



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Monitoringbericht 2016: Ausgewählte wirtschaftliche Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft

Kurzfassung

Impressum

Herausgeber

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

Text und Redaktion

Zentrum für Europäische Wirtschafts-
forschung GmbH (ZEW)
Fraunhofer-Institut für System- und
Innovationsforschung ISI
Prof. Dr. Irene Bertschek (ZEW, Projektleitung)
Dr. Jörg Ohnemus (ZEW)
Daniel Erdsiek (ZEW)
Dr. Simone Kimpeler (Fraunhofer ISI)
Dr. Christian Rammer (ZEW)
Erduana Shala (Fraunhofer ISI)

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Stand

November 2016

Druck

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt

Bildnachweis

birdys – Photocase (Titel)

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



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



Diese und weitere Broschüren erhalten Sie bei:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Referat Öffentlichkeitsarbeit
publikationen@bundesregierung.de
www.bmwi.de

Zentraler Bestellservice:

Telefon: 030 182722721
Bestellfax: 030 18102722721

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
1.1	Auftrag	2
1.2	Definition	2
2	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick	4
2.1	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland	4
2.2	Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Wertschöpfung	6
2.3	Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft	7
2.4	Kulturelle und kreative Beschäftigung in Deutschland	8
3	Internationalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft	12
3.1	Exportquoten der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft	12
3.2	Ergebnisse der Unternehmensbefragung	13
4	Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft	18
5	Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich	22
5.1	Innovationsausgaben	22
5.2	Einführung von Innovationen	24
5.3	Direkte Innovationserfolge	25
6	Zusammenfassung	28
7	Anhang	34
7.1	Ausführliche Tabellen	34
7.2	Literaturverzeichnis	46

1 Einleitung

1.1 Auftrag

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, und das Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Karlsruhe, führen inzwischen zum vierten Mal im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) das jährliche Monitoring der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland durch. Der aktuelle Monitoringbericht setzt das Monitoring der vergangenen Jahre fort.¹ Er untersucht die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Gesamtwirtschaft und stellt die Entwicklung wirtschaftlicher Kennzahlen für den Zeitraum 2010 bis 2015 dar.² Grundlage für diese Analysen sind Daten aus öffentlich zugänglichen Quellen, Datenbestände am ZEW sowie aus einer repräsentativen Erhebung, die das ZEW 2016 in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland durchgeführt hat.

Folgende Fragestellungen stehen im Zentrum des aktuellen Monitorings:

- Welche ökonomische Bedeutung hat die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft und im Vergleich zu anderen klassischen Branchen in Deutschland?
 - Was zeichnet die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Besonderen aus?
 - Wie haben sich die Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Teilmärkte in den letzten Jahren hinsichtlich der Kernindikatoren (Umsatz, Wertschöpfung, Unternehmen, Beschäftigung) und der Exportaktivität entwickelt?
 - Wie entwickeln sich die Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland?
 - Wie stellt sich die Innovationsleistung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich dar?
- Wie viele Kultur- und Kreativschaffende sind innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft und wie viele außerhalb tätig?
 - Wie gestaltet sich die Internationalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland?

1.2 Definition

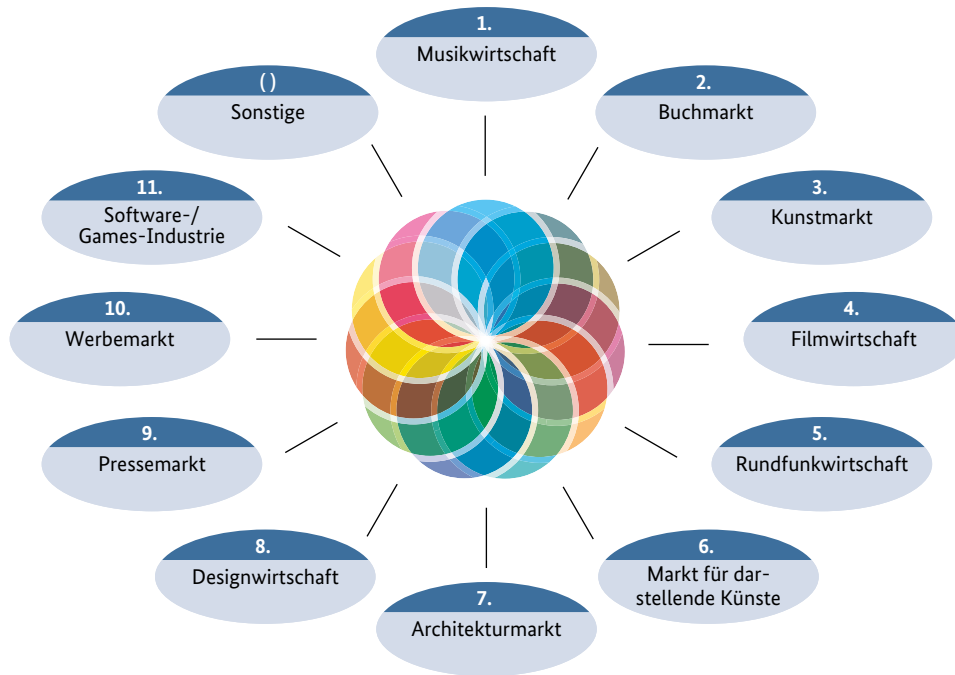
Die diesem Bericht zugrunde liegende Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft folgt der Wirtschaftsministerkonferenz, die den Fokus auf erwerbswirtschaftliche Unternehmen legt.³

„Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“ Das wesentliche Kriterium der Definition ist der erwerbswirtschaftliche Charakter der Unternehmen. Zu diesem Kreis der Unternehmen gehören demnach alle marktwirtschaftlichen Unternehmen, die Mehrwertsteuerpflichtig sind oder die mit Kunst, Kultur und Kreativität Geld verdienen wollen. Nicht zu diesem Kreis zählen all jene Unternehmen oder Einrichtungen, die sich weitgehend nicht durch den Markt finanzieren, sondern durch öffentliche Finanzierung getragen, durch Gebührenfinanzierung unterhalten oder durch gemeinnützige Gelder bzw. private Geldgeber gefördert werden. Eine solche Unterscheidung zwischen erwerbswirtschaftlichen oder marktwirtschaftlichen Unternehmen einerseits und nichtmarktwirtschaftlichen Unternehmen andererseits ist aus ordnungs- und steuerpolitischen Gründen für die Lage in Deutschland von besonderer Bedeutung.

1 Für den letztjährigen Bericht siehe Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016), Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014, Langfassung, Berlin.

2 Kennzahlen sind teilweise auch für frühere Jahre verfügbar und wurden nur aufgrund einer kompakten und übersichtlichen Darstellungsform nicht aufgeführt. Sie können aber gerne auf Nachfrage bei den Autoren des Berichts bezogen werden.

3 Wirtschaftsministerkonferenz (2009), Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten, Köln.

Abbildung 1.1: Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2009

2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick

Die nachfolgenden Analysen basieren auf Daten der amtlichen Statistiken des Statistischen Bundesamtes und der Bundesagentur für Arbeit. Die unterschiedlichen Datenquellen und Berechnungsmethoden werden im Anhang der Langfassung zu diesem Bericht ausführlich erläutert.

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Anzahl der Unternehmen steigt seit dem Jahr 2009 kontinuierlich an

Im Jahr 2015 verzeichnet die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland schätzungsweise rund 250.600 Unternehmen (siehe Tabelle 2.1). Dies ist ein Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um rund 1,4 Prozent.⁴ Seit dem Jahr 2009 hat die Zahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft kontinuierlich zugenommen. Diese Unternehmen erwirtschafteten im Jahr 2015 einen Umsatz von schätzungsweise über 150 Milliarden Euro. Der prognostizierte Umsatzzuwachs fällt mit 2,4 Prozent erneut positiv aus. Die Kultur- und Kreativwirtschaft trägt im Jahr 2015 schätzungsweise mit 65,5 Milliarden Euro und somit rund 2,2 Prozent zur gesamten Bruttowertschöpfung in Deutschland bei. Auch die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist erneut deutlich angestiegen, nämlich um 3,2 Prozent auf aktuell 834.300. Rechnet man die rund 250.600 Selbständigen zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hinzu, ergibt sich eine Kernerwerbsquote in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2015 von rund 1.085.000 Erwerbstätigen. Dies entspricht einem Zuwachs von mehr als 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Sozialversicherungspflichtige Beschäftigung seit 2010 gestiegen, geringfügige Beschäftigung weiterhin rückläufig

Der Rückgang der geringfügigen Beschäftigung bei gleichzeitigem Anstieg sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung ist erneut ein Indikator dafür, dass innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2015 mehr Menschen in reguläre Beschäftigungsverhältnisse gewechselt haben. Ausgehend von rund 349.000 geringfügig Beschäftigten im Jahr 2014, ist diese Zahl um knapp 12 Prozent auf nur noch rund 308.000 Beschäftigte im Jahr 2015 zurückgegangen.

Die Zahl der geringfügig Tätigen, also Selbständige und Freiberufler mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro, ist hingegen stabil bei rund 211.000 geblieben. In der Summe beläuft sich die Gesamterwerbstätigenzahl für das Jahr 2015 auf über 1,6 Millionen. Aufgrund des starken Rückgangs der geringfügigen Beschäftigung ist die Gesamterwerbstätigenzahl im Jahr 2015 ebenfalls rückläufig im Vergleich zum Vorjahr.

Die zentralen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland haben sich im Jahr 2015 erneut gegenüber dem Vorjahr verbessert und setzen den seit 2009 zu beobachtenden positiven Trend in der Branchenentwicklung weiter fort. Allerdings ist zu vermerken, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft sich hinsichtlich zahlreicher Indikatoren ähnlich wie die Gesamtwirtschaft entwickelt. So sind beispielsweise der Anteil an Unternehmen und der Umsatzanteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft in den letzten Jahren nahezu konstant geblieben. Ähnlich verhält es sich mit der Bruttowertschöpfung. Auch hier ist der Anteil in den vergangenen Jahren relativ konstant geblieben. Obwohl die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen hat, ist auch hier der Anteil an der Gesamtwirtschaft in den letzten Jahren nur geringfügig gestiegen.

Im Durchschnitt 138.600 Euro Umsatz und 60.300 Euro Bruttowertschöpfung pro Erwerbstätigem

Die Branchenstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnet sich traditionsgemäß durch eine hohe Anzahl von Klein- und Kleinstunternehmen aus. In einem Unternehmen sind durchschnittlich 4,33 Menschen erwerbstätig, davon durchschnittlich 3,33 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Obwohl auch der Umsatz pro Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr erneut gestiegen ist (plus 1 Prozent), liegt der durchschnittliche Umsatz pro Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit 600.100 Euro bei nur einem Drittel des gesamtwirtschaftlichen Durchschnittswerts. Bezogen auf die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland erwirtschaftet jeder (Kern-) Erwerbstätige in der Branche einen Umsatz von 138.600 Euro und trägt mit 60.300 Euro zur Bruttowertschöpfung bei. Der Anteil Selbständiger an allen Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft war in den vergangenen Jahren leicht rückläufig und liegt momentan bei rund 23 Prozent.

⁴ Die im Vorjahresbericht für das Jahr 2014 geschätzten Werte wurden im aktuellen Bericht durch die tatsächlich realisierten Werte des Jahres 2014 ersetzt. Damit kann es zu Abweichungen zwischen den Zahlen für das Jahr 2014 im aktuellen Bericht im Vergleich zum Vorjahresbericht kommen.

Tabelle 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2010 bis 2015*

Kategorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	Veränderung 2014/2015
Anzahl Unternehmen (in Tausend)^{1a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	239,5	244,3	245,8	246,4	247,2	250,6	1,36 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,57 %	7,60 %	7,56 %	7,60 %	7,63 %	7,64 %	
Umsatz (in Milliarden Euro)							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	137,3	141,0	143,3	143,2	146,9	150,4	2,37 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,62 %	2,48 %	2,49 %	2,48 %	2,50 %	2,44 %	
Beschäftigung							
Kern-Erwerbstätige (in Tausend)^{2a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	952,4	976,6	1.011,5	1.037,1	1.056,0	1.084,9	2,74 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,06 %	3,07 %	3,11 %	3,16 %	3,16 %	3,19 %	
<i>sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (in Tausend)^{3a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	712,8	732,3	765,7	790,7	808,8	834,3	3,16 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,55 %	2,56 %	2,62 %	2,67 %	2,68 %	2,71 %	
<i>Selbständige (in Tausend)^{4a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	239,5	244,3	245,8	246,4	247,2	250,6	1,36 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,57 %	7,60 %	7,56 %	7,60 %	7,63 %	7,64 %	
geringfügig Erwerbstätige (in Tausend)^{5a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	592,9	593,2	586,9	555,7	560,3	518,7	-7,43 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,94 %	6,80 %	6,78 %	6,38 %	6,42 %	4,33 %	
<i>geringfügig Tätige (in Tausend)^{6a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	214,0	224,8	221,9	203,3	210,9	211,1	0,09 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	19,57 %	18,90 %	20,84 %	20,42 %	22,14 %	23,97 %	
<i>geringfügig Beschäftigte (in Tausend)^{7a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	378,9	368,4	365,0	352,4	349,4	307,6	-11,96 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	5,09 %	4,89 %	4,81 %	4,57 %	4,47 %	3,94 %	
Erwerbstätige insgesamt (in Tausend)^{8a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	1.545,3	1.569,9	1.598,4	1.592,8	1.616,3	1.603,6	-0,78 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,89 %	3,87 %	3,88 %	3,83 %	3,84 %	3,48 %	
Bruttowertschöpfung (in Milliarden Euro)^{9a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	59,9	61,4	62,8	63,7	64,0	65,5	2,22 %
Anteil KKW am BIP	2,32 %	2,27 %	2,28 %	2,25 %	2,19 %	2,16 %	
Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.580,1	2.703,1	2.758,3	2.826,2	2.923,9	3.032,8	3,72 %

Anmerkung: *Werte für 2015 basieren teilweise auf eigenen Schätzungen und vorläufigen amtlichen Ergebnissen. Schätzungen berücksichtigen die Entwicklungsraten der Vorjahre, die Konjunkturstatistik im Dienstleistungsbereich für 2015 und die Beschäftigungsstatistik 2015. →

1a Steuerpflichtige Unternehmer und Unternehmerinnen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz.

2a Erwerbstätige umfassen steuerpflichtige Unternehmer/innen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB).

3a Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte (GB).

4a Anzahl der Selbständigen entspricht der Anzahl steuerpflichtiger Unternehmer/innen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz.

5a Geringfügig Erwerbstätige umfassen die geringfügig Tätigen und die geringfügig Beschäftigten.

6a Geringfügig Tätige umfassen Freiberufler und Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz auf Basis des Mikrozensus.

7a Geringfügig Beschäftigte (geringfügig entlohnte Beschäftigte und kurzfristig Beschäftigte) auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (verwendeter Stichtag jeweils der 30.06.).

8a Erwerbstätige insgesamt umfasst sämtliche Selbständige und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Beschäftigter und Tätiger.

9a Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und umfasst die WZ 2008 2-steller Auswahl: 58, 59–60, 73, 90–92. Wert für 2015 geschätzt. Abweichungen zu den im Vorjahr publizierten Werten ergeben sich aufgrund von Revisionen in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

Tabelle 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2010 bis 2015*

Kategorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	Veränderung 2014/2015
weitere Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft							
Umsatz je Unternehmen (in Tausend Euro)	573,3	577,1	583,1	581,1	594,2	600,1	1,00 %
Umsatz je sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (in Tausend Euro)	192,7	192,5	187,2	181,0	181,6	180,2	-0,76 %
Umsatz je Erwerbstätigen (in Tausend Euro)	144,2	144,3	141,7	138,0	139,1	138,6	-0,35 %
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte je Unternehmen	2,98	3,00	3,12	3,21	3,27	3,33	1,78 %
Erwerbstätige je Unternehmen	3,98	4,00	4,12	4,21	4,27	4,33	1,36 %
Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen (in Tausend Euro)	62,9	62,9	62,1	61,4	60,6	60,3	-0,50 %
Anteil Selbständige an Erwerbstätigen	25,15 %	25,01 %	24,30 %	23,75 %	23,41 %	23,10 %	

Anmerkung: *Werte für 2015 basieren teilweise auf eigenen Schätzungen und vorläufigen amtlichen Ergebnissen. Schätzungen berücksichtigen die Entwicklungsraten der Vorjahre, die Konjunkturstatistik im Dienstleistungsbereich für 2015 und die Beschäftigungsstatistik 2015.
 Quelle: Destatis, 2016a,b,c; Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

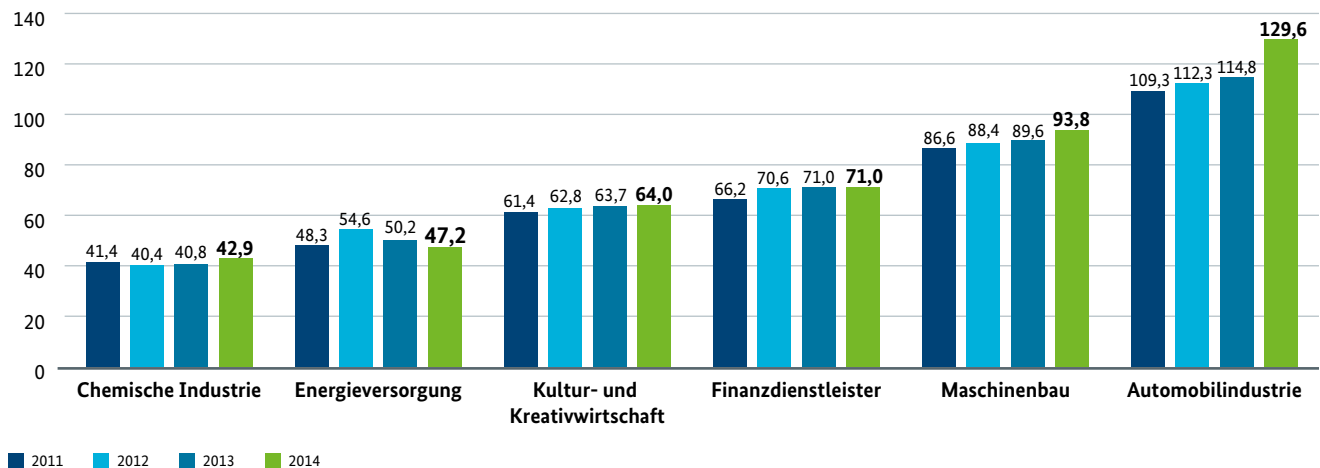
2.2 Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Wertschöpfung

Bruttowertschöpfung leicht gestiegen

Die Bruttowertschöpfung ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr leicht auf

64 Milliarden Euro gestiegen. Sie zeichnet sich damit weiterhin durch ein anhaltendes Wachstum aus. Im Zeitraum 2010 bis 2014 ist sie um insgesamt 5,7 Milliarden Euro gestiegen, während andere Branchen zum Teil unterschiedliche Entwicklungsverläufe aufweisen (siehe Abbildung 2.1). Beispielsweise konnte die Chemische Industrie erst im Jahr 2014 ihren Trend der negativen Entwicklung der Brutto-

Abbildung 2.1: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2011–2014 (in Mrd. Euro)



Lesehilfe: Die Bruttowertschöpfung betrug in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2014 64 Milliarden Euro. Sie war damit geringer als im Maschinenbau und in der Automobilindustrie, aber höher als in der Chemischen Industrie und bei den Energieversorgern.

Anmerkung: Die Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst hier die WZ 2008 2-steller Auswahl: 58, 59–60, 73, 90–92. Abweichungen zu den im Vorjahr publizierten Werten ergeben sich aufgrund von Revisionen in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Destatis, 2016; eigene Berechnungen ZEW

wertschöpfung stoppen und erstmals wieder deutlich zulegen. Sichtlich hinter der Kultur- und Kreativwirtschaft liegen die Energieversorger, die auch für 2014 einen Rückgang der Bruttowertschöpfung verzeichnen mussten. Eine deutlich steigende Bruttowertschöpfung weisen die exportstarken Branchen Maschinenbau und Automobilindustrie auf. Beide Branchen liegen damit mit Abstand vor der Kultur- und Kreativwirtschaft.

2.3 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft

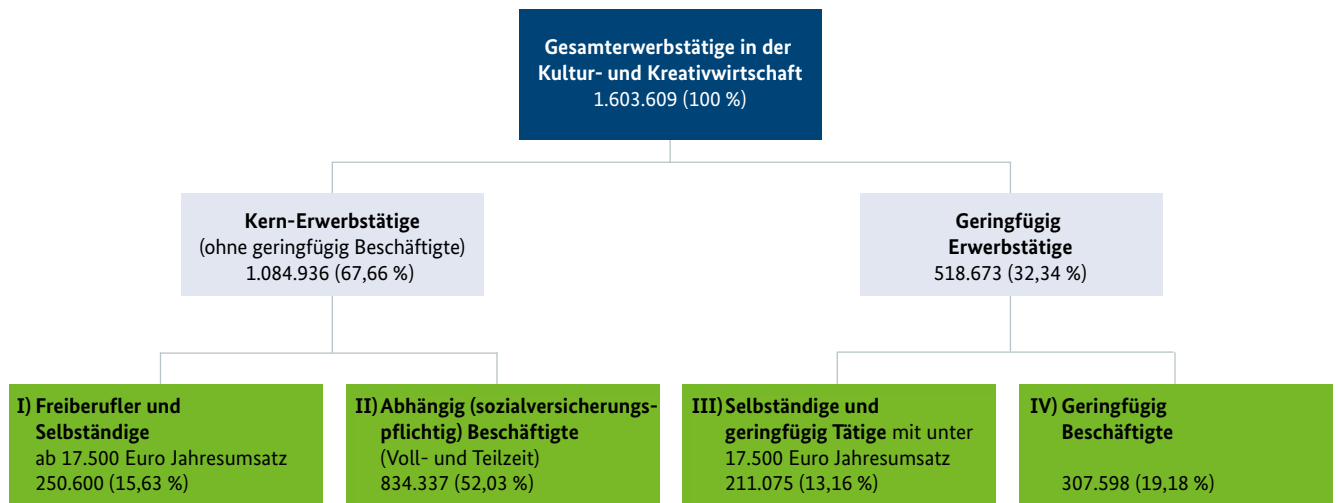
Zahl der insgesamt Erwerbstätigen erneut über 1,6 Millionen

Die Anzahl der insgesamt Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt im Jahr 2015, trotz leichtem Rückgang, erneut über der Marke von 1,6 Millionen (siehe Abbildung 2.2). Die Kernbeschäftigung bestehend aus sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und Selbständigen

legte im Vergleich zum Vorjahr deutlich zu, was hauptsächlich an der steigenden Zahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungsverhältnisse in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt. Weiterhin und im vergangenen Jahr besonders deutlich rückläufig ist die Zahl der geringfügig Beschäftigten.

Insgesamt sind im Jahr 2015 in der Kultur- und Kreativwirtschaft 1.084.936 Menschen als Freiberufler und Selbständige oder als abhängig Beschäftigte erwerbstätig. Hinzu kommt mit 518.673 Beschäftigten eine im Vergleich zu anderen Branchen und der Gesamtwirtschaft hohe Zahl an geringfügig Erwerbstätigen (Selbständige und geringfügig Tätige mit unter 17.500 Euro Jahresumsatz sowie geringfügig Beschäftigte). Insbesondere die Zahl an geringfügig Tätigen ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft außerordentlich hoch und macht gesamtwirtschaftlich gesehen fast ein Viertel aller geringfügig Tätigen aus. Die Gesamterwerbstätigenzahl in der Kultur- und Kreativwirtschaft ergibt sich aus der Summe der verschiedenen Beschäftigtengruppen und beläuft sich im Jahr 2015 auf 1.603.609.

Abbildung 2.2: Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2015*



Anmerkung: *Werte teilweise geschätzt.

Quelle: Destatis, 2016a,b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

2.4 Kulturelle und kreative Beschäftigung in Deutschland

Kulturelle und kreative Tätigkeiten bzw. Berufe finden sich in vielen Bereichen der Volkswirtschaft und sind nicht nur auf die in diesem Bericht verwendete (Wirtschaftszweig-) Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft beschränkt. Beispielsweise sind Marketing- und Werbeberufe auch bei großen Finanzdienstleistern oder in der Automobilindustrie anzutreffen. Demgegenüber stehen die in der Kultur- und Kreativwirtschaft Beschäftigten, die keine kulturellen oder kreativen Berufe ausüben, wie beispielsweise das administrative Personal eines Musikverlags oder der Hausmeister in einem Architekturbüro.

Im vorliegenden Abschnitt verfolgen wir diesen Ansatz⁵ und geben einen tätigkeits- bzw. berufsbierten Überblick über die kulturelle und kreative Beschäftigung in Deutschland. Basierend auf einem Ansatz aus dem Vereinigten

Königreich werden hierfür bestimmte Berufe als kulturelle und kreative Berufe definiert. Auf Grundlage dieser Abgrenzung kann die Beschäftigung in dieser Berufsgruppe analysiert werden – für die Gesamtwirtschaft, für einzelne Branchen und für die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Grundlage hierfür sind detaillierte Beschäftigungsdaten der Bundesagentur für Arbeit. Gegenüber der klassischen Abgrenzung nach Wirtschaftszweigen können diese Daten ein vollständigeres Bild der kulturellen und kreativen Beschäftigung in Deutschland zeichnen.

Im Jahr 2013 sind rund 430.000 kulturell und kreativ Tätige sozialversicherungspflichtig oder geringfügig in einem der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt. Bis zum Jahr 2015 nimmt dieser Wert auf etwa 459.000 Beschäftigte zu (siehe Tabelle 2.2). Dies entspricht einem Anstieg des Anteils der kulturell und kreativ Tätigen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft um 2,5 Prozentpunkte (siehe Abbildung 2.3), von 37,6 Prozent auf 40,1 Prozent.

Tabelle 2.2: Kulturell und kreativ Tätige 2013 und 2015 – sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte

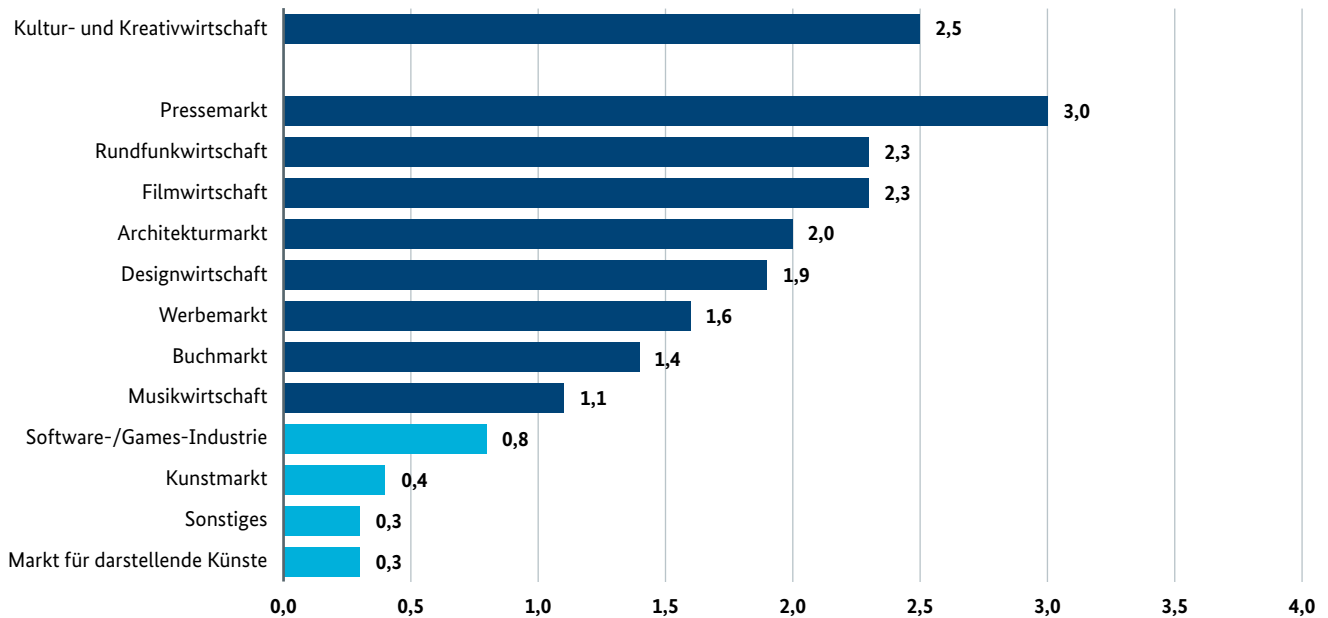
	2013			2015		
	Insgesamt Beschäftigte	Summe kulturell und kreativ Tätige	Anteil kulturell und kreativ Tätige	Insgesamt Beschäftigte	Summe kulturell und kreativ Tätige	Anteil kulturell und kreativ Tätige
Musikwirtschaft	46.587	22.880	49,1%	47.862	24.032	50,2%
Buchmarkt	80.313	31.367	39,1%	73.579	29.778	40,5%
Kunstmarkt	9.929	1.746	17,6%	9.471	1.704	18,0%
Filmwirtschaft	64.643	26.985	41,7%	64.427	28.393	44,1%
Rundfunkwirtschaft	25.033	15.024	60,0%	26.050	16.242	62,4%
Markt für darstellende Künste	33.025	15.427	46,7%	35.426	16.641	47,0%
Designwirtschaft	141.603	47.357	33,4%	140.683	49.676	35,3%
Architekturmarkt	89.070	41.216	46,3%	95.738	46.238	48,3%
Pressemarkt	246.914	57.019	23,1%	207.909	54.324	26,1%
Werbemarkt	212.459	62.425	29,4%	210.711	65.242	31,0%
Software- und Games-Industrie	312.562	148.852	47,6%	348.374	168.866	48,5%
Sonstige	9.387	1.871	19,9%	8.828	1.790	20,3%
Kultur- und Kreativwirtschaft*	1.143.733	430.085	37,6%	1.142.538	458.677	40,1%
Gesamtwirtschaft	37.331.784	1.989.812	5,3%	38.476.047	2.081.672	5,4%
Gesamtwirtschaft (ohne Kultur- und Kreativwirtschaft)	36.188.051	1.559.727	4,3%	37.333.509	1.622.995	4,3%

Anmerkung: *Summe Kultur- und Kreativwirtschaft ohne Doppelzählung.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

5 Erstmals wurde diese Analyse im „Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013“ (siehe Seite 40 ff.) durchgeführt.

Abbildung 2.3: Entwicklung des Anteils Erwerbstätiger mit kulturellen und kreativen Berufen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen 2013 und 2015 (in Prozentpunkte)



Lesehilfe: Der Anteil der Beschäftigten mit kulturellen und kreativen Berufen unter den sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten hat im Pressemarkt zwischen 2013 und 2015 um 3,0 Prozentpunkte zugenommen.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

Sowohl die Anzahl als auch der Anteil der kulturell und kreativ Tätigen variiert innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Teil stark zwischen den verschiedenen Teilmärkten. Bezüglich der Anzahl der Beschäftigten mit kulturellen oder kreativen Berufen platziert sich die Software- und Games-Industrie mit fast 169.000 Erwerbstätigen im Jahr 2015 auf dem ersten Platz. An zweiter und dritter Stelle folgen der Werbemarkt und der Pressemarkt mit etwa 65.000 bzw. 54.000 kulturell und kreativ Beschäftigten im Jahr 2015. An letzter Stelle positioniert sich der Kunstmarkt, der im Jahr 2015 lediglich 1.704 kulturell und kreativ Tätige beschäftigt.

Gemessen am Anteil der Erwerbstätigen mit kulturellen und kreativen Berufen im jeweiligen Teilmarkt liegt im Jahr 2015 die Rundfunkwirtschaft vorne. 62,4 Prozent der Beschäftigten üben einen kulturellen bzw. kreativen Beruf aus. An zweiter Stelle folgt die Musikwirtschaft, in der geringfügig mehr als die Hälfte der dort insgesamt Erwerbstätigen einer kulturellen oder kreativen Tätigkeit nachgehen. Der Kunstmarkt weist aktuell mit 18,0 Prozent den geringsten Anteil kulturell und kreativ Beschäftigter auf.

In allen Teilmärkten hat es zwischen den Jahren 2013 und 2015 eine Zunahme des Anteils der Erwerbstätigen mit kulturellen und kreativen Berufen gegeben (siehe Abbildung 2.3). Den deutlichsten Anstieg verzeichnet der Pressemarkt, bei einer allerdings insgesamt rückläufigen Beschäftigung,⁶ mit einer Zunahme um 3,0 Prozentpunkte. Ebenfalls Anstiege mit über 2 Prozentpunkten verzeichnete die Rundfunk- und die Filmwirtschaft. Am geringsten nahm der Anteil der Beschäftigten mit kulturellen und kreativen Berufen im Markt für darstellende Künste und im Kunstmarkt zu.

Unter den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft machen die kulturell und kreativ Tätigen in allen Teilmärkten einen höheren Anteil aus als bei gemeinsamer Betrachtung der geringfügig und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zusammen. Dies wiederum bedeutet höhere Anteilswerte der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit kulturellen und kreativen Tätigkeiten als für die geringfügig Beschäftigten. So liegt der durchschnittliche Anteil der kulturell und kreativ sozialversicherungspflichtig Beschäftigten innerhalb der Kreativwirtschaft im Jahr 2015 bei 51,7 Prozent (siehe Abbildung 2.4), während es für die sozialversicherungspflichtig und gering-

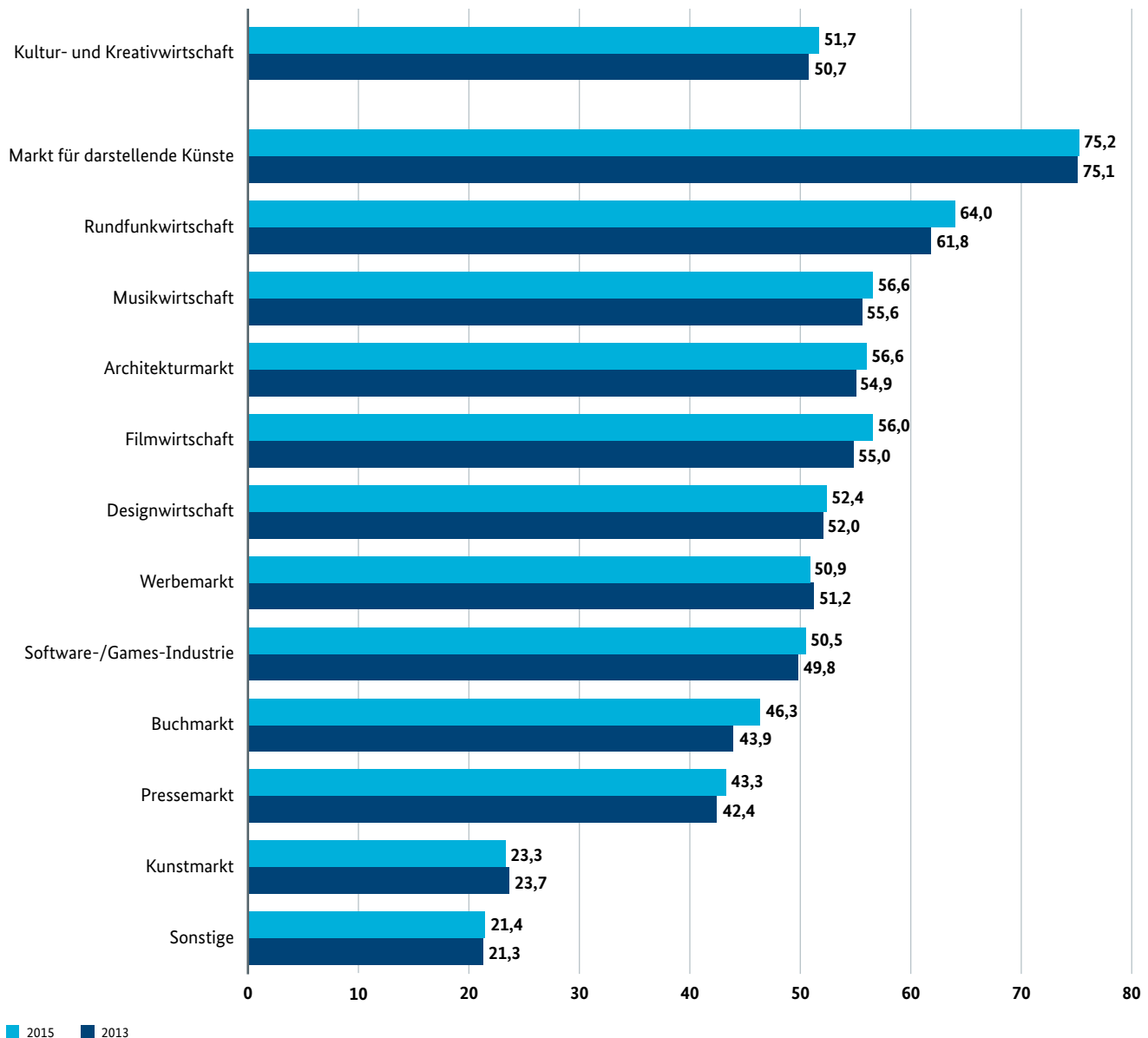
6 Gemessen an der Summe aus sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten.

fülig Beschäftigten zusammen lediglich 40,1 Prozent sind. Der Markt für darstellende Künste erreicht im Jahr 2015 hinsichtlich des Anteils der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft kulturell und kreativ tätig sind, einen Rekordwert von 75,2 Prozent.

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die nicht

kulturellen und kreativen Tätigkeiten nachgehen, ist von rund 714.000 im Jahr 2013 auf etwa 684.000 im Jahr 2015 gesunken (siehe Abbildung 2.5). Die kulturell und kreativ Tätigen außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtend, lässt sich folgende Tendenz feststellen: Sind im Jahr 2013 etwa 1.560.000 Beschäftigte außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft kulturell und kreativ tätig, beläuft sich dieser Wert im Jahr 2015 auf ungefähr 1.623.000 Beschäftigte.

Abbildung 2.4: Anteil kulturell und kreativ Tätiger unter den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft (in Prozent)



■ 2015 ■ 2013
 Lesehilfe: Im Markt für darstellende Künste üben im Jahr 2015 75,2 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einen kulturell oder kreativen Beruf aus.
 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

Verhältnismäßig hoch ist der Anteil in der Pharmaindustrie mit 4,1 Prozent kulturell und kreativ Tätiger an allen Beschäftigten der Branche (siehe Abbildung 2.6). Während über alle in Abbildung 2.6 berücksichtigten Vergleichsbranchen hinweg der Anteil der kulturell und kreativ

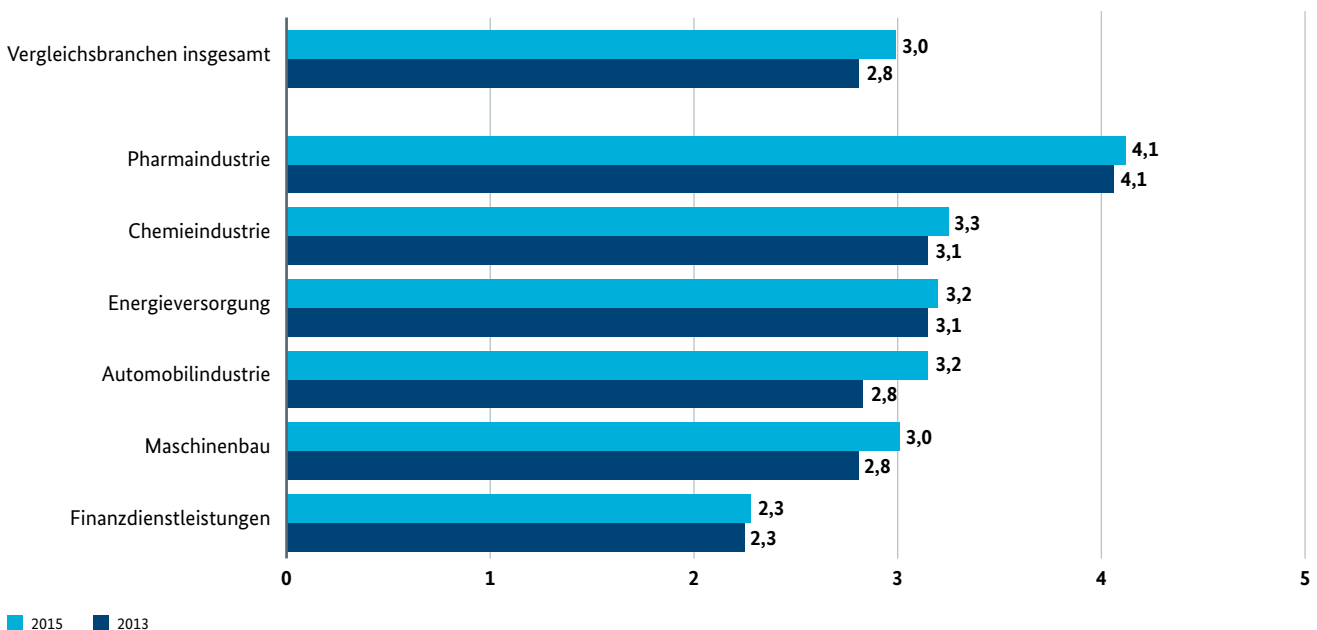
Tätigen von 2013 bis 2015 zunimmt, verzeichnet die Automobilindustrie den größten Anstieg. Beträgt der Anteil im Jahr 2013 noch 2,8 Prozent, so steigt er im Jahr 2015 auf 3,2 Prozent an.

Abbildung 2.5: Die Kultur- und Kreativökonomie in 2015 und 2013



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

Abbildung 2.6: Anteil kulturell und kreativ Tätiger in ausgewählten Branchen außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft (in Prozent)



Lesehilfe: In der Pharmaindustrie üben im Jahr 2015 4,1 Prozent der sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten einen kulturell oder kreativen Beruf aus.

Anmerkung: Unterschiede in der Balkenlänge bei ansonsten identischen Zahlen ergeben sich durch Unterschiede in den weiteren Nachkommastellen.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

3 Internationalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Zur Analyse der internationalen Aktivitäten der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft werden im Folgenden unterschiedliche Datensätze herangezogen: Die deutsche Umsatzsteuerstatistik 2010 bis 2014 ist Grundlage für die Betrachtung der Exportquoten der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer elf Teilmärkte und deren Vergleich mit anderen Branchen wie Chemie, Maschinenbau, Automobilindustrie und wissensintensiven Dienstleistern. Für eine tiefergehende Analyse der Internationalisierungsstrategien der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft wurde eine Erhebung bei Selbständigen und Unternehmen innerhalb der Branche durchgeführt, deren repräsentative Ergebnisse hier vorgestellt werden.⁷

3.1 Exportquoten der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Exportquoten berechnen sich aus dem Quotienten der Lieferungen und Leistungen mit Vorsteuerabzug und dem Gesamtumsatz. Sie werden sowohl für die elf Teilmärkte als auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt berechnet und den Quoten der Automobilindustrie, des Maschinenbaus, der Chemischen Industrie sowie der wissensintensiven Dienstleister vergleichend gegenübergestellt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist insgesamt sehr viel weniger exportorientiert als die Vergleichsbranchen aus dem Verarbeitenden Gewerbe (Chemie, Maschinenbau, Automobilindustrie). Dieser Umstand dürfte dem

Tabelle 3.1: Exportquoten 2010–2014

		2010	2011	2012	2013	2014
1. Musikwirtschaft	Exporte (in Mio. Euro)	781,5	773,2	835,3	734,9	725,3
	Exportquote (in %)	12,5 %	11,6 %	11,8 %	9,6 %	9,2 %
2. Buchmarkt	Exporte (in Mio. Euro)	1.066,2	1.081,4	1.133,3	1.102,5	1.093,3
	Exportquote (in %)	7,5 %	7,6 %	8,1 %	8,0 %	8,0 %
3. Kunstmarkt	Exporte (in Mio. Euro)	240,1	220,7	248,4	232,1	239,4
	Exportquote (in %)	10,3 %	9,4 %	10,7 %	10,1 %	11,5 %
4. Filmwirtschaft	Exporte (in Mio. Euro)	145,1	173,4	152,3	152,2	205,5
	Exportquote (in %)	1,6 %	1,9 %	1,7 %	1,7 %	2,2 %
5. Rundfunkwirtschaft	Exporte (in Mio. Euro)	18,9	13,6	10,6	35,0	20,4
	Exportquote (in %)	0,2 %	0,2 %	0,1 %	0,4 %	0,2 %
6. Markt für darstellende Künste	Exporte (in Mio. Euro)	52,1	57,9	66,0	54,5	43,8
	Exportquote (in %)	1,5 %	1,5 %	1,7 %	1,4 %	1,0 %
7. Designwirtschaft	Exporte (in Mio. Euro)	885,1	963,8	919,6	875,2	885,1
	Exportquote (in %)	4,9 %	5,3 %	5,0 %	4,8 %	4,8 %
8. Architekturmarkt	Exporte (in Mio. Euro)	135,2	89,2	84,7	66,7	68,9
	Exportquote (in %)	1,7 %	1,0 %	1,0 %	0,7 %	0,7 %
9. Pressemarkt	Exporte (in Mio. Euro)	842,9	796,2	740,7	717,8	666,3
	Exportquote (in %)	2,7 %	2,5 %	2,3 %	2,3 %	2,2 %
10. Werbemarkt	Exporte (in Mio. Euro)	324,0	343,8	348,3	351,5	321,0
	Exportquote (in %)	1,3 %	1,4 %	1,4 %	1,4 %	1,2 %
11. Software- und Games-Industrie	Exporte (in Mio. Euro)	3.087,8	3.442,9	2.874,7	1.776,5	1.311,6
	Exportquote (in %)	11,7 %	12,1 %	9,7 %	6,0 %	4,1 %



⁷ An der Befragung haben sich insgesamt 1.699 Unternehmen und Selbständige aus der Kultur- und Kreativwirtschaft beteiligt.

Tabelle 3.1: Exportquoten 2010–2014

		2010	2011	2012	2013	2014
12. Sonstige	Exporte (in Mio. Euro)	177,6	203,8	178,1	167,1	88,7
	Exportquote (in %)	11,2 %	12,3 %	11,2 %	10,9 %	6,3 %
Kultur- und Kreativwirtschaft	Exportquote (in %)	5,5 %	5,6 %	5,1 %	4,2 %	3,7 %
Vergleichsbranchen						
Automobilindustrie	Exportquote (in %)	57,5 %	58,3 %	59,7 %	60,3 %	61,1 %
Maschinenbau	Exportquote (in %)	47,3 %	48,0 %	48,4 %	49,1 %	49,1 %
Chemische Industrie	Exportquote (in %)	44,1 %	44,1 %	45,2 %	46,6 %	47,0 %
wissensintensive Dienstleister	Exportquote (in %)	6,7 %	6,5 %	5,9 %	5,6 %	5,5 %
Gesamtwirtschaft	Exportquote (in %)	18,4 %	18,9 %	19,2 %	19,2 %	19,6 %

Anmerkung: Berechnungen basieren auf einer Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik. Exportquote berechnet als steuerfreie Lieferungen und Leistungen mit Vorsteuerabzug geteilt durch alle Lieferungen und Leistungen. Aufgrund von Veröffentlichungsvorschriften in der Umsatzsteuerstatistik wurde eine geringe Anzahl von fehlenden Exportwerten in den zugrunde liegenden Wirtschaftszweigen geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; Berechnungen des ZEW

hohen Dienstleistungsgrad der Kultur- und Kreativwirtschaft geschuldet sein, woraus sich naturgemäß eine stärkere Ausrichtung am Binnenmarkt ergibt.

Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft sind der Kunstmarkt, die Musikwirtschaft und der Buchmarkt die Teilmärkte mit den, gemessen am Umsatzvolumen, höchsten Exportquoten. Im Kunstmarkt wurden 2014 11,5 Prozent des Umsatzes im Ausland erzielt, in der Musikwirtschaft 9,2 Prozent und im Buchmarkt noch 8 Prozent (siehe Tabelle 3.1). Besonders niedrig sind die Exportquoten in der Rundfunkwirtschaft (0,2 Prozent Auslandsumsatz), dem Architekturmarkt (0,7 Prozent) und dem Markt für darstellende Künste (1 Prozent).

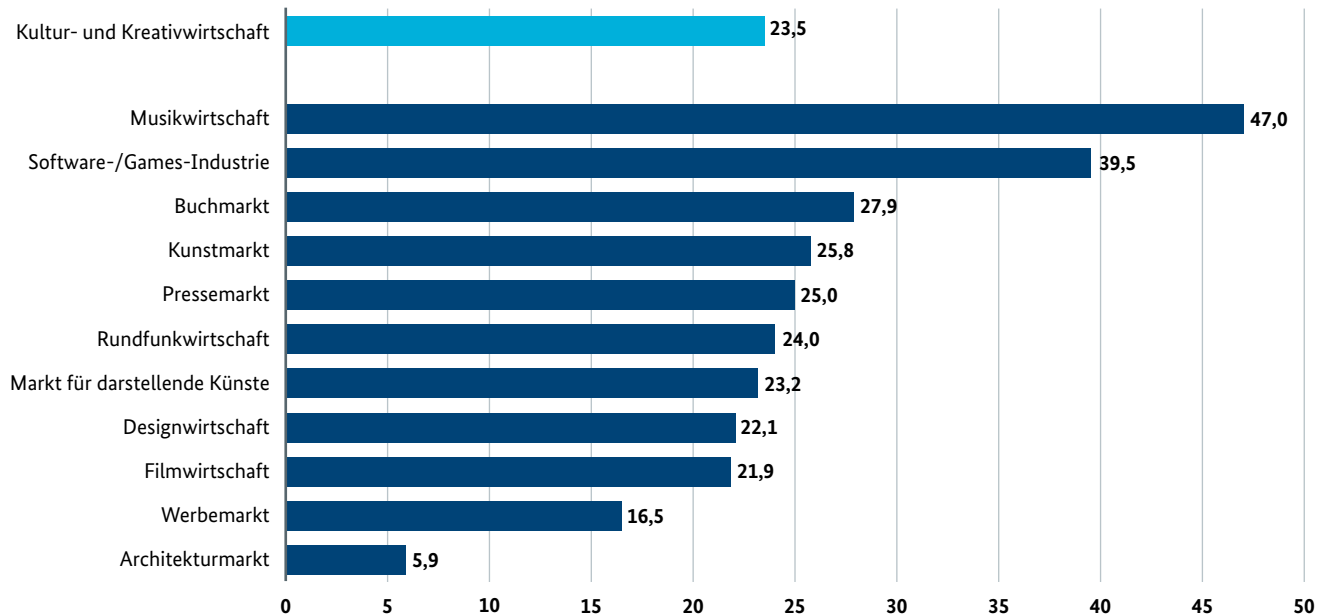
Insgesamt weist die Kultur- und Kreativwirtschaft eine im Zeitverlauf sinkende und, gemessen an den Exportquoten aus dem Verarbeitenden Gewerbe, relativ niedrige Exportquote auf. Aktuell erreicht sie einen Wert von 3,7 Prozent, nach immerhin noch rund 5,5 bzw. 5,6 Prozent in den Jahren 2010/2011. Im Gegensatz dazu sind die Exportquoten beispielsweise im Maschinenbau und in der Chemischen Industrie in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und erreichen inzwischen Werte von annähernd 50 Prozent und mehr. Ein Vergleich der dienstleistungsintensiven Kultur- und Kreativwirtschaft mit den wissensintensiven Dienstleistern zeigt allerdings, dass auch diese eine abnehmende Exportquote aufweisen. Die Exportquote ist dort von 6,7 Prozent im Jahr 2010 auf 5,5 Prozent im Jahr 2014 gesunken.

3.2 Ergebnisse der Unternehmensbefragung

Kultur- und Kreativunternehmen nutzen unterschiedliche Internationalisierungskanäle

Die Selbständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft wählen verschiedene Wege der Auslandsaktivität. Zu nennen sind hierbei der Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen an Kunden im Ausland, Auslandsniederlassungen oder Tochterunternehmen im Ausland sowie Beteiligungen an ausländischen Unternehmen. Ebenso können Mitarbeiterentsendungen an Auslandsstandorte, Kooperationsvereinbarungen oder strategische Partnerschaften mit ausländischen Unternehmen und Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Ausland Elemente einer Internationalisierungsstrategie sein. Der Anteil der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die mindestens eine dieser Aktivitäten durchführen, beläuft sich auf 23,5 Prozent (siehe Abbildung 3.1). Die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnen sich allerdings durch große Unterschiede hinsichtlich der Internationalisierungsstrategien der Unternehmen aus. Die Musikwirtschaft positioniert sich mit einem Anteil von 47,0 Prozent an Unternehmen, die mindestens eine der oben aufgeführten Auslandsaktivitäten durchführen, auf dem ersten Platz. Ihr folgt die Software- und Games-Industrie mit einem ebenso überdurchschnittlich hohen Anteil von 39,5 Prozent. Auch der Buchmarkt weist mit einem Anteil von 27,9 Prozent eine vergleichsweise hohe internationale Ausrichtung auf. An letzter Stelle befindet sich der Architektur-

Abbildung 3.1: Auslandsaktive Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft
(Anteil der Unternehmen in Prozent)



Lesehilfe: 47,0 Prozent der Unternehmen und Selbständigen aus der Musikwirtschaft sind im Ausland aktiv. Zu den hier erfassten Auslandsaktivitäten gehören der (i) Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen an Kunden im Ausland, (ii) Auslandsniederlassungen/Tochterunternehmen im Ausland, (iii) Beteiligungen an ausländischen Unternehmen, (iv) Mitarbeiterentsendung an Auslandsstandorte, (v) Kooperationsvereinbarung/strategische Partnerschaft mit ausländischen Unternehmen und (vi) Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Ausland.

Quelle: ZEW-Unternehmensbefragungen, 1. Halbjahr 2016

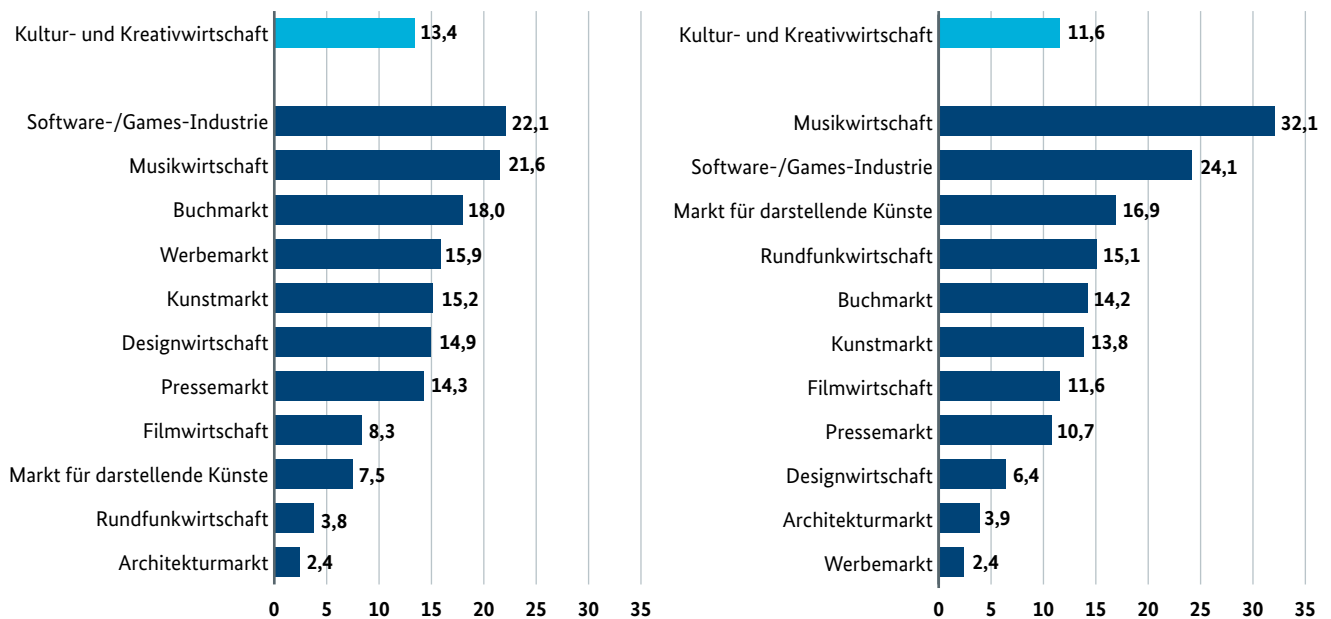
markt, der sich mit einem Anteil von 5,9 Prozent deutlich unterhalb des Branchendurchschnitts bewegt.

Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung weisen außerdem auf große teilmarktspezifische Unterschiede bezüglich einzelner Internationalisierungsstrategien der Kultur- und Kreativunternehmen hin. So verkaufen die Unternehmen durchschnittlich zu 13,4 Prozent Produkte oder Dienstleistungen an Kunden im Ausland (siehe Abbildung 3.2). Die Software- und Games-Industrie ragt dabei mit einem Anteil von 22,1 Prozent heraus. Einen ebenso überdurchschnittlich hohen Anteil verzeichnet die Musikwirtschaft mit 21,6 Prozent. Auf den unteren Plätzen positionieren sich die Rundfunkwirtschaft mit 3,8 Prozent sowie der Architekturmarkt mit 2,4 Prozent. Auch bei den Kooperationsvereinbarungen und strategischen Partnerschaften rangieren die Musikwirtschaft mit 32,1 Prozent und die Software- und Games-Industrie mit 24,1 Prozent weit vor den anderen Teilmärkten.

Überwiegend absatzorientierte Motive für die Internationalisierung

Die Motive, die bei der Entscheidung für eine Internationalisierungsaktivität eine Rolle spielen, fallen sehr unterschiedlich ins Gewicht. Für 69,4 Prozent der Unternehmen, die bereits Auslandsaktivitäten durchführen, ist die Gewinnung neuer Ideen für Produkte bzw. Dienstleistungen wichtig oder sehr wichtig und damit das am häufigsten verfolgte Ziel (siehe Abbildung 3.3). Ebenfalls von großer Bedeutung ist für 69,0 Prozent die Steigerung des Bekanntheitsgrades und für 68,5 Prozent die Erschließung neuer Absatzmärkte. Ein weiterer Beweggrund, eine Internationalisierungsstrategie zu verfolgen, ist für 61,1 Prozent der Unternehmen, die bereits Auslandsaktivitäten durchführen, den Anschluss an die Wettbewerber zu halten. Für rund ein Viertel ist außerdem die Senkung der Herstellungskosten wichtig oder sehr wichtig. Steuervorteile oder Investitionshilfen im Ausland spielen lediglich für 7,2 Prozent der Unternehmen, die bereits Auslandsaktivitäten durchführen, eine wichtige oder sehr wichtige Rolle.

Abbildung 3.2: Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen an Kunden im Ausland (links) bzw. Kooperationsvereinbarungen/strategische Partnerschaften mit ausländischen Unternehmen (rechts)
(Anteil der Unternehmen in Prozent)



Lesehilfe: In der Software- und Games-Industrie verkaufen 22,1 Prozent der Unternehmen und Selbständigen Produkte oder Dienstleistungen an Kunden im Ausland und 24,1 Prozent gehen Kooperationsvereinbarungen oder strategische Partnerschaften mit ausländischen Unternehmen ein.

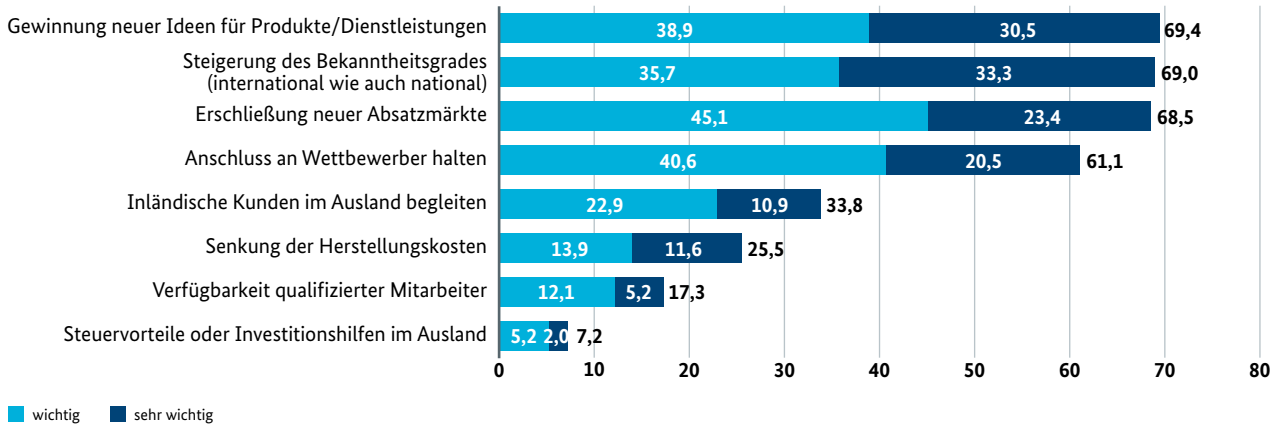
Quelle: ZEW-Unternehmensbefragungen, 1. Halbjahr 2016

Unternehmen und Selbständige sehen sich mit verschiedenen Hemmnissen konfrontiert, die sie von Auslandsaktivitäten abhalten oder diese erschweren. Die am häufigsten genannte Barriere stellt mit 59,2 Prozent Zustimmung die fehlende Erfahrung oder Kapazität zum Management von Auslandsaktivitäten dar (siehe Abbildung 3.4). Gleichauf liegt mit 59,1 Prozent die fehlende Nachfrage nach eigenen Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland. Die hohen Kosten der Markterschließung sowie die schwere Abschätzung des Marktrisikos oder Marktpotenzials nehmen 57,3 bzw. 54,9 Prozent der Kultur- und Kreativunternehmen als Hemmnisse wahr. Geringste Zustimmung erhalten die Gefahr der Produktpiraterie oder der fehlende Schutz geistigen Eigentums sowie die restriktive Vergabe von Krediten und Bürgschaften. Gleichwohl dürften diese Faktoren mit jeweils etwa einem Drittel Zustimmung nicht irrelevant für eine zunehmende Auslandsaktivität der Kultur- und Kreativwirtschaft sein.

Bedarf bei der Vermittlung von Informationen und Know-how

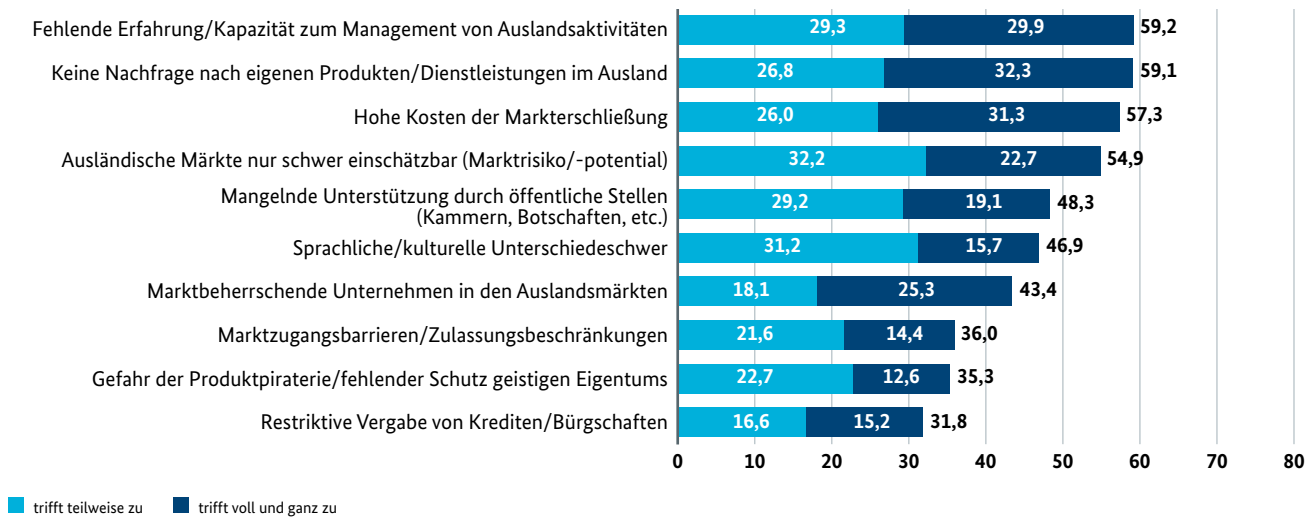
Staatliche Institutionen können Hilfestellung leisten, um den Hemmnissen der Internationalisierung entgegenzuwirken. Die von den Befragten mit 57,9 Prozent am häufigsten gewünschte Hilfestellung ist die Bereitstellung von Marktinformationen zu Zielländern (siehe Abbildung 3.5). Eine nur geringfügig minder wichtige Form der Unterstützung ist mit einem Anteil von 57,5 Prozent die Vermittlung von relevanten Kenntnissen für die Internationalisierung. Dies scheint insbesondere vor dem Hintergrund der häufig wahrgenommenen Barriere, ausländische Märkte seien nur schwer einschätzbar, plausibel. Auch die Förderung der Teilnahme an internationalen Messen stellt für 56,0 Prozent der Unternehmen und Selbständigen eine häufig gewünschte Form der Unterstützung dar. Leichter Zugang zu Darlehen, Zuschüssen und Bürgschaften ist für immerhin 46,4 Prozent der Unternehmen ein relevanter Faktor, wengleich er am seltensten gewünscht wird.

Abbildung 3.3: Internationalisierungsmotive der Kultur- und Kreativunternehmen
(Anteil der Unternehmen mit Auslandsaktivitäten in Prozent)



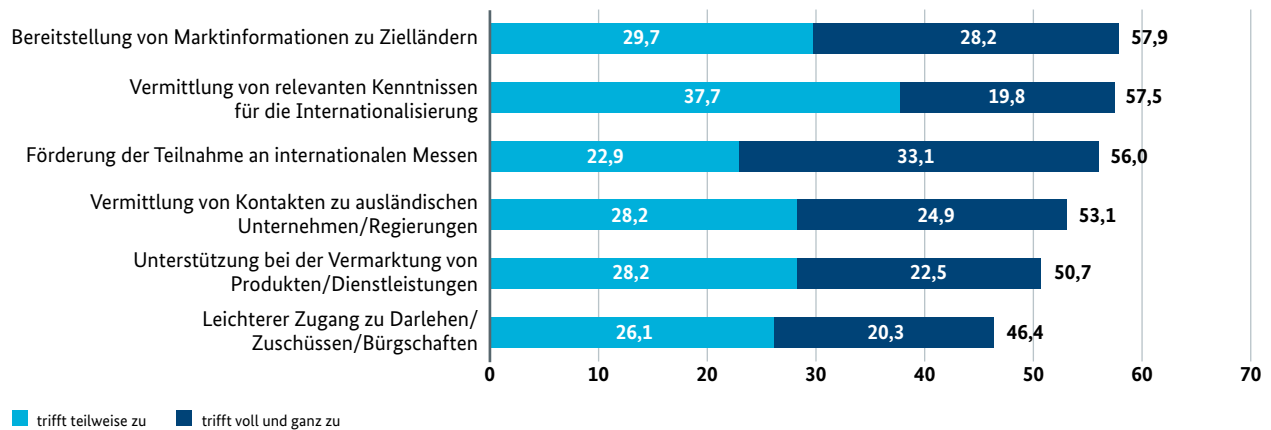
Legende: ■ wichtig ■ sehr wichtig
 Lesehilfe: Die Gewinnung neuer Ideen für die eigenen Produkte und Dienstleistungen ist für 69,4 Prozent der Unternehmen und Selbständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft ein Motiv für deren Internationalisierungsaktivitäten.
 Quelle: ZEW-Unternehmensbefragungen, 1. Halbjahr 2016

Abbildung 3.4: Hemmnisse bezüglich der Internationalisierung
(Anteil der Unternehmen in Prozent)



Legende: ■ trifft teilweise zu ■ trifft voll und ganz zu
 Lesehilfe: Fehlende Erfahrung zum Management von Auslandsaktivitäten geben 59,2 Prozent der Unternehmen und Selbständigen als Hemmnis der Internationalisierung an.
 Quelle: ZEW-Unternehmensbefragungen, 1. Halbjahr 2016

Abbildung 3.5: Erwünschte Unterstützung von staatlichen Stellen bei der Internationalisierung
(Anteil der Unternehmen in Prozent)



■ trifft teilweise zu ■ trifft voll und ganz zu

Lesehilfe: Bereitstellung von Marktinformationen zu Zielländern erwünschen sich 57,9 Prozent der Unternehmen und Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft von staatlichen Stellen zur Förderung der Internationalisierung.

Quelle: ZEW-Unternehmensbefragungen, 1. Halbjahr 2016

4 Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

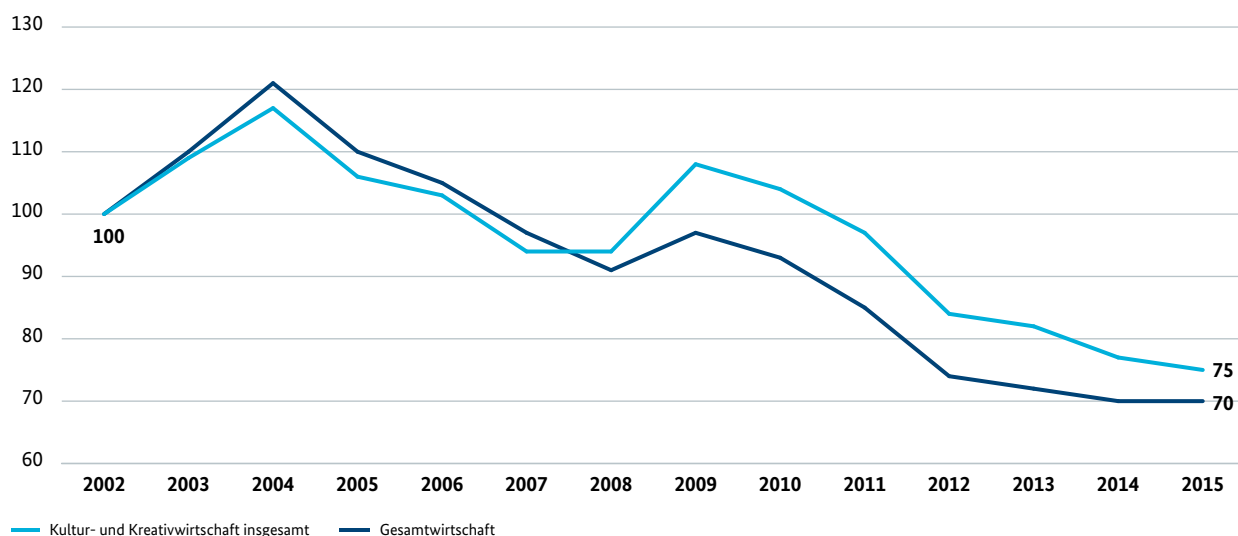
Die Gründung von neuen Unternehmen ist ein wesentlicher Bestandteil der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Unternehmensgründungen erweitern häufig das bestehende Produkt- und Dienstleistungsangebot der Branche und bringen neue Ideen in den Markt. Bei der statistischen Erfassung des Gründungsgeschehens werden nur Gründungen erfasst, die einen gewissen Mindestumfang an wirtschaftlichen Aktivitäten aufweisen. Dies bedeutet, dass Markteintritte durch Selbständige und Freiberufler nur dann berücksichtigt werden, wenn die selbständige oder freiberufliche Tätigkeit vergleichbar mit einer unternehmerischen Tätigkeit durch eine Personen- oder Kapitalgesellschaft ist. Selbständige, die im Rahmen von Werkverträgen für Auftraggeber kulturelle oder kreative Tätigkeiten erbringen und dabei nur in sehr begrenztem Umfang eigenes Kapital einsetzen (abgesehen von ihrem Humankapital) und nur in Teilen über unternehmerische Freiheiten verfügen, bleiben dabei i. d. R. unberücksichtigt. Solche „Freischaffenden“ sind insbesondere im Markt für darstellende Künste, im Pressemarkt sowie in der Musik- und Filmwirtschaft anzutreffen. In anderen Teilmärkten wie z. B. der Architekturmarkt sind freie Berufe weit verbreitet.

Datenbasis für die Gründungsstatistik bildet das Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) des ZEW. Das MUP ist ein Panel-Datensatz zu Unternehmen mit Sitz in Deutschland.

Dem Panel liegt eine Kooperation mit Creditreform, der größten deutschen Kreditauskunftei, zugrunde. Creditreform stellt seine Unternehmensdaten halbjährlich dem ZEW zur Verfügung. Das MUP enthält faktisch alle wirtschaftsaktiven Unternehmen im Bereich der gewerblichen Wirtschaft Deutschlands und erlaubt es, Markteintritte (Unternehmensgründungen) und Marktaustritte (Unternehmensschließungen) sowie den Bestand an wirtschaftsaktiven Unternehmen im Zeitablauf zu identifizieren. Selbständige sowie nicht eintragungspflichtige Unternehmen mit nur geringer wirtschaftlicher Aktivität sind nur ausnahmsweise im MUP erfasst. Die Anzahl der Unternehmensgründungen wird aus dem MUP mit Hilfe eines Hochrechnungsansatzes ermittelt, der die verzögerte Erfassung von neu gegründeten Unternehmen durch Creditreform am aktuellen Rand berücksichtigt. Dies bedeutet gleichzeitig, dass die Angaben zur Anzahl der Unternehmensgründungen sowie zum Unternehmensbestand am aktuellen Rand (d. h. für die Jahre 2013–2015) vorläufig sind und in späteren Jahren noch revidiert werden können. Aus diesem Grund werden im Folgenden nur gerundete Werte ausgewiesen.

Im Jahr 2015 wurden in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland laut MUP etwa 9.400 wirtschaftsaktive Unternehmen neu gegründet. Die Anzahl der neu gegrün-

Abbildung 4.1: Anzahl der Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und in der Gesamtwirtschaft in Deutschland 2002–2015



Lesehilfe: Im Jahr 2015 belief sich die Anzahl der Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf 75 Prozent des Werts des Jahres 2002.

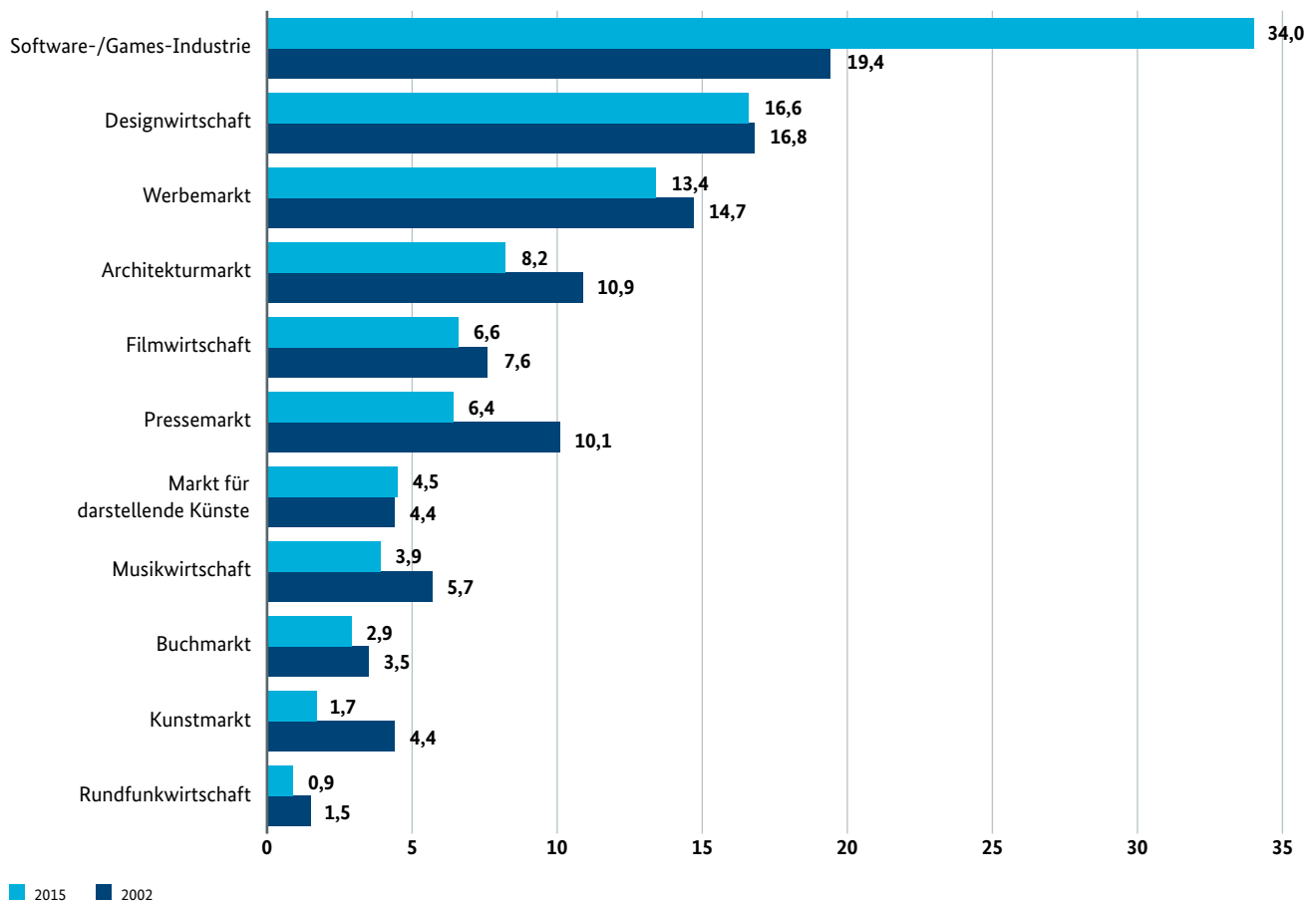
Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel, ZEW, 2016

deten Unternehmen ging im sechsten Jahr in Folge zurück und erreichte den niedrigsten Stand seit der Wiedervereinigung. Sie liegt um rund 25 Prozent unter dem Niveau des Jahres 2002 und um rund 30 Prozent niedriger als 2009 (siehe Abbildung 4.1). Die Kultur- und Kreativwirtschaft folgt damit dem deutschlandweiten Trend abnehmender Gründungszahlen, der seit 2005 zu beobachten ist. Der zwischenzeitliche Anstieg der Gründungszahlen im Jahr 2009 war u. a. durch die Einführung der Unternehmersgesellschaft bedingt, da eine Reihe von Selbständigen diese Variante der Rechtsform der GmbH gewählt hat, da sie faktisch keine Stammkapitaleinlage erfordert. Im Vergleich zum Gründungsgeschehen in Deutschland insgesamt zeigt sich für die Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2008 zunächst

eine etwas günstigere Entwicklung. Allerdings stieg im Jahr 2015 die Anzahl der neu gegründeten Unternehmen in Deutschland (d. h. in Summe aller Branchen) leicht an, während die Gründungszahlen in der Kultur- und Kreativwirtschaft leicht rückläufig waren.

Die rückläufigen Gründungszahlen führten zu einer Abnahme des Unternehmensbestands in der Kultur- und Kreativwirtschaft.⁸ Im Jahr 2015 gab es laut MUP etwa 186.000 wirtschaftsaktive Unternehmen in der Branche. Dies sind rund 3 Prozent weniger als 2010, als der Höchststand an wirtschaftsaktiven Unternehmen (knapp 193.000) erreicht wurde. Das in der Tendenz rückläufige Gründungsgeschehen in der Kultur- und Kreativwirtschaft (ebenso wie in der

Abbildung 4.2: Anteil von Teilmärkten an allen Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2002 und 2015 (in Prozent)



Lesehilfe: In der Software- und Games-Industrie ist der Anteil an den Gründungen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft von 19,4 Prozent im Jahr 2002 auf 34 Prozent im Jahr 2015 gestiegen.
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

8 Aufgrund unterschiedlicher Datenquellen sind diese Zahlen nicht direkt mit den Zahlen zu der Anzahl an Unternehmen in diesem Bericht vergleichbar.

Gesamtwirtschaft) ist dabei kein Ausweis für eine ungünstige wirtschaftliche Entwicklung in der Branche – im Gegenteil: In der stark von Kleinunternehmen geprägten Branche hängt die Gründungstätigkeit eng mit den Erwerbsperspektiven am Arbeitsmarkt zusammen. In Phasen stärkeren wirtschaftlichen Wachstums steigt die Nachfrage nach Arbeit, so dass sich vielfältige Möglichkeiten einer (attraktiven) abhängigen Beschäftigung in bestehenden Unternehmen ergeben. Dadurch verliert die Option einer eigenen Unternehmensgründung an Attraktivität. In Phasen einer ungünstigen konjunkturellen Entwicklung sinken dagegen die Erwerbschancen in abhängiger Beschäftigung, und die Zahl der Erwerbspersonen, die ihr Glück über die Gründung eines eigenen Unternehmens suchen (müssen), nimmt zu. Dieses Muster kann in vielen Branchen beobachtet werden, so auch in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft. In den wirtschaftlich schwachen Jahren 2003 und 2004 sowie im Jahr der schweren Wirtschaftskrise 2009 nahm die Anzahl der neu gegründeten Unternehmen zu, während sie in allen anderen Jahren zurückging. Daneben spielen auch rechtliche und politische Rahmenbedingungen eine Rolle. Der Anstieg 2003/04 ist zu einem Teil auf die damals verfolgte arbeitsmarktpolitische Förderung der Selbständigkeit (Stichwort „Ich-AG“) zurückzuführen. Die höheren Gründungszahlen 2009 sind, wie bereits erwähnt, auch im Zusammenhang mit der Einführung der Unternehmergeellschaft zu sehen.

Die Gründungstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist stark auf drei Teilmärkte konzentriert, in denen fast zwei Drittel aller neuen Unternehmen entstehen: Im Jahr 2015 fanden 34 Prozent aller Unternehmensgründungen in der Software- und Games-Industrie statt, knapp 17 Prozent in der Designwirtschaft und gut 13 Prozent im Werbemarkt (siehe Abbildung 4.2). Weitere Teilmärkte mit einem relativ hohen Anteil an allen Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind der Architekturmarkt (8 Prozent), die Filmwirtschaft (knapp 7 Prozent) und der Pressemarkt (gut 6 Prozent). Die anderen fünf Teilmärkte stellen zusammen nur rund 14 Prozent aller Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands.

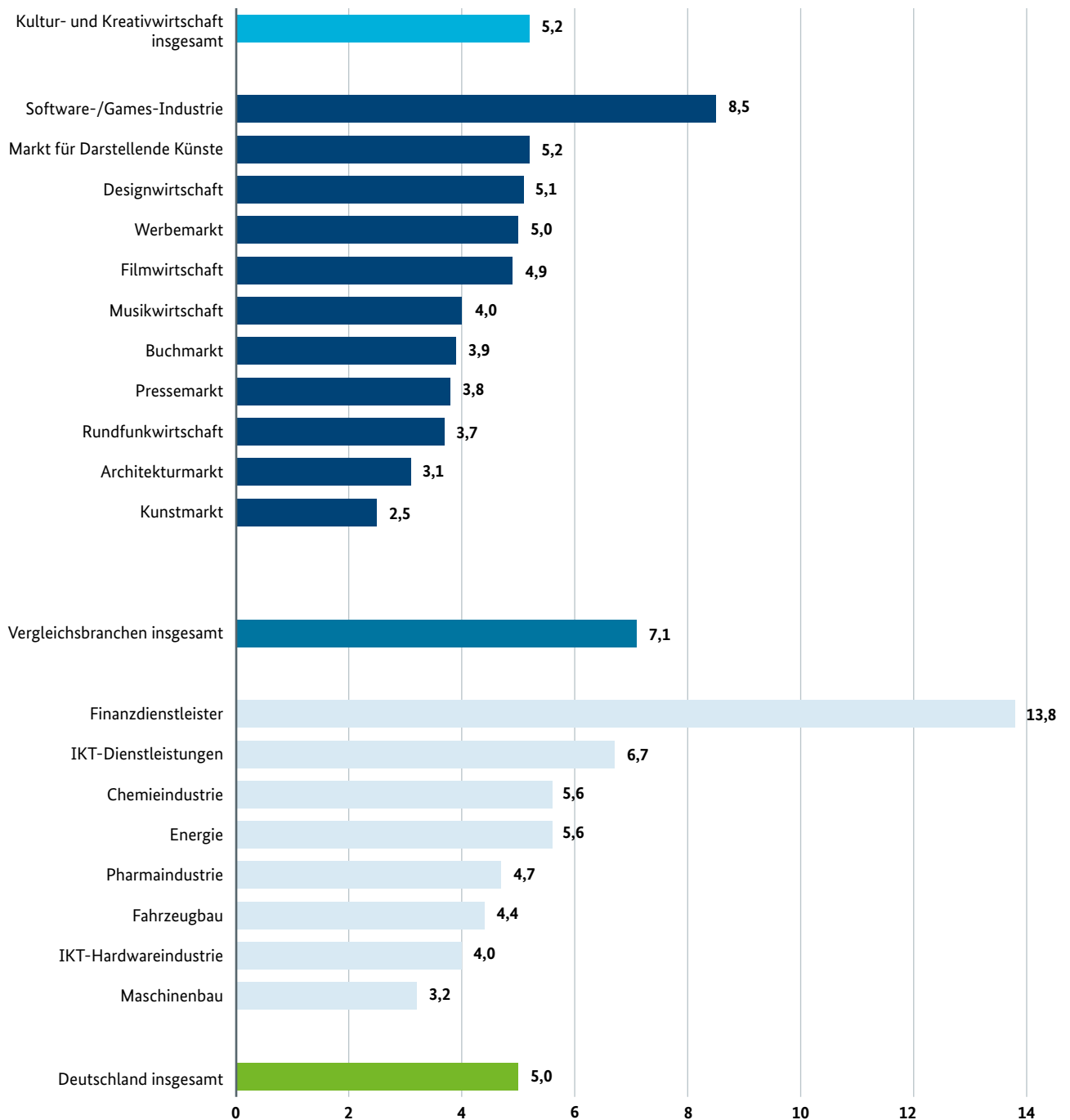
Die Gründungstätigkeit innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich im vergangenen Jahrzehnt stark in Richtung Software- und Games-Industrie verschoben, also hin zu einem Teilmarkt, der primär auf gewerbliche Kunden abzielt. Während 2002 erst 19 Prozent aller Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Teilmarkt stattfanden, waren es 2015 schon 34 Prozent. Deutlich rückläufige Anteile am Gründungsgeschehen in der Kultur-

und Kreativwirtschaft weisen der Pressemarkt, der Kunstmarkt, der Architekturmarkt und die Musikwirtschaft auf. Die Designwirtschaft und der Markt für darstellende Künste konnten ihre Anteile halten. Eine leichte Abnahme des Anteils an allen Gründungen ist für den Werbemarkt, die Filmwirtschaft und den Buchmarkt zu beobachten. Hinter der Verschiebung in Richtung Software- und Games-Industrie steht in erster Linie der Trend der Digitalisierung. Dieser eröffnet zahllose neue Möglichkeiten, um kreative Geschäftsideen in Verbindung mit Softwarelösungen umzusetzen. Viele neu gegründete Unternehmen in dieser Branche spezialisieren sich dabei auf die Programmierung neuer Digitalisierungsanwendungen, von Weblösungen über Apps bis hin zu Online-Plattformen.

Um die Gründungstätigkeit zwischen den einzelnen Teilmärkten und mit anderen Branchen vergleichen zu können, kann die Gründungsrate herangezogen werden. Sie setzt die Zahl der Unternehmensgründungen zum Bestand der wirtschaftsaktiven Unternehmen in Bezug und gibt Auskunft, in welchem Tempo sich der Unternehmensbestand durch Neugründungen erneuert. In der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands lag die Gründungsrate im Mittel der Jahre 2013–2015 bei 5,2 Prozent und damit geringfügig über dem Niveau der Gesamtwirtschaft (5,0 Prozent) (siehe Abbildung 4.3). In den Vergleichsbranchen war die Gründungsrate mit 7,1 Prozent höher, was primär an einer sehr hohen Gründungsrate in den Finanzdienstleistungen sowie überdurchschnittlich hohen Gründungs-raten bei den IKT-Dienstleistern, in der Chemieindustrie und der Energiewirtschaft lag.

Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft weist die Software- und Games-Industrie mit 8,5 Prozent die mit Abstand höchste Gründungsrate auf. Im Markt für darstellende Künste und in der Designwirtschaft liegt sie auf dem Niveau wie für die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt, im Werbemarkt und in der Filmwirtschaft geringfügig darunter. Die niedrigsten Gründungs-raten weisen der Kunstmarkt (2,5 Prozent) und der Architekturmarkt (3,1 Prozent) auf. In den anderen Teilmärkten liegt die Gründungsrate bei 4 Prozent oder leicht darunter.

Abbildung 4.3: Gründungsraten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2013/2015 nach Teilmärkten und im Vergleich (in Prozent)



Lesehilfe: In der Kultur- und Kreativwirtschaft lag die Gründungsrate im Mittel der Jahre 2013 bis 2015 bei 5,2 Prozent.

Anmerkung: Gründungsrate entspricht Anzahl Unternehmensgründungen in Prozent des Unternehmensbestands, Mittelwert der Jahre 2013–2015.

Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel, ZEW, 2016

5 Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich

5.1 Innovationsausgaben

Ein häufig genutzter Indikator zur Messung der Ressourcen, die Unternehmen für Innovationsaktivitäten bereitstellen, ist die Höhe der Innovationsausgaben. Die Innovationsausgaben umfassen alle finanziellen Aufwendungen und Investitionen, die für die Entwicklung und Einführung von Produkt- und Prozessinnovationen anfallen (Ausgaben für Marketing- und Organisationsinnovationen werden nicht erfasst). Zu den Innovationsausgaben zählen sämtliche internen und externen FuE-Ausgaben (auch solche, die nicht direkt für konkrete Produkt- und Prozessinnovationen getätigt werden), Ausgaben für die Anschaffung von Kapitalgütern und Software für Innovationen, Ausgaben für den Erwerb von externem Wissen und gewerblichen Schutzrechten, innovationsbezogene Aufwendungen für Weiterbildung, Marketing, Design, Konstruktion, Testen und Prüfen, Aufwendungen für die Produktions- und Vertriebsvorbereitung für Innovationen sowie alle weiteren Aufwendungen, die für Innovationen anfallen (z. B. Konzeption, Bewertung von Innovationsideen, Innovationsmanagement).

Im Durchschnitt der Jahre 2012–2014 beliefen sich die Innovationsausgaben der Unternehmen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft⁹ auf 4,59 Milliarden Euro (siehe Abbildung 5.2). Etwa drei Viertel der Innovationsausgaben der Kultur- und Kreativwirtschaft (72,2 Prozent) entfallen auf einen einzigen Teilmarkt, die Software- und Games-Industrie (siehe Abbildung 5.1).

Die rund 4,6 Milliarden Euro an jährlichen Innovationsausgaben der Branche entsprechen 3,1 Prozent der gesamten Innovationsausgaben der deutschen Wirtschaft (in Bezug auf die in der Innovationsstatistik erfassten Branchen, nämlich die Wirtschaftszweige 5–39, 46, 49–53, 58–66, 69–74, 78–82). Im Vergleich zu forschungsintensiven Industriebranchen ist das Ausgabenvolumen der Kultur- und Kreativwirtschaft für Produkt- und Prozessinnovationen relativ gering. Gegenüber den Dienstleistungsbranchen, die hier als Vergleich herangezogen werden, geben die IKT-Dienste mit über sieben Milliarden Euro deutlich mehr als die Kultur- und Kreativwirtschaft aus, während die Ingenieurbüros, die Unternehmensberatung und die Rechts- und Wirtschaftsberatung mit Innovationsausgaben von zum Teil deutlich unter einer Milliarde Euro pro Jahr erheblich zurückfallen.

Methodische Einordnung der Ergebnisse

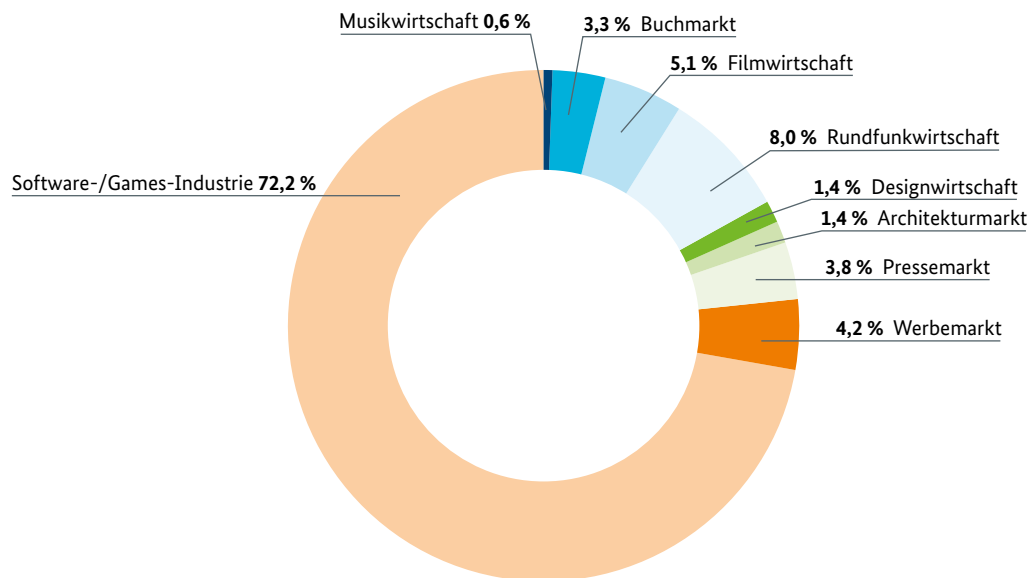
Die Kultur- und Kreativwirtschaft unterscheidet sich gerade dadurch von anderen Wirtschaftszweigen, dass wenig Standardprodukte und -dienstleistungen angeboten werden. Oft ist jedes einzelne Produkt und jede einzelne Dienstleistung eine kreative Leistung. Man könnte somit sagen, dass in der Kultur- und Kreativwirtschaft fast alles Innovation ist. Hingegen zielt der ökonomische Innovationsbegriff nicht primär darauf ab, ob ein konkretes Marktangebot von bisherigen Marktangeboten abweicht.

In der internationalen Innovationsstatistik wird zudem zum Zweck der Innovationsmessung die Methodik aus dem Oslo-Manual verwendet (OECD und Eurostat, 2005). Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird allerdings in der Innovationsstatistik nicht vollständig erfasst; zudem werden nur Unternehmen mit zumindest fünf Beschäftigten betrachtet, sodass die allermeisten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht abgebildet werden.

In der internationalen Debatte wird auch die Erweiterung des Innovationsbegriffes diskutiert, da nicht-technische Innovationen bedeutsamer werden (z. B. Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter), was insbesondere auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft gilt. Diese sind jedoch sehr kontextabhängig und schwer operationalisierbar und quantitativ zu erfassen. Insofern sind die Betrachtungen zur Innovation, die hier vorgelegt werden, als begrenzt vergleichbar mit anderen Wirtschaftszweigen zu werten.

9 Für die Kultur- und Kreativwirtschaft können auf Basis einer Sonderauswertung der deutschen Innovationserhebung Innovationsindikatoren für neun der elf Teilmärkte berechnet werden, wobei für einzelne Teilmärkte nicht alle ihnen angehörenden Wirtschaftszweige abgebildet werden können. Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft werden wie folgt berücksichtigt (einbezogene Wirtschaftszweige in Klammern): Musikwirtschaft (nur 59.2 und 32.2), Buchmarkt (nur 58.11 und 18.14), Kunstmarkt (nicht berücksichtigt), Filmwirtschaft (nur 59.1), Rundfunkwirtschaft (nur 60), Markt für darstellende Künste (nicht berücksichtigt), Designwirtschaft (nur 32.12, 74.1 und 74.2), Architekturmarkt (nur 71.11 und 71.11.2 zur Gänze hier erfasst), Pressemarkt (nur 58.12, 58.13, 58.14, 58.19 und 63.91), Werbemarkt (vollständig berücksichtigt, 73.11 zur Gänze hier erfasst), Software- und Games-Industrie (vollständig berücksichtigt). Die in diesem Kapitel dargestellten Gesamtwerte für die Kultur- und Kreativwirtschaft enthalten auch nur die eben erwähnten Wirtschaftszweige.

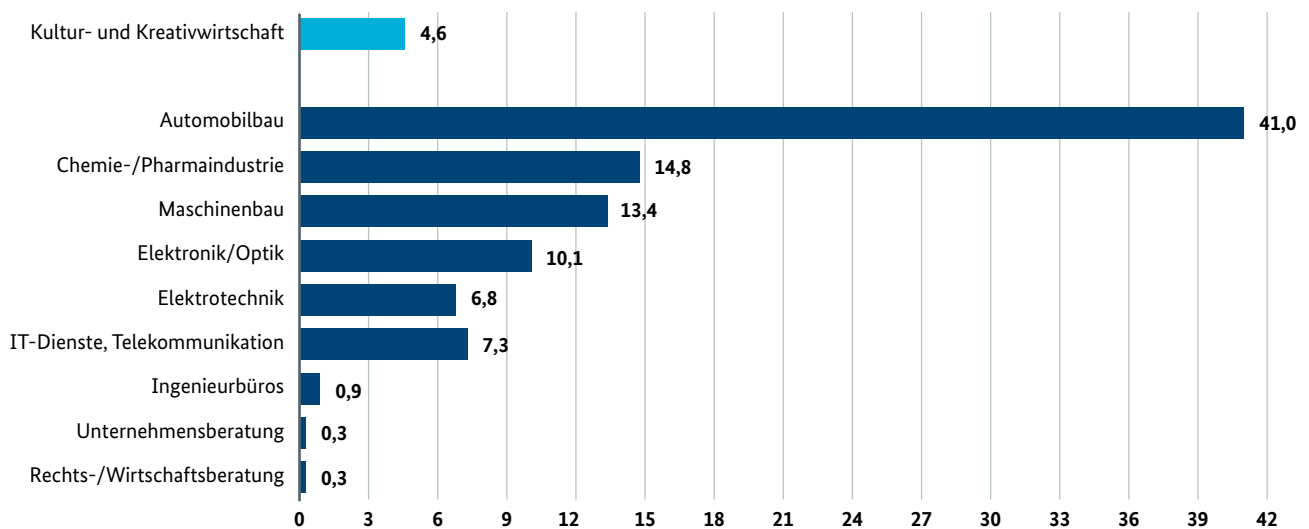
Abbildung 5.1: Verteilung der Innovationsausgaben in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten (in Prozent)



Lesehilfe: 72,2 Prozent der Innovationsausgaben der Kultur- und Kreativwirtschaft entfallen auf die Software- und Games-Industrie. Mittelwert der Jahre 2012–2014.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2016

Abbildung 5.2: Höhe der Innovationsausgaben in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zu anderen Branchen (in Mrd. Euro)



Lesehilfe: Der Automobilbau gibt etwa 41 Milliarden Euro für Innovationen aus, Mittelwert der Jahre 2012–2014.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2016

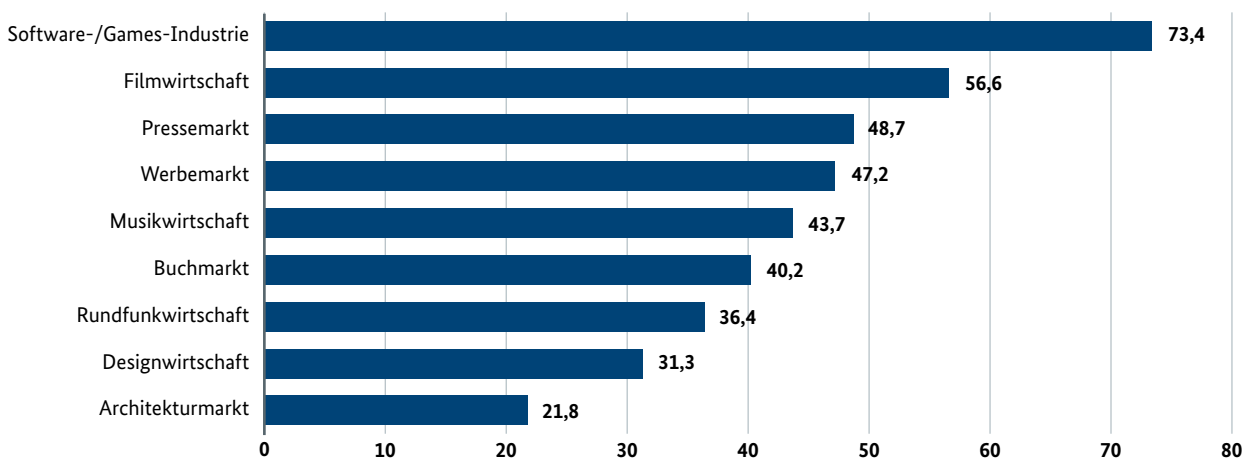
5.2 Einführung von Innovationen

Ein Indikator, um die Verbreitung von innovationsbasierten Geschäftsstrategien in einer Branche zu beurteilen, ist die Innovatorenquote. Sie gibt den Anteil der Unternehmen an, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest eine Produkt- oder Prozessinnovation eingeführt haben, d.h. ihr Leistungsangebot und ihren Leistungserstellungsprozess merklich verbessert oder in Richtung bislang nicht abgedeckter Kundenbedürfnisse erweitert haben. In der Kultur- und Kreativwirtschaft traf dies im Zeitraum

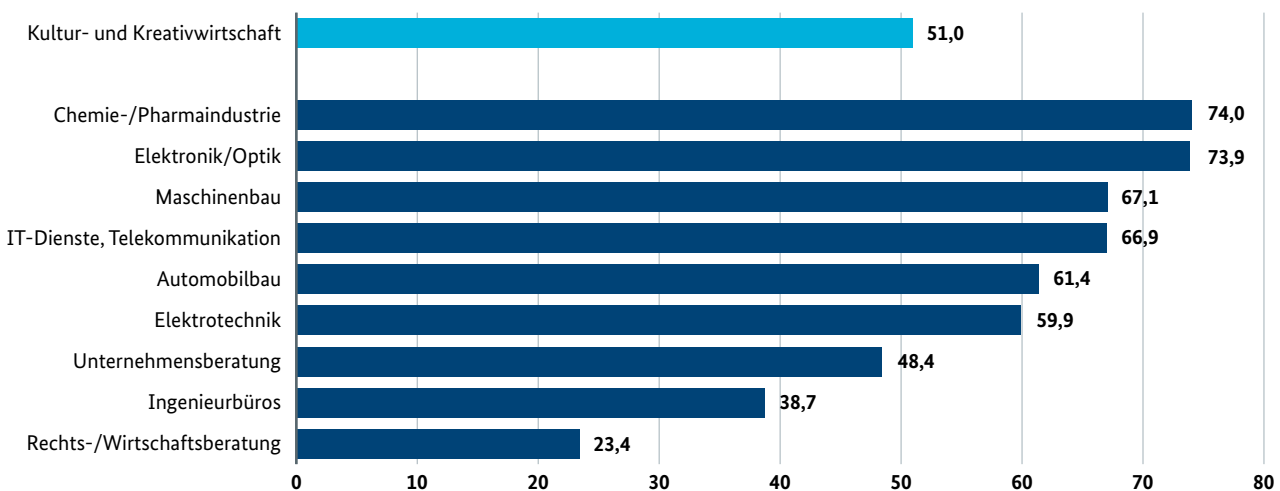
2012–2014 auf etwa jedes zweite Unternehmen zu. Zwei Teilmärkte weisen Innovatorenquoten über dem Durchschnittswert der Branche (51 Prozent) auf, nämlich die Filmwirtschaft (57 Prozent) und die Software- und Games-Industrie (73 Prozent) (siehe Abbildung 5.3). Die Teilmärkte Pressemarkt, Werbemarkt, Musikwirtschaft und Buchmarkt liegen mit Quoten zwischen 49 und 40 Prozent etwas unter dem Durchschnittswert. Eine geringe Verbreitung von innovationsbasierten Geschäftsstrategien ist in der Rundfunkwirtschaft (36 Prozent), der Designwirtschaft (31 Prozent) und im Architekturmarkt (22 Prozent) zu beobachten.

Abbildung 5.3: Innovatorenquote in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und im Vergleich zu anderen Branchen (Anteil der Unternehmen in Prozent)

Nach Teilmärkten



Im Vergleich zu anderen Branchen



Lesehilfe: 51 Prozent aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft führen zumindest eine Produkt- oder Prozessinnovation ein, Mittelwert der Jahre 2012–2014.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2016

Diese niedrigen Werte bedeuten natürlich nicht, dass die Unternehmen in diesen Märkten nicht kreativ wären und nach neuen Lösungen suchen. Allerdings findet die Kreativität im Rahmen bestehender Geschäftsmodelle und einer Ausrichtung auf dieselben Kundengruppen und -bedürfnisse sowie unter Einsatz etablierter interner Prozesse und Abläufe statt.

Die Innovatorenquote von 51 Prozent bedeutet im Branchenvergleich ein niedrigeres Niveau als in der forschungsintensiven Industrie, wo zwischen 60 und 74 Prozent der Unternehmen innerhalb eines Dreijahreszeitraums neue Produkte oder Prozesse eingeführt haben. In den Dienstleistungsbranchen, die als Vergleichsmaßstab dienen, weisen die IKT-Dienste eine deutlich höhere Quote (67 Prozent) und die Unternehmensberatungen eine ähnlich hohe Quote (48 Prozent) auf, während Ingenieurbüros und die Rechts- und Steuerberater deutlich seltener eine innovationsbasierte Geschäftsstrategie verfolgen.

5.3 Direkte Innovationserfolge

Die Einführung von Innovationen alleine sagt noch wenig über ihre wirtschaftliche Bedeutung aus. Denn neue Produkt- und Dienstleistungsangebote müssen nicht notwendigerweise von den Kunden angenommen werden. Verbesserte Prozesse und Verfahren können zwar zu Kostensenkungen oder Qualitätsverbesserungen führen. Bleiben die damit erzielten wirtschaftlichen Erträge unter den Kosten der Einführung solcher Innovationen, ist für das Unternehmen wenig gewonnen. Die Beurteilung der wirtschaftlichen Effekte von Innovationen ist allerdings schwierig, da viele Faktoren eine Rolle spielen und die Effekte oft erst mit einiger Zeitverzögerung sichtbar werden. Gleichwohl haben sich in der Innovationsstatistik einige Maßzahlen etabliert, die die direkten Innovationserfolge von Produkt- und Prozessinnovationen messbar machen sollen. Auf Produktseite wird hierfür der Umsatzanteil von Produktinnovationen, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführt worden waren, herangezogen. Auf Prozessseite werden zum einen der durchschnittliche Kostensenkungsanteil und zum anderen der Umsatzanstieg aufgrund von Qualitätsverbesserungen gemessen.

Die Unternehmen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft erzielten im Durchschnitt der Jahre 2012–2014 mit Produktneuheiten einen Umsatz von 16,3 Milliarden Euro. Dies sind 14,4 Prozent des Gesamtumsatzes der Branche in der hier verwendeten Abgrenzung (siehe Abbildung 5.4).

58 Prozent des gesamten Neuproduktumsatzes steuerte die Software- und Games-Industrie bei, 14 Prozent entfielen auf die Rundfunkwirtschaft, 8 Prozent auf den Werbemarkt, 6 Prozent auf den Pressemarkt und jeweils 5 Prozent auf den Buchmarkt und die Filmwirtschaft. Den höchsten Umsatzanteil von Produktneuheiten weist die Software- und Games-Industrie mit 27 Prozent auf. Dies korrespondiert mit dem sehr hohen Anteil an Produktinnovatoren in diesem Teilmarkt (67 Prozent).

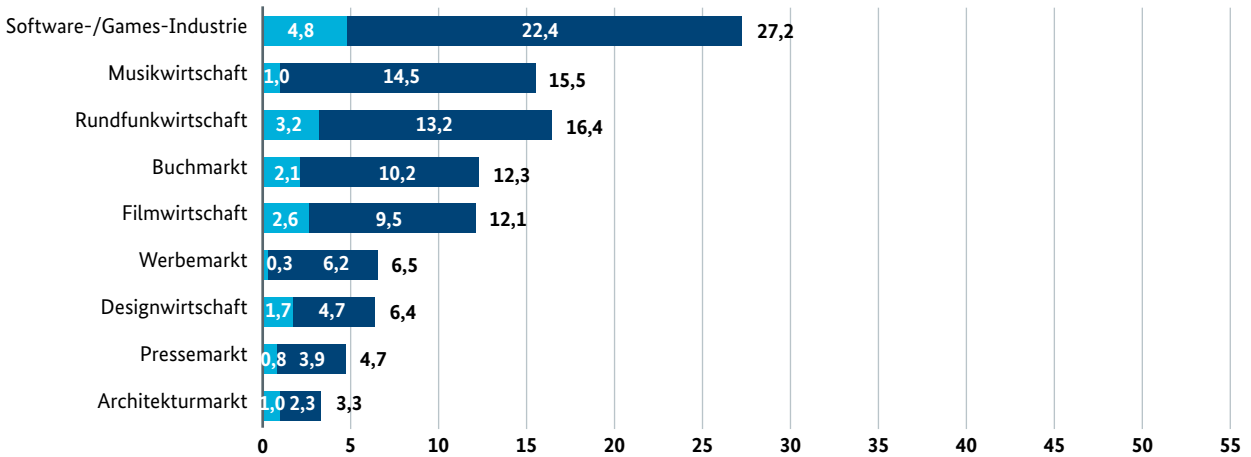
Differenziert nach dem Neuheitsgrad der Innovationen zeigt sich, dass nur ein sehr geringer Teil auf Marktneuheiten entfällt (2,4 Prozent des Gesamtumsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft). Mehr als vier von fünf Euro Neuproduktumsatz gehen auf Produktinnovationen zurück, die es in ähnlicher Form bereits zuvor im Markt gab und die lediglich eine Neuheit aus Sicht des berichtenden Unternehmens sind oder inkrementelle Verbesserungen zu bestehenden Angeboten darstellen. Der Umsatzanteil von Marktneuheiten ist im Werbemarkt besonders niedrig.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft reiht sich mit ihrem Neuproduktumsatzanteil hinter die forschungsintensiven Industriebranchen und die IKT-Dienste ein. Der Umsatzanteil von Marktneuheiten ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zu den anderen Branchen als niedrig einzustufen. Die forschungsintensive Industrie erreicht doppelt bis viermal so hohe Werte. In den Dienstleistungen liegt neben den IKT-Diensten auch die Unternehmensberatung vor der Kultur- und Kreativwirtschaft.

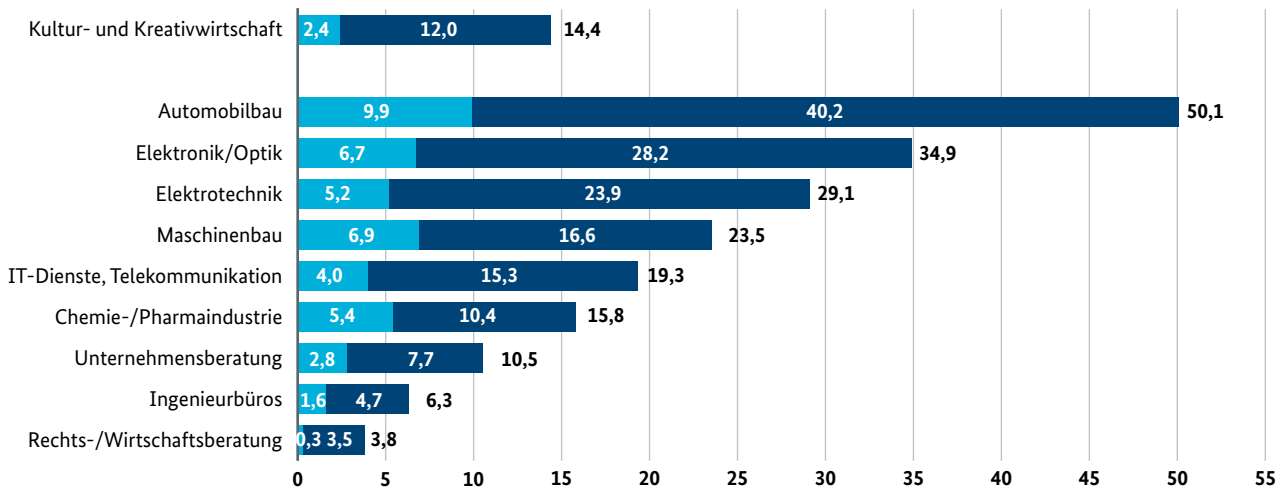
Die direkten Erfolge von Prozessinnovationen unterscheiden sich ebenfalls deutlich zwischen den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Mittel aller hier betrachteten Teilmärkte erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft durchschnittliche Kostensenkungen durch Prozessinnovationen von 2,1 Prozent (siehe Abbildung 5.5). Dieser Wert bezieht sich auf alle Unternehmen, d. h. auch jene 79 Prozent, die gar keine kostensenkenden Prozessinnovationen eingeführt haben. Der Umsatzanstieg aufgrund von Qualitätsverbesserungen liegt bei 2,2 Prozent.

Abbildung 5.4: Umsatzanteil von Produktinnovationen nach Neuheitsgrad in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und im Vergleich zu anderen Branchen
(Anteil am Umsatz in Prozent)

Nach Teilmärkten



Im Vergleich zu anderen Branchen

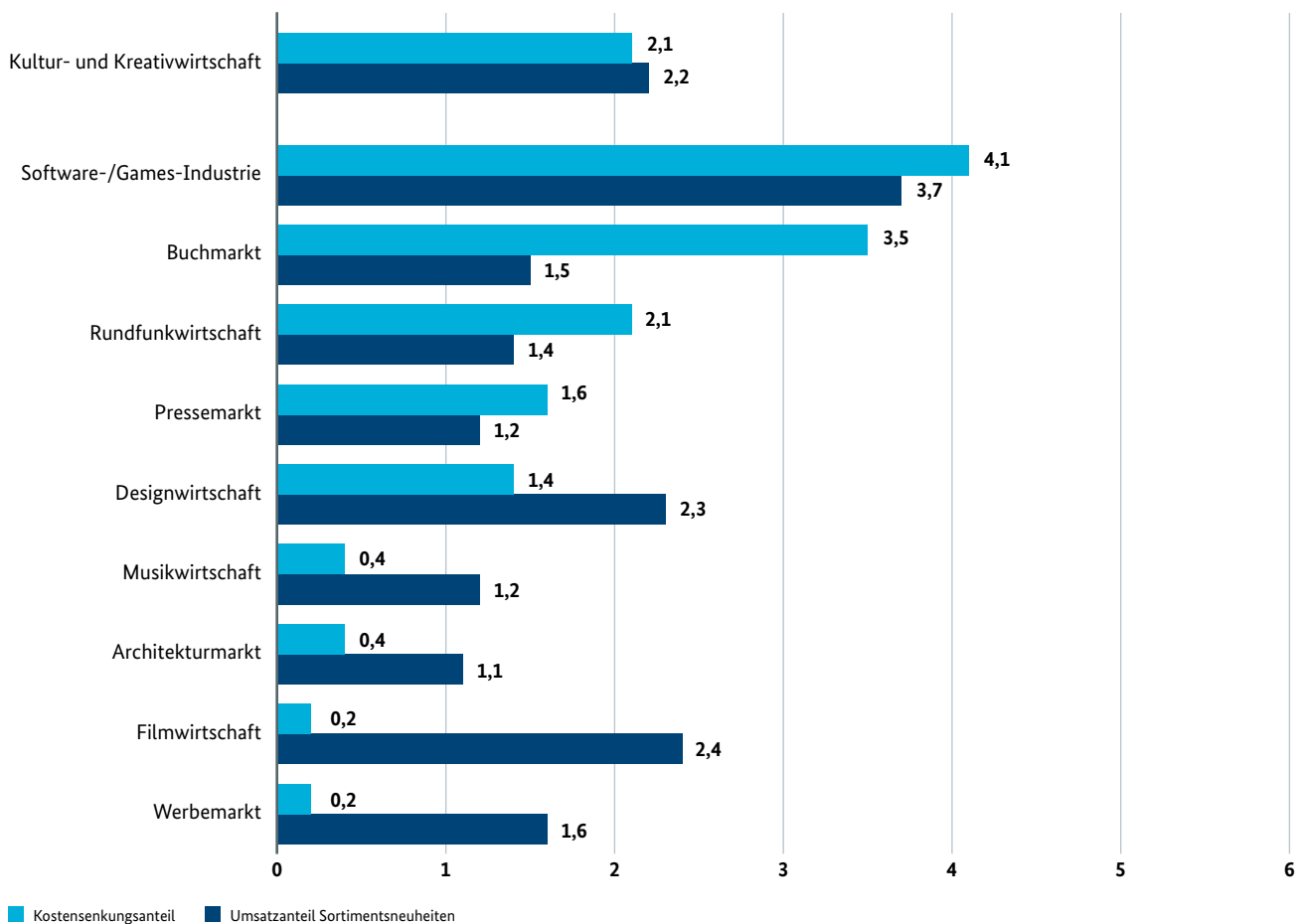


■ Umsatzanteil Marktneuheiten ■ Umsatzanteil Nachahmerinnovationen

Lesehilfe: Die Software- und Games-Industrie steht innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft sowohl bezüglich des Umsatzanteils von Marktneuheiten von 4,8 Prozent als auch bezüglich des Umsatzanteils von Nachahmerinnovationen mit 22,4 Prozent an der Spitze, Mittelwert der Jahre 2012–2014.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2016

Abbildung 5.5: Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen und Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten
(Kostensenkungsanteil/Umsatzanstieg in Prozent)



Lesehilfe: Die Software- und Games-Industrie zeigt mit 4,1 Prozent den größten Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen. Ebenso platziert sich die Branche bezüglich des Umsatzanstiegs durch Qualitätsverbesserungen mit 3,7 Prozent an der Spitze innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft, Mittelwert der Jahre 2012–2014.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2016

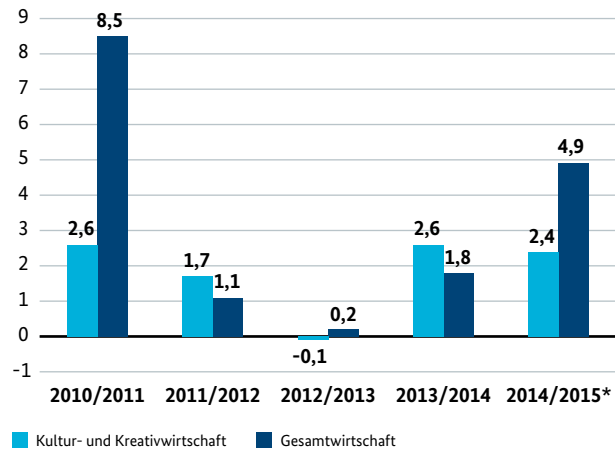
6 Zusammenfassung

Im Jahr 2015 nimmt der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft gegenüber dem Vorjahr um geschätzte 2,4 Prozent zu. Er bleibt damit hinter dem gesamtwirtschaftlichen Umsatzwachstum zurück, das im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr um geschätzte 4,9 Prozent zulegt (siehe Abbildung 6.1).

Stabiles langfristiges Umsatzwachstum in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Mit einer durchschnittlichen jährlichen Umsatzwachstumsrate in Höhe von 1,8 Prozent für den Zeitraum 2010 bis 2015 entwickelt sich die Kultur- und Kreativwirtschaft stabil positiv. Allerdings variiert die Umsatzentwicklung sehr stark in den einzelnen Teilmärkten (siehe Abbildung 6.2). Nach wie vor liegt die Musikwirtschaft mit einer jährlichen durchschnittlichen Wachstumsrate von aktuell 5,8 Prozent an der Spitze. An zweiter Stelle folgt der Markt für darstellende Künste mit einem Wachstum von durchschnittlich 5,2 Prozent. Ebenfalls starke positive Wachstumswerte erzielen die Software- und Games-Industrie (5,0 Prozent) die Rundfunkwirtschaft (4,8 Prozent) und der Architekturmarkt (4,5 Prozent). Alle weiteren Teilmärkte entwickeln sich weniger günstig als die gesamte Kultur- und Kreativ-

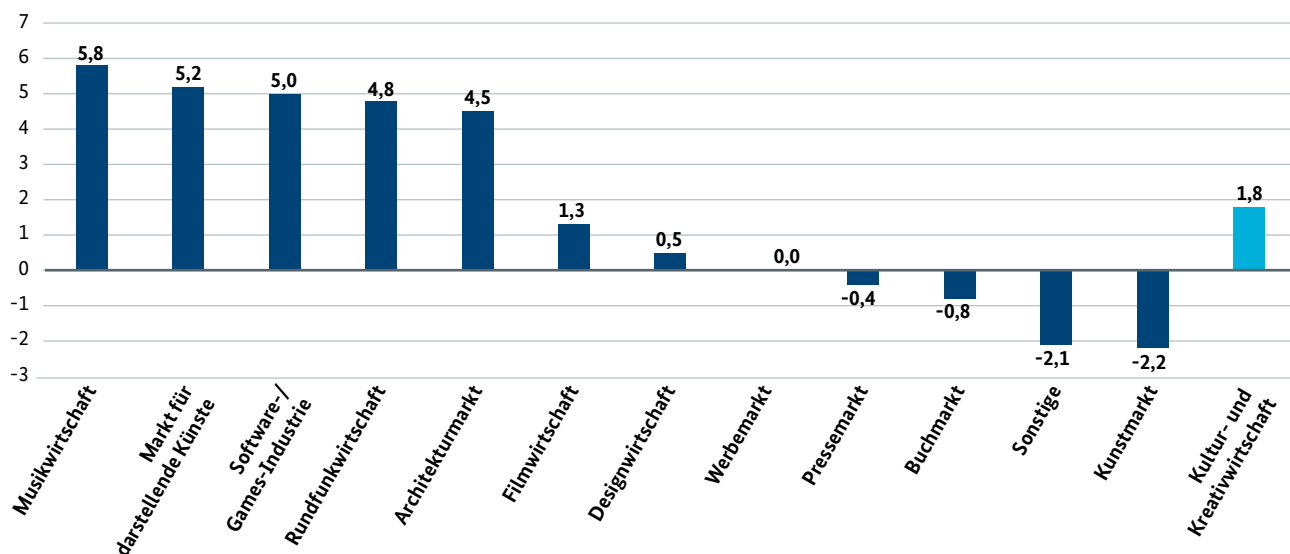
Abbildung 6.1: Entwicklung des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



Legende: Kultur- und Kreativwirtschaft (hellblau), Gesamtwirtschaft (dunkelblau).
 Lesehilfe: Der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2011 und 2012 um 1,7 Prozent gewachsen.
 Anmerkung: *Werte für 2015 basieren auf Schätzungen.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; eigene Berechnungen ZEW

wirtschaft, wobei die Teilmärkte für Presse, Buch und Kunst sogar negative jährliche Wachstumsraten in Höhe von -0,4, -0,8 bzw. -2,2 Prozent verzeichnen.

Abbildung 6.2: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2010–2015* in Prozent)



Lesehilfe: Der Umsatz in der Musikwirtschaft ist im Zeitraum von 2010 bis 2015 um jährlich 5,8 Prozent gewachsen.
 Anmerkung: *Werte für 2015 basieren auf Schätzungen.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; eigene Berechnungen ZEW

Wachstumsrate der Unternehmenszahl in der Kultur- und Kreativwirtschaft höher als in der Gesamtwirtschaft

Im Jahr 2015 ist die Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zum Vorjahr stärker gestiegen als in der Gesamtwirtschaft. Während die Kultur- und Kreativwirtschaft 1,4 Prozent mehr Unternehmen zu verzeichnen hatte, waren es gesamtwirtschaftlich gesehen 1,2 Prozent (siehe Abbildung 6.3). Damit setzt sich der Trend der letzten Jahre fort, dass der Unternehmensbestand in der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker wächst als in der Gesamtwirtschaft. Zuletzt gab es im Jahr 2012 eine gesamtwirtschaftlich höhere Wachstumsrate als in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Im Zeitraum 2010 bis 2015 ist die Zahl der Kultur- und Kreativunternehmen um durchschnittlich 2,6 Prozent pro Jahr gewachsen (siehe Abbildung 6.4). Überdurchschnittlich hoch waren die Zunahmen in der Software- und Games-Industrie mit 7,4 Prozent. Dieser Teilmarkt verzeichnet schon seit Jahren die höchsten Gründungsaktivitäten im Vergleich aller Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe auch Abschnitt 4). Mit deutlichem Abstand folgen dann der Markt für darstellende Künste mit einem langfristigen durchschnittlichen Wachstum der Unterneh-

Abbildung 6.3: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)

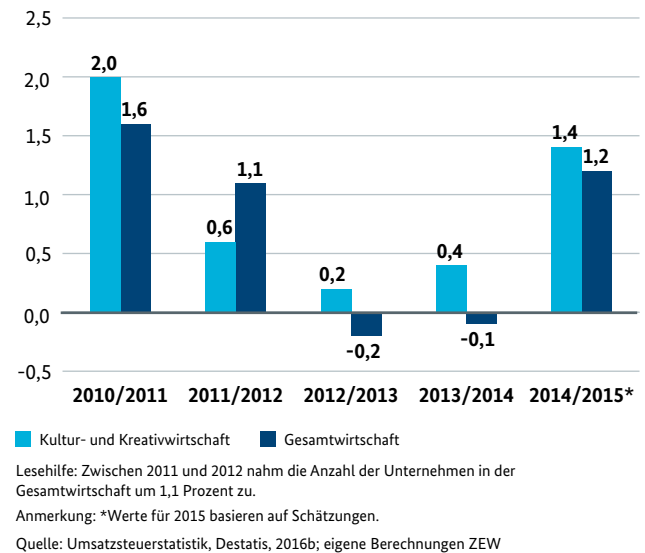
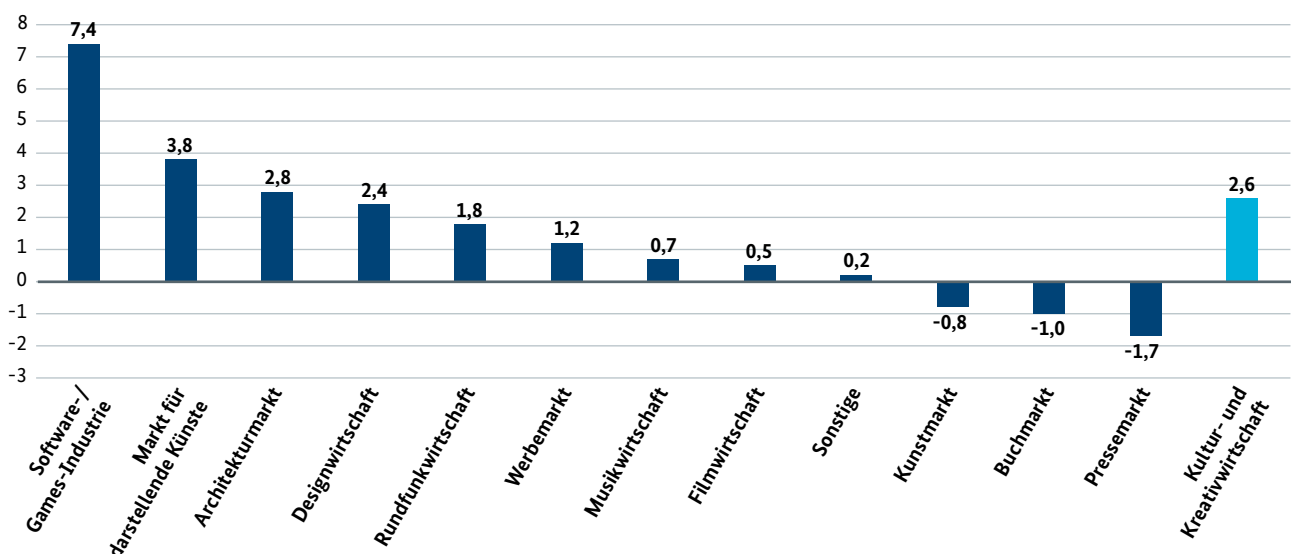


Abbildung 6.4: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2010–2015* in Prozent)

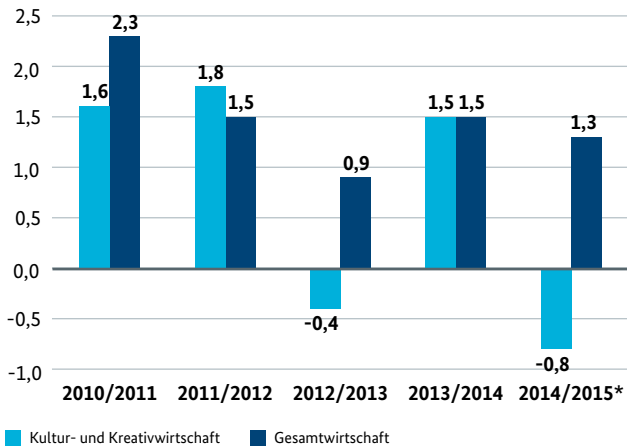


Lesehilfe: Die Anzahl der Unternehmen im Werbemarkt hat im Zeitraum 2010 bis 2015 um durchschnittlich 1,2 Prozent pro Jahr zugelegt.

Anmerkung: *Werte für 2015 basieren auf Schätzungen.

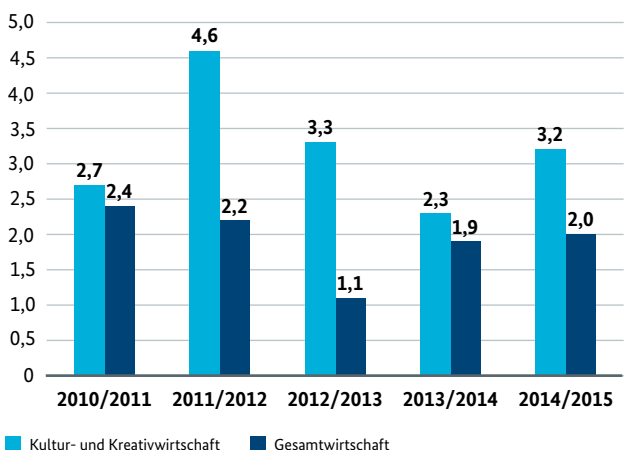
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; eigene Berechnungen ZEW

Abbildung 6.5: Entwicklung der insgesamt Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



■ Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Gesamtwirtschaft
 Lesehilfe: Die Anzahl der Erwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft ist zwischen 2012 und 2013 um 0,9 Prozent gestiegen.
 Anmerkung: *Werte für 2015 basieren teilweise auf Schätzungen.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b, Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

Abbildung 6.6: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



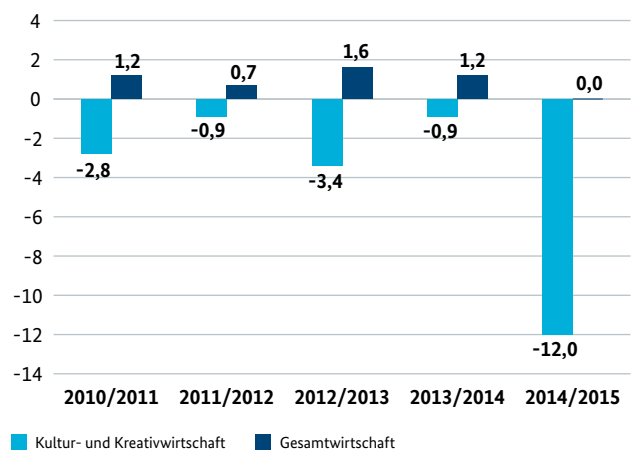
■ Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Gesamtwirtschaft
 Lesehilfe: Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2012 und 2013 um 3,3 Prozent gestiegen.
 Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

mensanzahl von 3,8 Prozent und der Architekturmarkt mit 2,8 Prozent. Alle weiteren Teilmärkte bewegen sich unterhalb der branchendurchschnittlichen Entwicklung von 2,6 Prozent und der Kunstmarkt, der Buchmarkt und der Pressemarkt verzeichnen sogar negative jährliche Wachstumsraten.

Sozialversicherungspflichtige Beschäftigung nimmt in der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich stärker zu als in der Gesamtwirtschaft

Im langfristigen Trend ist zu beobachten, dass die sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse in der Kultur- und Kreativwirtschaft grundsätzlich stärker wachsen als in der Gesamtwirtschaft. So auch im vergangenen Jahr, in dem ein Zuwachs in der Kultur- und Kreativwirtschaft von 3,2 Prozent zu verzeichnen ist, während der gesamtwirtschaftliche Anstieg um 1,2 Prozentpunkte geringer ausfällt (siehe Abbildung 6.6).

Abbildung 6.7: Entwicklung der geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



■ Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Gesamtwirtschaft
 Lesehilfe: Die Anzahl der geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2012 und 2013 um 3,4 Prozent gesunken.
 Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

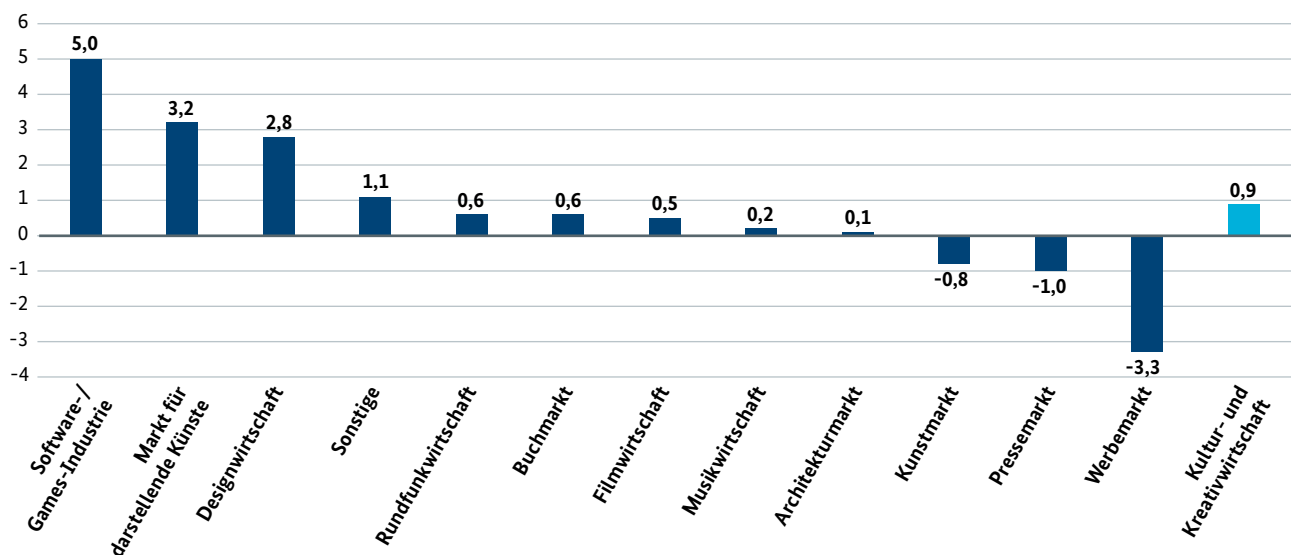
Trotz einer deutlichen Zunahme der Kernerwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2015, ist die Erwerbstätigkeit im letzten Jahr insgesamt um 0,8 Prozent leicht zurückgegangen (siehe Abbildung 6.5). Wie schon erwähnt, ist dies hauptsächlich auf den starken Rückgang an geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zurückzuführen.

Die geringfügige Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist im vergangenen Jahr deutlich gesunken, was vor allem mit der kontinuierlichen Zunahme der Zahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter in der Branche zusammenhängt. Allerdings ist der Rückgang in Höhe von 12 Prozent deutlich ausgeprägter als die ebenfalls in den Jahren davor zu verzeichnenden Rückgänge in dieser Beschäftigungsart (siehe Abbildung 6.7), was daran liegen dürfte, dass geringfügig Beschäftigte aus der Kultur- und

Kreativwirtschaft in sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse in anderen Branchen wechseln. Die deutlichsten Rückgänge verzeichnen hierbei die Teilmärkte Presse (-20,6 Prozent), Werbung (-14,7 Prozent) und Design (-13,6 Prozent).

Bezogen auf die Kernerwerbsquote nimmt die Zahl der Selbständigen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Zeitraum 2010 bis 2015 durchschnittlich um jährlich 0,9 Prozent zu (siehe Abbildung 6.8). Zu dieser Entwicklung trägt in erster Linie die Software- und Games-Industrie mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 5 Prozent bei. Erst mit etwas Abstand folgt an zweiter Stelle mit 3,2 Prozent der Markt für darstellende Künste. Die Teilmärkte für Kunst, Presse und Werbung verzeichnen negative Wachstumsraten hinsichtlich der (Kern-) Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Abbildung 6.8: Entwicklung der Erwerbstätigkeit (Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft
(Durchschnittliche jährliche Veränderung 2010–2015* in Prozent)



Lesehilfe: Die Erwerbstätigkeit in der Designwirtschaft hat im Zeitraum 2010 bis 2015 um durchschnittlich 2,8 Prozent pro Jahr zugelegt.

Anmerkung: *Werte für 2015 basieren teilweise (bezüglich der Umsatzsteuerstatistik) auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

Teilmärkte entwickeln sich unterschiedlich

Während für die Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft für 2014 bis 2015 ein niedrigeres Wachstum erwartet wird als für die Gesamtwirtschaft, fällt der Zuwachs der Unternehmenszahl und der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich höher aus als in der Gesamtwirtschaft. Im Zeitraum 2010 bis 2015 sind insbesondere die Teilmärkte Kunst, Buch und Presse vom Rückgang der drei Indikatoren Umsatz, Unternehmenszahl und Erwerbstätige betroffen. Hingegen legen die drei Indikatoren im selben Zeitraum insbesondere in den Teilmärkten für darstellende Künste und für Software und Games zu. Beim Umsatzwachstum hat sich zudem die Musikwirtschaft außerordentlich positiv entwickelt.

Kulturelle und kreative Beschäftigung nimmt zu

Die Zahl der Kultur- und Kreativschaffenden innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft hat von 2013 bis 2015 um 6,6 Prozent zugenommen und beläuft sich im Jahr 2015 auf rund 460.000. Rund 1,6 Millionen Kultur- und Kreativschaffende sind zudem außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig und machen hier rund 4,3 Prozent der Beschäftigten aus.

Gründungsaktivität rückläufig

Etwa 9.400 wirtschaftsaktive Unternehmen wurden im Jahr 2015 in der Kultur- und Kreativwirtschaft neu gegründet. Damit setzt sich der Trend rückläufiger Gründungsaktivität weiter fort und erreicht den niedrigsten Stand seit 2002. Die drei Teilmärkte für Software und Games, für Design und für Werbung machen mit 34, 17 und 13 Prozent jeweils die größten Anteile an den neu gegründeten Unternehmen aus. Die Gründungsrate der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt mit durchschnittlich 5,2 Prozent knapp über der Gründungsrate in Höhe von 5,0 Prozent für Deutschland insgesamt.

Bei der Innovationsaktivität dominiert die Software- und Games-Industrie

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gibt jährlich rund 4,6 Milliarden Euro für Innovationen aus. Dies entspricht 3,1 Prozent der gesamten Innovationsausgaben der deutschen Wirtschaft. Knapp drei Viertel der Innovationsausgaben der

Kultur- und Kreativwirtschaft entfallen auf die Software- und Games-Industrie. Die Innovatorenquote, also der Anteil der Unternehmen, die innerhalb eines Dreijahreszeitraums mindestens eine Produkt- oder Prozessinnovation realisieren, liegt in der Kultur- und Kreativwirtschaft bei 51 Prozent und damit niedriger als in forschungsintensiven Industrien, die Innovatorenquoten zwischen 60 und 74 Prozent aufweisen. Mit 16,3 Milliarden Euro macht der Umsatz mit Produktneuheiten 14,4 Prozent des Gesamtumsatzes in der Branche aus.

Internationalisierung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Knapp ein Viertel der Kultur- und Kreativunternehmen ist im Ausland aktiv und nutzt dafür verschiedene Kanäle, sei es beispielsweise den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen an Kunden ins Ausland, Kooperationen oder die Mitarbeiterentsendung. Die Musikwirtschaft und die Software- und Games-Industrie sind am stärksten international aufgestellt. Die Auslandsaktivität soll vor allem dazu dienen, neue Ideen für Produkte und Dienstleistungen zu gewinnen, den Bekanntheitsgrad national und international zu steigern und neue Absatzmärkte zu erschließen.

Hemmnisse bei der Internationalisierung empfinden die Unternehmen vor allem dann, wenn keine Erfahrung oder Kapazität beim Management von Auslandsaktivitäten vorliegt oder wenn im Ausland keine Nachfrage nach ihren Produkten und Diensten besteht. Entsprechend wünschen sie sich von staatlichen Institutionen vor allem die Bereitstellung von Marktinformationen zu Zielländern sowie die Vermittlung von Know-how für die Umsetzung der Internationalisierung.

Fazit

Die wirtschaftlichen Eckdaten in der Kultur- und Kreativwirtschaft reflektieren eine weitgehend stabile Entwicklung. Dabei setzt sich die Zunahme der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung fort, aber auch der Umsatz weist ein stabiles langfristiges Wachstum auf. Gleichwohl stehen hinter dieser aggregierten Sichtweise sehr heterogene Entwicklungen in den einzelnen Teilmärkten. Die Teilmärkte für Kunst, Buch und Presse verharren am unteren Ende der Entwicklungsskala, während sich die Teilmärkte für Software und Games, darstellende Künste und Musik positiv und zum Teil recht dynamisch entwickeln.

Wirtschaftspolitische Maßnahmen sollten diese Heterogenität der Teilmärkte, die mit unterschiedlichen Charakteristika der Produkte und Dienste, aber auch mit unterschiedlichen Marktbedingungen verbunden sind, berücksichtigen.

Handlungsempfehlungen

Als mögliche Ansatzpunkte für wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft lassen sich identifizieren:

- Den Unternehmen durch die Bereitstellung von Informationen zu ausländischen Märkten eine Entscheidungshilfe für deren Internationalisierungsstrategien bieten.
- Bestehende Programme zur Außenwirtschaftsförderung für die Kultur- und Kreativwirtschaft transparenter machen und eine denkbare Exportinitiative „Kultur- und Kreativwirtschaft“ prüfen, um die Teilnahme an internationalen Messen besser zu fördern und dabei die spezifischen Hürden der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer Kleinst- und Kleinunternehmen (z. B. Reisekosten) zu adressieren.
- Intensivierung des Austauschs zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Wirtschaftsbranchen durch das Bereitstellen von Vernetzungsplattformen und der Förderung von Kooperationen.
- Nichttechnische Innovationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft noch besser unterstützen, etwa durch relevante Infrastrukturangebote wie z. B. Innovationszentren und Förderangebote etwa im Bereich von Beratungsleistungen, sowie Erhebung von Primärdaten zu nicht-technischen Innovationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft.

7 Anhang

7.1 Ausführliche Tabellen

Tabelle 7.1: Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) nach Teilmärkten: Anzahl der Unternehmen, 2010 bis 2015*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
1. Musikwirtschaft	13.723	13.894	13.796	13.811	13.759	13.834
2. Buchmarkt	16.481	16.702	16.828	16.811	16.798	16.967
3. Kunstmarkt	13.464	13.422	13.203	13.153	13.062	12.966
4. Filmwirtschaft	17.956	18.199	18.282	18.440	18.267	18.453
5. Rundfunkwirtschaft	17.751	18.128	18.154	18.159	18.074	18.309
6. Markt für darstellende Künste	15.402	15.982	16.497	17.004	17.473	18.026
7. Designwirtschaft	50.111	52.439	53.676	54.454	55.624	57.469
8. Architekturmarkt	40.159	40.702	40.762	40.205	40.040	40.328
9. Pressemarkt	33.564	33.498	33.131	32.557	32.119	31.912
10. Werbemarkt	35.330	34.577	33.448	32.107	30.855	29.930
11. Software- und Games-Industrie	28.527	30.413	31.915	33.365	34.725	36.452
12. Sonstige	7.506	7.736	7.751	7.812	7.775	7.924
Summe mit Doppelzählung	289.974	295.692	297.442	297.877	298.570	302.569
Doppelte Wirtschaftszweige	50.440	51.402	51.627	51.525	51.336	51.970
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	239.534	244.290	245.816	246.353	247.235	250.600
Gesamtwirtschaft	3.165.286	3.215.095	3.250.319	3.243.538	3.240.221	3.279.996
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>7,57%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,56%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,63%</i>	<i>7,64%</i>

Anmerkung: *Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; eigene Berechnungen ZEW

Tabelle 7.2: Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) nach Teilmärkten: Umsätze (in Millionen Euro), 2010 bis 2015*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
1. Musikwirtschaft	6.270	6.639	7.099	7.674	7.896	8.313
2. Buchmarkt	14.182	14.255	14.032	13.737	13.686	13.634
3. Kunstmarkt	2.332	2.341	2.316	2.292	2.091	2.086
4. Filmwirtschaft	8.925	9.283	9.228	9.060	9.328	9.509
5. Rundfunkwirtschaft	7.671	7.905	8.327	8.942	9.378	9.707
6. Markt für darstellende Künste	3.478	3.742	3.909	3.971	4.262	4.477
7. Designwirtschaft	18.243	18.353	18.535	18.338	18.566	18.667
8. Architekturmarkt	8.031	8.708	8.813	9.130	9.554	10.023
9. Pressemarkt	31.398	31.711	31.931	31.065	30.657	30.824
10. Werbemarkt	25.714	24.929	24.965	25.175	26.130	25.691
11. Software- und Games-Industrie	26.496	28.442	29.642	29.418	31.619	33.739
12. Sonstige	1.588	1.652	1.587	1.531	1.418	1.431
Summe mit Doppelzählung	154.327	157.960	160.385	160.332	164.586	168.103
Doppelte Wirtschaftszweige	16.993	16.990	17.047	17.178	17.691	17.720
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	137.333	140.970	143.338	143.155	146.895	150.383
Gesamtwirtschaft	5.240.997	5.687.179	5.752.249	5.765.567	5.870.875	6.159.437
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>2,62%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,49%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,50%</i>	<i>2,47%</i>

Anmerkung: *Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2014; eigene Berechnungen ZEW

Tabelle 7.3: Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) nach Teilmärkten: Erwerbstätige, 2010 bis 2015*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
1. Musikwirtschaft	46.690	46.627	46.532	47.494	47.788	48.267
2. Buchmarkt	76.850	79.498	78.808	78.158	75.915	72.922
3. Kunstmarkt	19.160	18.943	18.910	18.788	18.514	18.388
4. Filmwirtschaft	57.280	57.740	57.627	57.082	57.416	58.686
5. Rundfunkwirtschaft	38.881	39.690	39.867	41.351	41.689	42.606
6. Markt für darstellende Künste	33.220	34.112	35.383	37.889	38.800	40.049
7. Designwirtschaft	125.854	128.415	131.740	134.252	137.240	141.610
8. Architekturmarkt	101.889	105.079	107.737	110.153	112.762	117.148
9. Pressemarkt	163.294	161.083	158.863	156.082	152.383	149.949
10. Werbemarkt	136.963	138.870	140.388	140.522	142.949	145.555
11. Software- und Games-Industrie	251.676	268.405	299.357	321.022	337.875	359.267
12. Sonstige	14.991	15.184	15.434	15.532	15.103	15.176
Summe mit Doppelzählung	1.066.748	1.093.644	1.130.646	1.158.326	1.178.434	1.209.654
Doppelte Wirtschaftszweige	114.378	117.012	119.101	121.229	122.424	124.687
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	952.370	976.633	1.011.544	1.037.096	1.056.010	1.084.936
Gesamtwirtschaft	31.131.887	31.858.678	32.530.353	32.859.218	33.414.726	34.051.293
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>3,06 %</i>	<i>3,07 %</i>	<i>3,11 %</i>	<i>3,16 %</i>	<i>3,16 %</i>	<i>3,19 %</i>

Anmerkung: *Schätzungen bezüglich der Anzahl der Selbständigen (entsprechen der Anzahl an Unternehmen).

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2014; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2014; eigene Berechnungen ZEW

Tabelle 7.4: Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) nach Teilmärkten: abhängig Beschäftigte (SvB), 2010 bis 2015

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1. Musikwirtschaft	32.967	32.733	32.736	33.683	34.029	34.433
2. Buchmarkt	60.369	62.796	61.980	61.347	59.117	55.955
3. Kunstmarkt	5.696	5.521	5.707	5.636	5.453	5.423
4. Filmwirtschaft	39.324	39.541	39.345	38.642	39.149	40.233
5. Rundfunkwirtschaft	21.130	21.562	21.713	23.192	23.615	24.298
6. Markt für darstellende Künste	17.818	18.130	18.886	20.885	21.327	22.023
7. Designwirtschaft	75.743	75.976	78.065	79.799	81.617	84.141
8. Architekturmarkt	61.730	64.377	66.975	69.948	72.722	76.820
9. Pressemarkt	129.730	127.585	125.732	123.525	120.264	118.037
10. Werbemarkt	101.633	104.293	106.940	108.415	112.094	115.625
11. Software- und Games-Industrie	223.149	237.992	267.442	287.657	303.150	322.815
12. Sonstige	7.485	7.448	7.683	7.720	7.328	7.253
Summe mit Doppelzählung	776.774	797.953	833.203	860.449	879.864	907.054
Doppelte Wirtschaftszweige	63.938	65.610	67.475	69.705	71.089	72.717
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	712.836	732.343	765.729	790.744	808.775	834.337
Gesamtwirtschaft	27.966.601	28.643.583	29.280.034	29.615.680	30.174.505	30.771.297
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>2,55 %</i>	<i>2,56 %</i>	<i>2,62 %</i>	<i>2,67 %</i>	<i>2,68 %</i>	<i>2,71 %</i>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

Tabelle 7.5: Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) nach Teilmärkten: geringfügig Beschäftigte, 2010 bis 2015

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1. Musikwirtschaft	11.909	12.114	12.669	12.892	13.158	13.407
2. Buchmarkt	20.914	20.362	19.762	18.950	18.308	17.596
3. Kunstmarkt	4.465	4.392	4.347	4.287	4.172	4.045
4. Filmwirtschaft	27.983	26.692	26.535	25.779	24.323	23.835
5. Rundfunkwirtschaft	2.041	1.748	1.722	1.839	1.839	1.751
6. Markt für darstellende Künste	12.972	13.699	14.751	15.794	16.443	17.063
7. Designwirtschaft	66.942	63.950	62.095	61.746	65.392	56.494
8. Architekturmarkt	18.069	18.372	18.451	19.099	19.355	18.888
9. Pressemarkt	133.683	131.198	130.350	123.364	113.220	89.854
10. Werbemarkt	123.134	115.252	110.717	103.957	111.434	95.054
11. Software- und Games-Industrie	21.173	22.353	23.696	24.786	25.869	25.488
12. Sonstige	1.770	1.754	1.682	1.650	1.611	1.572
Summe mit Doppelzählung	445.055	431.885	426.777	414.143	415.124	365.045
Doppelte Wirtschaftszweige	66.190	63.442	61.762	61.708	65.721	57.448
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	378.865	368.443	365.014	352.435	349.404	307.598
Gesamtwirtschaft	7.450.194	7.536.790	7.591.384	7.716.104	7.811.376	7.704.750
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	5,09%	4,89%	4,81%	4,57%	4,47%	3,99%

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

Tabelle 7.6: Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
1. Musikwirtschaft						
32.20 Herstellung von Musikinstrumenten	1.180	1.197	1.204	1.218	1.216	1.230
47.59.3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	2.142	2.087	1.998	1.922	1.858	1.791
47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	282	306	319	333	353	373
59.20.1 Tonstudios etc.	539	583	610	634	659	696
59.20.2 Tonträgerverlage	390	383	366	376	380	372
59.20.3 Musikverlage	1.149	1.134	1.095	1.062	1.075	1.051
90.01.2 Musik-/Tanzensembles	1.661	1.666	1.560	1.510	1.472	1.438
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	2.109	2.249	2.395	2.471	2.429	2.564
90.03.1 Selbständige Musiker/-innen etc.	2.643	2.683	2.695	2.752	2.776	2.809
90.04.1 Theater-/Konzertveranstalter	1.400	1.378	1.337	1.325	1.335	1.308
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228	217	208	206	202
Teilmarkt insgesamt	13.723	13.894	13.796	13.811	13.759	13.834

→

Tabelle 7.6: Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008		2010	2011	2012	2013	2014	2015*
2. Buchmarkt							
18.14	Buchbinderei etc.	1.041	1.010	993	961	909	882
47.61	Einzelhandel mit Büchern	4.195	4.137	4.038	3.896	3.803	3.724
47.79.2	Antiquariate	459	448	429	428	414	402
58.11	Buchverlage	2.220	2.243	2.209	2.170	2.117	2.117
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	1.625	1.718	1.811	1.884	1.974	2.065
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	6.941	7.146	7.348	7.472	7.581	7.777
Teilmarkt insgesamt		16.481	16.702	16.828	16.811	16.798	16.967
3. Kunstmarkt							
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	1.712	1.685	1.632	1.560	1.469	1.429
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	2.115	2.041	2.007	1.949	1.949	1.889
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	8.814	8.932	8.892	9.010	9.010	9.081
91.02	Museumsshops etc.	823	764	672	634	634	567
Teilmarkt insgesamt		13.464	13.422	13.203	13.153	13.062	12.966
4. Filmwirtschaft							
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	282	306	319	333	353	373
59.11	Film-/TV-Produktion	5.253	5.118	4.988	4.894	4.567	4.438
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	767	851	861	856	774	827
59.13	Filmverleih und -vertrieb	865	792	711	654	576	502
59.14	Kinos	878	865	843	849	834	820
77.22	Videotheken	1.201	1.087	969	864	753	639
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	8.710	9.180	9.591	9.990	10.410	10.855
Teilmarkt insgesamt		17.956	18.199	18.282	18.440	18.267	18.453
5. Rundfunkwirtschaft							
60.10	Hörfunkveranstalter	262	255	255	262	262	259
60.20	Fernsehveranstalter	88	91	89	94	89	91
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	17.401	17.782	17.810	17.803	17.723	17.959
Teilmarkt insgesamt		17.751	18.128	18.154	18.159	18.074	18.309
6. Markt für darstellende Künste							
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	2.080	2.105	2.111	2.147	2.204	2.224
90.01.1	Theaterensembles	124	128	131	133	142	146
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	573	546	550	584	588	576
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	8.710	9.180	9.591	9.990	10.410	10.855
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	2.109	2.249	2.395	2.471	2.429	2.564
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	1.400	1.378	1.337	1.325	1.335	1.308
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228	217	208	206	202
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	178	168	165	146	159	150
Teilmarkt insgesamt		15.402	15.982	16.497	17.004	17.473	18.026



Tabelle 7.6: Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	
7. Designwirtschaft							
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	3.706	3.661	3.603	3.477	3.424	3.367
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	3.185	3.577	3.862	3.987	4.119	4.452
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	17.125	16.702	16.096	15.408	14.761	14.256
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	2.164	2.586	2.975	3.372	3.590	4.000
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	7.269	8.725	10.054	11.100	12.425	13.802
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	7.679	7.773	7.303	6.898	6.661	6.536
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	8.983	9.415	9.783	10.212	10.644	11.057
	Teilmarkt insgesamt	50.111	52.439	53.676	54.454	55.624	57.469
8. Architekturmarkt							
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	27.587	27.554	27.137	26.465	26.084	25.872
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	3.185	3.577	3.862	3.987	4.119	4.452
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	4.828	4.990	5.088	5.050	5.083	5.206
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	3.088	3.108	3.156	3.168	3.179	3.207
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	1.471	1.473	1.519	1.535	1.575	1.592
	Teilmarkt insgesamt	40.159	40.702	40.762	40.205	40.040	40.328
9. Pressemarkt							
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	9.219	8.891	8.563	8.208	8.000	7.669
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	200	217	211	212	214	223
58.13	Verlegen von Zeitungen	829	826	845	849	835	839
58.14	Verlegen von Zeitschriften	1.782	1.741	1.722	1.689	1.643	1.609
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.144	3.053	3.002	2.906	2.866	2.787
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	989	988	978	890	838	826
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	17.401	17.782	17.810	17.803	17.723	17.959
	Teilmarkt insgesamt	33.564	33.498	33.131	32.557	32.119	31.912
10. Werbemarkt							
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	34.250	33.404	32.191	30.815	29.521	28.512
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.080	1.173	1.257	1.292	1.334	1.418
	Teilmarkt insgesamt	35.330	34.577	33.448	32.107	30.855	29.930
11. Software- und Games-Industrie							
58.21	Verlegen von Computerspielen	354	336	326	295	283	266
58.29	Verlegen von sonstiger Software	474	534	529	543	544	580
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	8.256	9.037	9.603	10.073	10.611	11.296
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	19.172	20.165	21.042	21.919	22.638	23.585
63.12	Webportale	271	341	415	535	649	725
	Teilmarkt insgesamt	28.527	30.413	31.915	33.365	34.725	36.452



Tabelle 7.6: Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
12. Sonstige						
32.11 Herstellung von Münzen	54	54	53	50	45	44
32.13 Herstellung von Fantasieschmuck	289	304	303	305	318	327
74.30.2 Selbständige Dolmetscher/-innen	466	466	428	413	378	365
74.20.2 Fotolabors	6.237	6.456	6.547	6.637	6.638	6.806
91.01 Bibliotheken und Archive	100	101	81	80	79	74
91.03 Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	95	95	92	87	90	89
91.04 Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	265	260	247	240	227	219
Teilmarkt insgesamt	7.506	7.736	7.751	7.812	7.775	7.924
Summe mit Doppelzählung	289.974	295.692	297.442	297.877	298.570	302.569
Doppelte Wirtschaftszweige	50.440	51.402	51.627	51.525	51.336	51.970
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	239.534	244.290	245.816	246.353	247.235	250.600
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>7,57%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,56%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,63%</i>	<i>7,64%</i>

Anmerkung: *Werte für 2015 geschätzt, basierend auf Vorjahresentwicklung und Konjunkturstatistiken. Minimale Abweichungen in den Teilmarktsummen bzw. Gesamtsummen ergeben sich aufgrund von Rundungsdifferenzen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; eigene Berechnungen ZEW

Tabelle 7.7: Umsätze (in Millionen Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
1. Musikwirtschaft						
32.20 Herstellung von Musikinstrumenten	551	579	592	616	611	634
47.59.3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.175	1.207	1.245	1.187	1.227	1.252
47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	126	140	158	155	154	168
59.20.1 Tonstudios etc.	109	125	134	126	119	130
59.20.2 Tonträgerverlage	989	1.016	983	866	829	823
59.20.3 Musikverlage	549	571	918	1.675	1.666	1.859
90.01.2 Musik-/Tanzensembles	210	239	233	228	209	225
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	402	440	461	501	550	584
90.03.1 Selbständige Musiker/-innen etc.	261	274	283	275	308	318
90.04.1 Theater-/Konzertveranstalter	1.509	1.644	1.639	1.597	1.766	1.842
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	389	403	453	447	456	479
Teilmarkt insgesamt	6.270	6.639	7.099	7.674	7.896	8.313

→

Tabelle 7.7: Umsätze (in Millionen Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	
2. Buchmarkt							
18.14	Buchbinderei etc.	836	871	805	786	733	733
47.61	Einzelhandel mit Büchern	3.600	3.506	3.551	3.451	3.558	3.505
47.79.2	Antiquariate	72	70	65	63	56	53
58.11	Buchverlage	8.848	8.945	8.754	8.581	8.480	8.464
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	274	295	287	278	293	303
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	552	568	570	578	566	577
	Teilmarkt insgesamt	14.182	14.255	14.032	13.737	13.686	13.634
3. Kunstmarkt							
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	660	742	707	729	619	659
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	404	432	416	381	324	333
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	750	753	765	766	770	775
91.02	Museumshops etc.	518	414	428	416	378	319
	Teilmarkt insgesamt	2.332	2.341	2.316	2.292	2.091	2.086
4. Filmwirtschaft							
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	126	140	158	155	154	168
59.11	Film-/TV-Produktion	4.489	4.458	4.444	4.418	4.664	4.639
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	153	164	181	240	210	228
59.13	Filmverleih und -vertrieb	1.815	1.993	1.752	1.569	1.572	1.588
59.14	Kinos	1.276	1.419	1.527	1.524	1.488	1.606
77.22	Videotheken	315	302	296	261	277	263
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	752	806	870	892	964	1.018
	Teilmarkt insgesamt	8.925	9.283	9.228	9.060	9.328	9.509
5. Rundfunkwirtschaft							
60.10	Hörfunkveranstalter	965	962	969	981	933	935
60.20	Fernsehveranstalter	5.487	5.686	6.135	6.747	7.238	7.553
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	1.219	1.258	1.223	1.213	1.206	1.218
	Teilmarkt insgesamt	7.671	7.905	8.327	8.942	9.378	9.707
6. Markt für darstellende Künste							
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	239	252	265	272	275	287
90.01.1	Theaterensembles	54	55	81	91	93	102
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	55	60	57	79	72	76
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	752	806	870	892	964	1.018
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	402	440	461	501	550	584
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	1.509	1.644	1.639	1.597	1.766	1.842
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	389	403	453	447	456	479
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthäuser	78	82	84	91	86	90
	Teilmarkt insgesamt	3.478	3.742	3.909	3.971	4.262	4.477



Tabelle 7.7: Umsätze (in Millionen Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008		2010	2011	2012	2013	2014	2015*
7. Designwirtschaft							
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	2.531	2.686	2.780	2.336	2.181	2.258
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	485	594	634	669	727	807
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	12.112	11.704	11.609	11.703	11.868	11.604
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	327	419	475	544	599	677
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	627	749	856	954	1.078	1.194
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	981	1.040	972	922	922	932
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	1.179	1.160	1.209	1.210	1.191	1.195
Teilmarkt insgesamt		18.243	18.353	18.535	18.338	18.566	18.667
8. Architekturmarkt							
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	5.765	6.126	6.117	6.316	6.569	6.803
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	485	594	634	669	727	807
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	1.066	1.239	1.288	1.347	1.389	1.513
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	543	565	586	603	658	679
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	171	183	188	196	211	221
Teilmarkt insgesamt		8.031	8.708	8.813	9.130	9.554	10.023
9. Pressemarkt							
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	3.351	3.381	3.422	3.303	3.275	3.294
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	1.415	1.762	1.875	1.825	1.706	1.943
58.13	Verlegen von Zeitungen	11.183	11.501	11.781	11.396	10.595	10.831
58.14	Verlegen von Zeitschriften	9.933	9.829	9.934	9.742	9.768	9.719
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.785	3.458	3.197	3.120	3.622	3.340
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	513	522	497	466	485	480
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	1.219	1.258	1.223	1.213	1.206	1.218
Teilmarkt insgesamt		31.398	31.711	31.931	31.065	30.657	30.824
10. Werbemarkt							
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	24.223	23.407	23.217	23.406	23.737	23.209
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/ -flächen	1.491	1.522	1.748	1.769	2.394	2.482
Teilmarkt insgesamt		25.714	24.929	24.965	25.175	26.130	25.691
11. Software- und Games-Industrie							
58.21	Verlegen von Computerspielen	3.040	2.327	1.743	1.395	336	312
58.29	Verlegen von sonstiger Software	429	504	396	425	424	439
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	2.732	3.055	3.179	3.208	3.523	3.757
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	19.818	21.997	23.663	23.509	26.489	28.281
63.12	Webportale	477	559	661	881	847	949
Teilmarkt insgesamt		26.496	28.442	29.642	29.418	31.619	33.739



Tabelle 7.7: Umsätze (in Millionen Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
12. Sonstige						
32.11 Herstellung von Münzen	118	159	147	160	109	131
32.13 Herstellung von Fantasieschmuck	125	128	117	124	131	130
74.30.2 Selbständige Dolmetscher/-innen	518	503	449	372	235	202
74.20.2 Fotolabors	462	495	509	520	536	561
91.01 Bibliotheken und Archive	66	48	43	44	49	37
91.03 Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	32	36	35	34	36	38
91.04 Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	267	283	288	277	323	332
Teilmarkt insgesamt	1.588	1.652	1.587	1.531	1.418	1.431
Summe mit Doppelzählung	154.327	157.960	160.385	160.332	164.586	168.103
Doppelte Wirtschaftszweige	16.993	16.990	17.047	17.178	17.691	17.720
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	137.333	140.970	143.338	143.155	146.895	150.383
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>2,62%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,49%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,50%</i>	<i>2,47%</i>

Anmerkung: *Werte für 2015 geschätzt, basierend auf Vorjahresentwicklung und Konjunkturstatistiken. Minimale Abweichungen in den Teilmarktsummen bzw. Gesamtsummen ergeben sich aufgrund von Rundungsdifferenzen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; eigene Berechnungen ZEW

Tabelle 7.8: Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
1. Musikwirtschaft						
32.20 Herstellung von Musikinstrumenten	6.396	6.300	6.378	6.339	6.263	6.317
47.59.3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	6.169	6.232	6.291	6.241	6.105	6.063
47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.662	1.627	1.590	1.328	1.265	1.232
59.20.1 Tonstudios etc.	1.403	1.448	1.513	1.552	1.556	1.586
59.20.2 Tonträgerverlage	2.549	2.666	2.585	1.891	1.776	1.818
59.20.3 Musikverlage	3.199	3.095	2.693	2.717	3.224	3.247
90.01.2 Musik-/Tanzensembles	6.811	6.312	5.792	5.789	5.814	5.683
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	5.828	6.145	6.621	6.720	6.948	7.585
90.03.1 Selbständige Musiker/-innen etc.	2.818	2.864	2.882	2.933	2.944	3.015
90.04.1 Theater-/Konzertveranstalter	6.364	6.385	6.591	8.419	8.262	8.096
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.491	3.553	3.596	3.565	3.631	3.625
Teilmarkt insgesamt	46.690	46.627	46.532	47.494	47.788	48.267



Tabelle 7.8: Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008		2010	2011	2012	2013	2014	2015*
2. Buchmarkt							
18.14	Buchbinderei etc.	11.365	10.895	10.749	10.114	9.923	9.537
47.61	Einzelhandel mit Büchern	27.923	29.938	29.151	28.523	26.560	23.640
47.79.2	Antiquariate	775	765	752	767	741	714
58.11	Buchverlage	24.803	25.418	25.261	25.425	24.891	24.652
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	4.692	4.960	5.160	5.417	5.707	6.001
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	7.292	7.522	7.735	7.912	8.093	8.378
Teilmarkt insgesamt		76.850	79.498	78.808	78.158	75.915	72.922
3. Kunstmarkt							
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	3.539	3.310	3.289	3.181	3.067	3.103
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	3.437	3.399	3.423	3.360	3.270	3.118
91.02	Museumshops etc.	2.169	2.096	2.034	1.984	1.891	1.800
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	10.015	10.137	10.164	10.264	10.286	10.367
Teilmarkt insgesamt		19.160	18.943	18.910	18.788	18.514	18.388
4. Filmwirtschaft							
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.662	1.627	1.590	1.328	1.265	1.232
59.11	Film-/TV-Produktion	25.491	25.502	26.109	25.759	26.282	26.524
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	5.384	5.576	4.999	4.901	4.915	4.970
59.13	Filmverleih und -vertrieb	3.291	3.182	2.946	2.954	2.895	2.662
59.14	Kinos	8.581	8.691	8.696	8.813	8.592	9.561
77.22	Videotheken	3.608	3.445	3.114	2.743	2.425	2.192
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	9.263	9.717	10.173	10.584	11.042	11.546
Teilmarkt insgesamt		57.280	57.740	57.627	57.082	57.416	58.686
5. Rundfunkwirtschaft							
60.10	Hörfunkveranstalter	13.601	13.741	13.437	14.028	14.230	15.071
60.20	Fernsehveranstalter	7.007	7.305	7.718	8.661	8.879	8.714
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	18.273	18.644	18.712	18.662	18.579	18.821
Teilmarkt insgesamt		38.881	39.690	39.867	41.351	41.689	42.606
6. Markt für darstellende Künste							
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	4.708	4.913	5.153	5.386	5.591	5.876
90.01.1	Theaterensembles	1.340	1.214	1.214	1.056	1.056	1.060
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	1.286	1.262	1.106	1.194	1.222	1.209
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	9.263	9.717	10.173	10.584	11.042	11.546
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	5.828	6.145	6.621	6.720	6.948	7.585
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	6.364	6.385	6.591	8.419	8.262	8.096
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.491	3.553	3.596	3.565	3.631	3.625
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	940	923	929	965	1.048	1.051
Teilmarkt insgesamt		33.220	34.112	35.383	37.889	38.800	40.049



Tabelle 7.8: Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	
7. Designwirtschaft							
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	13.847	11.725	11.591	11.396	11.323	11.243
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	4.743	5.399	5.858	6.376	6.595	7.083
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50%)	64.754	65.542	65.960	65.575	66.102	66.698
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	4.247	4.871	5.641	6.549	7.126	8.194
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	10.338	12.254	14.242	15.853	17.566	19.344
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	10.481	10.669	10.153	9.828	9.606	9.642
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	17.444	17.955	18.295	18.675	18.922	19.406
	Teilmarkt insgesamt	125.854	128.415	131.740	134.252	137.240	141.610
8. Architekturmarkt							
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	75.298	77.324	79.464	81.299	83.455	86.631
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	4.743	5.399	5.858	6.376	6.595	7.083
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	11.600	12.031	11.799	11.721	11.650	12.062
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	7.314	7.393	7.617	7.821	8.030	8.330
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	2.934	2.932	2.999	2.936	3.032	3.043
	Teilmarkt insgesamt	101.889	105.079	107.737	110.153	112.762	117.148
9. Pressemarkt							
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	29.025	28.803	28.619	27.777	27.430	27.063
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	5.049	4.353	4.283	4.074	3.831	3.660
58.13	Verlegen von Zeitungen	49.514	47.736	47.623	47.014	45.915	44.740
58.14	Verlegen von Zeitschriften	41.340	40.657	38.775	38.109	36.211	34.826
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	11.264	11.545	11.197	11.061	10.767	10.069
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	8.829	9.345	9.654	9.385	9.650	10.770
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	18.273	18.644	18.712	18.662	18.579	18.821
	Teilmarkt insgesamt	163.294	161.083	158.863	156.082	152.383	149.949
10. Werbemarkt							
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	129.508	131.084	131.920	131.150	132.204	133.397
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	7.455	7.786	8.468	9.372	10.745	12.159
	Teilmarkt insgesamt	136.963	138.870	140.388	140.522	142.949	145.555
11. Software- und Games-Industrie							
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.517	1.826	1.961	1.580	1.701	1.750
58.29	Verlegen von sonstiger Software	15.406	17.920	20.662	21.998	23.133	25.446
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	29.470	34.531	38.320	40.187	41.640	45.194
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	201.736	208.986	231.472	248.438	260.498	272.985
63.12	Webportale	3.547	5.142	6.942	8.819	10.903	13.892
	Teilmarkt insgesamt	251.676	268.405	299.357	321.022	337.875	359.267



Tabelle 7.8: Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2010 bis 2015*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
12. Sonstige						
32.11 Herstellung von Münzen	468	482	511	518	489	539
32.13 Herstellung von Fantasieschmuck	857	903	891	876	762	754
74.20.2 Fotolabors	10.816	10.853	11.062	11.232	10.964	11.039
74.30.2 Selbständige Dolmetscher/-innen	874	940	1.008	992	939	899
91.01 Bibliotheken und Archive	991	991	928	895	931	927
91.03 Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	210	223	226	223	223	222
91.04 Botanische und zoologische Gärten sowie Natur- parks	774	792	808	795	795	796
Teilmarkt insgesamt	14.991	15.184	15.434	15.532	15.103	15.176
Summe mit Doppelzählung	1.066.748	1.093.644	1.130.646	1.158.326	1.178.434	1.209.623
Doppelte Wirtschaftszweige	114.378	117.012	119.101	121.229	122.424	124.687
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	952.370	976.633	1.011.544	1.037.096	1.056.010	1.084.936
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>3,06 %</i>	<i>3,07 %</i>	<i>3,11 %</i>	<i>3,16 %</i>	<i>3,16 %</i>	<i>3,19 %</i>

Anmerkung: *Werte für 2015 geschätzt (Anzahl der Selbständigen), basierend auf Vorjahresentwicklung und Konjunkturstatistiken. Minimale Abweichungen in den Teilmarktsummen bzw. Gesamtsummen ergeben sich aufgrund von Rundungsdifferenzen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2016b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW

7.2 Literaturverzeichnis

Bundesagentur für Arbeit (2016), Beschäftigungsstatistik, verschiedene Jahrgänge, Nürnberg.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016), Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014, Langfassung, Berlin.

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

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2009b), Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, Forschungsgutachten, Berlin.

Destatis/Statistisches Bundesamt (2016a), Mikrozensus, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden.

Destatis/Statistisches Bundesamt (2016b), Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden.

Destatis/Statistisches Bundesamt (2016c), Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Inlandsproduktberechnung, De-taillierte Jahresergebnisse, 06.09.2016, Wiesbaden.

OECD und Eurostat (2005), Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3. Auflage, Paris.

Wirtschaftsministerkonferenz (2009), Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten.

