [Pressemitteilung], 23.02.2021.

Online: [www.dihk.de/de/aktuelles-und-presse/aktuelle-informationen/stimmung-am-bau-truebt-sich-ein-37088](http://www.dihk.de/de/aktuelles-und-presse/aktuelle-informationen/stimmung-am-bau-truebt-sich-ein-37088) [18.11.2021].

**DJV – Deutscher Journalisten-Verband (2021):** Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den freien Journalismus.

Online unter: [www.djv.de/fileadmin/user\\_upload/Freidateien/Freie-Hintergrund/FreiumfrageDJV2021.pdf](http://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Freidateien/Freie-Hintergrund/FreiumfrageDJV2021.pdf) [15.11.2021].

**eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. (2020):** Start in eine digitale Dekade der Superlative: Neue eco Studie erwartet bis 2025 Umsatzzuwächse um 75 Prozent für die Internetwirtschaft in Deutschland.

Online: [www.eco.de/presse/start-in-eine-digitale-dekade-der-superlative-neue-eco-studie-erwartet-bis-2025-umsatzzuwachse-um-75-prozent-fuer-die-internetwirtschaft-in-deutschland/](http://www.eco.de/presse/start-in-eine-digitale-dekade-der-superlative-neue-eco-studie-erwartet-bis-2025-umsatzzuwachse-um-75-prozent-fuer-die-internetwirtschaft-in-deutschland/) [18.11.2021].

**eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. (2021):** Digitale Dekade: Internetwirtschaft ist Teil der Lösung.

Online: [www.eco.de/presse/digitale-dekade-internetwirtschaft-ist-teil-der-loesung/](http://www.eco.de/presse/digitale-dekade-internetwirtschaft-ist-teil-der-loesung/) [18.11.2021].

**EUROSTAT (2021):** Strukturelle Unternehmensstatistik 2013-2019.

Online unter: <https://ec.europa.eu/eurostat/de/web/structural-business-statistics> [03.12.2021]

**Falkenhagen, L. (2021):** Schriftsteller gehen bei den Bundeshilfen oft leer aus, 26.02.2021.

Online: [www.kulturrat.de/themen/corona-vs-kultur/schriftsteller-gehen-bei-den-bundeshilfen-oft-leer-aus/](http://www.kulturrat.de/themen/corona-vs-kultur/schriftsteller-gehen-bei-den-bundeshilfen-oft-leer-aus/) [18.11.2021].

**FAW – Fachverband Außenwerbung (2021):** OOH ist zurück auf Wachstumskurs (Pressemitteilung vom 29.07.2021).

Online: <https://faw-ev.de/pressemitteilungen/255-oooh-ist-zurueck-auf-wachstumskurs> [18.11.2021].

**Fraunhofer-Verbund IUK-Technologie (2021):** Wertschöpfung durch Software in Deutschland.

Online: [www.iuk.fraunhofer.de/content/dam/iuk/de/documents/positionspapier\\_wertsch%C3%B6pfung-durch-software\\_de.pdf](http://www.iuk.fraunhofer.de/content/dam/iuk/de/documents/positionspapier_wertsch%C3%B6pfung-durch-software_de.pdf) [18.11.2021].

**FEP – Federation of european publishers (2021):** One Year After. Consequences of the COVID-19 crisis on the book market – An overview of 2020, Federation of European Publishers, März 2021.

Online: [www.boersenblatt.net/sites/default/files/documents/2021-03/260321%20-%20One\\_Year\\_After\\_Brochure\\_FEP\\_COVID\\_Update\\_final\\_.pdf](http://www.boersenblatt.net/sites/default/files/documents/2021-03/260321%20-%20One_Year_After_Brochure_FEP_COVID_Update_final_.pdf) [18.11.2021].

**game – Verband der deutschen Games-Branche (2021a):** Infografik Deutscher Games-Markt 2021.

Online: [www.game.de/marktdaten/infografik-deutscher-games-markt-2021/](http://www.game.de/marktdaten/infografik-deutscher-games-markt-2021/) [18.11.2021].

**game – Verband der deutschen Games-Branche (2021b):** Wachstum Umsatz deutscher Games-Unternehmen.

Online: [www.game.de/marktdaten/wachstum-umsatz-deutscher-games-unternehmen/](http://www.game.de/marktdaten/wachstum-umsatz-deutscher-games-unternehmen/) [18.11.2021].

**game – Verband der deutschen Games-Branche (2021c):** Gamesmap, Stand: 18.11.2021. Online: [www.gamesmap.de/](http://www.gamesmap.de/) [18.11.2021].

**game – Verband der deutschen Games-Branche (2021d):** Deutscher Games-Markt wächst um 22 Prozent im ersten Halbjahr 2021.

Online: <https://www.game.de/deutscher-games-markt-waechst-um-22-prozent-im-ersten-halbjahr-2021> [18.11.2021].

**GWA – Gesamtverband Kommunikationsagenturen (2021):** Frühjahrsmonitor 2021.

Online: [www.gwa.de/content/uploads/2021/01/20210407\\_GWA\\_Fruehjahrsmonitor\\_2021.pdf](http://www.gwa.de/content/uploads/2021/01/20210407_GWA_Fruehjahrsmonitor_2021.pdf). [18.11.2021].

**HMS – Hamburg Media School (2020):** Die Games-Branche in Deutschland 2018/19/20.

Online: [www.game.de/wp-content/uploads/2020/12/Games-Studie\\_2018-20\\_HMS\\_2021-01-26\\_V3.pdf](http://www.game.de/wp-content/uploads/2020/12/Games-Studie_2018-20_HMS_2021-01-26_V3.pdf) [18.11.2021].

**Ingame (2021):** Twitch-Leak: Deutsche Top 20-Streamer – So viel verdienen sie wirklich.

Online: [www.ingame.de/news/streaming/twitch-einnahmen-leak-20-deutschen-twitch-streamer-millionen-montanablack-knossi-verdienst-geld-san-francisco-91045662.html](http://www.ingame.de/news/streaming/twitch-einnahmen-leak-20-deutschen-twitch-streamer-millionen-montanablack-knossi-verdienst-geld-san-francisco-91045662.html) [18.11.2021].

**Jarmuschek/Sturm (2021):** Reifezeit für die Kulturwirtschaft. Wo steht der Kunstmarkt heute? In: Politik & Kultur, Nr. 12/21-01/22.

Online: [https://www.bvdg.de/sites/default/files/BMS\\_KJ%20Reifezeit%20Kulturwirtschaft%20PUK%2012.2021.pdf](https://www.bvdg.de/sites/default/files/BMS_KJ%20Reifezeit%20Kulturwirtschaft%20PUK%2012.2021.pdf)

**Kirchberg (2019):** Wach-Operationen mit Musik den Schrecken nehmen. In: Die Rheinpfalz online.

Online: <https://themenwelten.rheinpfalz.de/universitaetsklinik-mannheim-arbeitsgruppe-wach-op-operationen-musik-miriam-ratliff-neurochirurgische-klinik-neuroonkologisches-zentrum-79125> [15.11.2021].

**Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2021):** Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie. Ökonomische Auswirkungen 2021 & 2022 anhand einer Szenarioanalyse (Stand: Dezember 2021). [Die Umsatzzahlen wurden Goldmedia vor Veröffentlichung zur Verfügung gestellt]

**Produzentenallianz (2020):** Produzentenallianz-Herbstumfrage 2019/20, Eine Zusammenfassung. Online: [www.produzentenallianz.de/dokumente/publikation/produzentenallianz-herbstumfrage-2019-20-eine-zusammenfassung/](http://www.produzentenallianz.de/dokumente/publikation/produzentenallianz-herbstumfrage-2019-20-eine-zusammenfassung/) [18.11.2021].

**ProSiebenSat.1 Media SE (2021):** Halbjahresfinanzbericht 2021.

Online: [www.prosiebensat1.com/uploads/2021/08/04/P7S1\\_Q2\\_2021\\_DE.pdf](http://www.prosiebensat1.com/uploads/2021/08/04/P7S1_Q2_2021_DE.pdf) [13.11.2021].

**PwC – PricewaterhouseCoopers GmbH (2021):** German Entertainment & Media Outlook 2021–2025. Fakten, Prognosen und Trends für 13 Segmente der Entertainment- und Medienbranche in Deutschland.

Online: [www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/german-entertainment-and-media-outlook-2021-2025.html](http://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/german-entertainment-and-media-outlook-2021-2025.html) [26.11.2021].

**Rentz, I. (2020):** ZAW entwirft düstere Prognose für 2020 – und erhöht den Druck auf die Politik, in: Horizont (04.06.2020).

Online: [www.horizont.net/marketing/nachrichten/werbekonjunktur-zawentwirft-duistere-prognose-fuer-2020---und-erhoeht-den-druck-auf-die-politik-183400](http://www.horizont.net/marketing/nachrichten/werbekonjunktur-zawentwirft-duistere-prognose-fuer-2020---und-erhoeht-den-druck-auf-die-politik-183400) [13.11.2021].

**RTL Group (2021):** Halbjahresbilanz 2021.

Online: [www.rtlgroup.com/files/pdf3/2021.08-rtl-group-interim-results-2021\\_presentation-deutsch.pdf](http://www.rtlgroup.com/files/pdf3/2021.08-rtl-group-interim-results-2021_presentation-deutsch.pdf) [13.11.2021].

**Söndermann, Michael (2012):** Kurzanleitung zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft.

Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. 2. Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz 2011.

1. Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz 2009.

**SPIO – Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (2021):** Kinos 2020. Online: [www.spio.de/?seitid=26&tid=3](http://www.spio.de/?seitid=26&tid=3) [28.11.2021].

**Streamlabs-Blog (2020):** Streamlabs & Stream Hatchet Q3 Live Streaming Industry Report.

Online: <https://blog.streamlabs.com/streamlabs-stream-hatchet-q3-live-streaming-industry-report-a49adba105ba> [18.11.2021].

**VAUNET (2021):** VAUNET-Prognose zum Medienmarkt 2021.

Online: [www.vau.net/pressebilder/content/publikation-grafiken-vaunet-prognose-medienmarkt-2021](http://www.vau.net/pressebilder/content/publikation-grafiken-vaunet-prognose-medienmarkt-2021) [15.11.2021].

**VDID – Verband Deutscher Industriedesigner (2021):** VDID Blitzumfrage 2021, 17.03.2021.

Online: [www.vdid.de/news/pdf/2861\\_1.pdf](http://www.vdid.de/news/pdf/2861_1.pdf). [18.11.2021].

**VDR – Verband der Restauratoren: (2021)** Die Situation der Restaurator:innen im Frühjahr 2021.

Online: [www.restauratoren.de/zweite-umfrage-zur-situation-der-restauratorinnen-in-der-pandemie/](http://www.restauratoren.de/zweite-umfrage-zur-situation-der-restauratorinnen-in-der-pandemie/). [18.11.2021].

**ver.di (2021):** Corona FAQ für Soloselbständige, Stand: 18.10.2021. Online: <https://selbststaendige.verdi.de/beratung/corona-infopool/++co++aa8e1eea-6896-11ea-bfc7-001a4a160100> [18.11.2021].

**ZAW – Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (2021):** Wirtschaft und Werbung 2020.

Online: [zaw.de/branchendaten/wirtschaft-und-werbung-2019/](http://zaw.de/branchendaten/wirtschaft-und-werbung-2019/) [30.11.2021].



