Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Forschungsbericht
Nr. 594

Forschungsberichte

Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009

www.bmwi.de

Text und Redaktion
Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Gestaltung und Produktion
PRpetuum GmbH, München

Druck
Silber Druck oHG, Niestetal

FSC
www.fsc.org
MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C044084

Herausgeber
Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
10115 Berlin
www.bmwi.de

Stand
Dezember 2010

Zertifikat seit 2002
audit berufundfamilie

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

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Forschungsberichte

Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009

Inhalt

1 Einleitung ... 14

1.1 Auftrag ... 14

1.2 Definition ... 14

2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung im Überblick ... 19

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland ... 19

2.2 Anteil an der Wertschöpfung ... 21

2.3 Erwerbstätige ... 22

2.4 Export ... 26

2.5 Unternehmenstypen ... 27

2.6 Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Automobilindustrie ... 28

2.7 Exkurs: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft ... 30

3 Strukturen und Trends der elf Teilmärkte ... 32

3.1 Musikwirtschaft ... 32

3.2 Buchmarkt ... 37

3.3 Kunstmarkt ... 40

3.4 Filmwirtschaft ... 43

3.5 Rundfunkwirtschaft ... 46

3.6 Markt für darstellende Künste ... 49

3.7 Designwirtschaft ... 52

3.8 Architekturmarkt ... 56

3.9 Pressemarkt ... 59

3.10 Werbemarkt ... 61

3.11 Software-/Games-Industrie ... 64

4 Abschließende Bewertung ... 68

4.1 Zusammenfassung der empirischen Befunde ... 68

4.2 Besonderer Fokus: Selbständige Künstler und Künstlerinnen ... 69

4.3 Besonderer Fokus: Kultursektor ... 72

4.4 Zukünftige Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft ... 74

5 Anhang ... 75

5.1 Methodische Hinweise ... 75

5.2 Statistische Abgrenzung ... 77

5.3 Statistische Daten ... 80

5.4 Literaturliste ... 98

5.5 Liste der aktuellen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte in Deutschland 99

5.6 Zukünftige Neuabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft 102

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Binnensegmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft 18

Abbildung 2: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2007-2009 20

Abbildung 3: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2007 22

Abbildung 4: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich, 2008 23

Abbildung 5: Struktur der Erwerbstätigen insgesamt in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft 2008 24

Abbildung 6: Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008 25

Abbildung 7: Export in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008. Gesamtumsatz und Exportquote nach statistischen Teilgruppen 27

Abbildung 8: Unternehmenstypologie nach offizieller EU-Definition 28

Abbildung 9: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen 2008 28

Abbildung 10: Unternehmensgrößen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf statistischen Teilgruppen, 2008 29

Abbildung 11: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008 29

Abbildung 12: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Automobilindustrie 2008 29

Abbildung 13: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008. Gliederung nach statistischen Teilgruppen 30

Abbildung 14: Entwicklung der freiberuflichen Künstlerinnen und Künstler in der Künstlersozialkasse 2000 – 2010 31

Abbildung 15: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Musikwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008 33

Abbildung 16: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Musikwirtschaft 2008 33

Abbildung 17: Entwicklung der Musikwirtschaft 2003 – 2009 34

Abbildung 18: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Buchmarkts nach Wirtschaftszweigen 2008 37

Abbildung 19: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Buchmarkt 2008 38

Abbildung 20: Entwicklung des Buchmarkts 2003 – 2009 39

Abbildung 21: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Kunstmarkts nach Wirtschaftszweigen 2008 40

Abbildung 22: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Kunstmarkt 2008 41

Abbildung 23: Entwicklung des Kunstmarkts 2003 – 2009 42

Abbildung 24: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Filmwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008 43

Abbildung 25: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Filmwirtschaft 2008 44

Abbildung 26: Entwicklung der Filmwirtschaft 2003 – 2009 45

Abbildung 27: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Rundfunkwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008 46

Abbildung 28: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Rundfunkwirtschaft 2008 47

Abbildung 29: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft 2003 – 2009 48

Abbildung 30: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Markts für darstellende Künste nach Wirtschaftszweigen 2008 49

Abbildung 31: Unternehmenstypen nach Größenklassen des Markts für darstellende Künste 2008 50

Abbildung 32: Entwicklung des Markts für darstellende Künste 2003 – 2009 51

Abbildung 33: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Designwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008 53

Abbildung 34: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Designwirtschaft 2008 53

Abbildung 35: Entwicklung der Designwirtschaft 2003 – 2009 54

Abbildung 36: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Architekturmarkts nach Wirtschaftszweigen 2008 56

Abbildung 37: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Architekturmarkt 2008 57

Abbildung 38: Entwicklung des Architekturmarkts 2003 – 2009 58

Abbildung 39: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Pressemarkts nach Wirtschaftszweigen 2008 59

Abbildung 40: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Pressemarkt 2008 60

Abbildung 41: Entwicklung des Pressemarkts 2003 – 2009 60

Abbildung 42: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Werbemarkts nach Wirtschaftszweigen 2008 62

Abbildung 43: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Werbemarkt 2008 62

Abbildung 44: Entwicklung des Werbemarkts 2003 – 2009 63

Abbildung 45: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Software-/Games-Industrie nach Wirtschaftszweigen 2008 64

Abbildung 46: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Software-/Games-Industrie 2008 65

Abbildung 47: Entwicklung der Software-/Games-Industrie 2003 – 2009 66

Abbildung 48: Umsatzwachstum der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft 2003 bis 2009 68

Abbildung 49: Selbständige Künstler/Schriftsteller/innen einschließlich Journalisten/innen 2008 70

Abbildung 50: Verteilung der selbständigen Künstler nach Umsatzgrößen 2008 72

Abbildung 51: Der Kultursektor in der Gliederung nach dem 3-Sektoren-Modell 73

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft 15
Tabelle 2: Kernwirtschaftszweige der Musikwirtschaft 32
Tabelle 3: Verbands- und sonstige Quellen zur Musikwirtschaft 35
Tabelle 4: Musikinstrumentenproduktion 2003 -2009 36
Tabelle 5: Kernwirtschaftszweige des Buchmarkts 37
Tabelle 6: Verbands- und sonstige Quellen zum Buchmarkt 39
Tabelle 7: Kernwirtschaftszweige des Kunstmarkts 40
Tabelle 8: Verbands- und sonstige Quellen zum Kunstmarkt 42
Tabelle 9: Kernwirtschaftszweige der Filmwirtschaft 43
Tabelle 10: Verbands- und sonstige Quellen zur Filmwirtschaft 45
Tabelle 11: Kernwirtschaftszweige der Rundfunkwirtschaft 46
Tabelle 12: Verbands- und sonstige Quellen zur Rundfunkwirtschaft 48
Tabelle 13: Kernwirtschaftszweige des Markts für darstellende Künste 49
Tabelle 14: Verbands- und sonstige Quellen zum Markt für darstellende Künste 52
Tabelle 15: Kernwirtschaftszweige der Designwirtschaft 52
Tabelle 16: Verbands- und sonstige Quellen zur Designwirtschaft 55
Tabelle 17: Kernwirtschaftszweige des Architekturmarkts 56
Tabelle 18: Verbands- und sonstige Quellen zum Architekturmarkt 58
Tabelle 19: Kernwirtschaftszweige des Pressemarkts 59
Tabelle 20: Verbands- und sonstige Quellen zum Pressemarkt 61
Tabelle 21: Kernwirtschaftszweige des Werbemarkts 61
Tabelle 22: Verbands- und sonstige Quellen zum Werbemarkt 63
Tabelle 23: Internationale statistische Definition der Software-/Games-Industrie 64
Tabelle 24: Kernwirtschaftszweige der Software-/Games-Industrie 64
Tabelle 25: Verbands- und sonstige Quellen zur Software-/Games-Industrie 66
Tabelle 26: Vorschlag für eine zukünftige Abgrenzung der Software-/Games-Industrie 67

Einführung

Die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenständiges Wirtschaftsfeld hat im aktuellen Jahr weiter zugenommen. Neben den lokalen, regionalen und nationalen Aktivitäten gewinnt das Thema auch auf europäischer Ebene eine wachsende Aufmerksamkeit.

Verschiedene EU-Kommissionsstellen greifen verstärkt in die öffentliche Diskussion ein. So hat die Generaldirektion Unternehmen und Industrie im Rahmen ihrer Innovationspolitik eine neue Offensive für eine „pan-europäische Initiative zur Unterstützung der Kreativwirtschaft in Europa“ im Frühjahr 2010 verabschiedet. In der so genannten Amsterdamer Erklärung[1] vom März 2010 beschreibt sie die Kultur- und Kreativwirtschaft als eine besondere Schnittstelle zwischen Kultur, Kreativität und Innovation. Sie habe „ein großes Potenzial für die Veränderung der europäischen Gesellschaft, da sie auf wichtige soziale, demographische und ökologische Herausforderungen reagieren und somit zu einer nachhaltigeren und klügeren Wirtschaft innerhalb der EU 2020 Strategie führen könne. Dennoch bleibt die Kombination aus kulturellem und ökonomischem Potenzial dieser dynamischen Wirtschaftsbranchen weitgehend unterschätzt und ungenutzt.“ Die Kommissionsstelle fordert deshalb eine „Europäische Allianz der Kultur- und Kreativwirtschaft“. Die Allianz könnte ein Gegengewicht zur Fragmentierung des Sektors darstellen, indem sie einen strategischen Überblick verschafft, was Europas Kreativbranche benötigt, um in der globalen Wirtschaft erfolgreich zu sein.

Die Generaldirektion Bildung und Kultur hat ein EU-Grünbuch Kultur- und Kreativwirtschaft[2] vorgelegt und will damit die Förderung der Kultur- und Kreativbranche in einer breiten europäischen Debatte anstoßen und weiterbringen.

In Fortsetzung der deutschen Debatte hat die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung (Federführung: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie; Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien) ein Monitoring der Kultur- und Kreativwirtschaft eingerichtet, mit dem jährlich über die aktuellen wirtschaftlichen Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft berichtet werden soll. Mit dem vorliegenden Analysebericht soll vor allem die Entwicklungsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft untersucht werden. Durch die aktuelle Entwicklung des schwierigen Jahres 2009 steht auch die Kultur- und Kreativwirtschaft unter einer besonderen Betrachtung.

Definition

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.

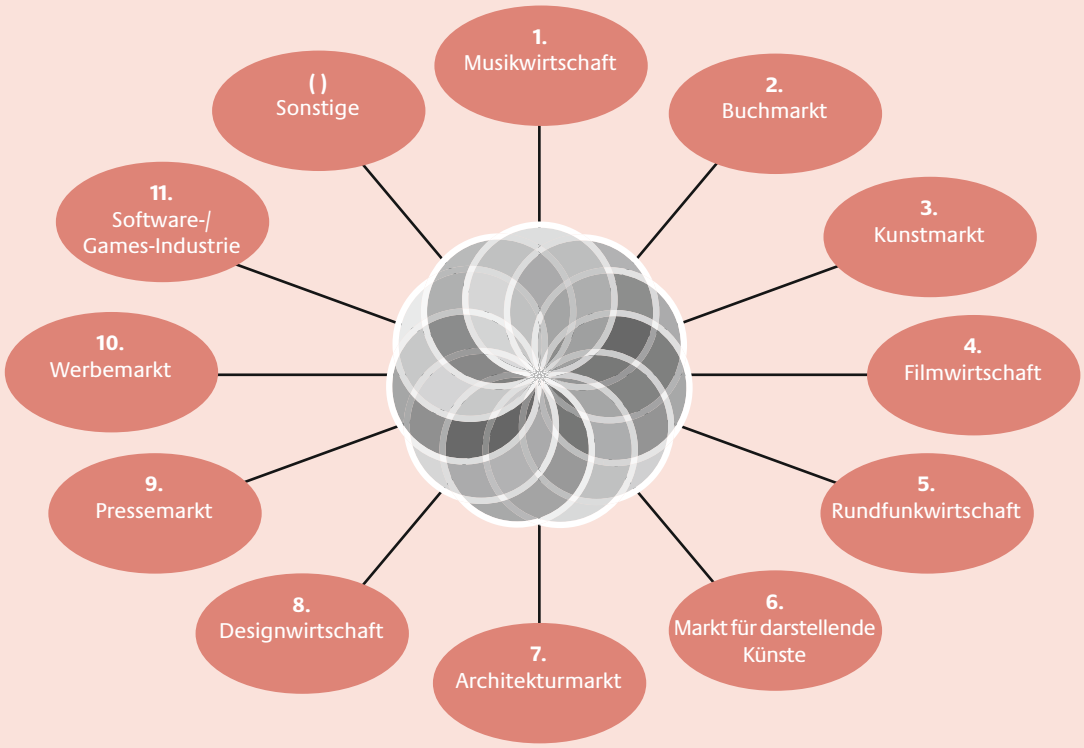
Das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst folgende elf Kernbranchen oder Teilmärkte: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt sowie Software-/Games-Industrie. (Zur Feingliederung nach Wirtschaftszweigen, siehe Abgrenzung Tab. 6 im Anhang).

Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der so genannte schöpferische Akt. Damit sind alle künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalte, Werke, Produkte, Produktionen oder Dienstleistungen gemeint, die als wirtschaftlich relevanter Ausgangskern den elf Teilmärkten zugrunde liegen.

Die deutsche Abgrenzung ist sowohl mit der europäischen Kernabgrenzung der EU-Kommission (LEG Task Force Cultural Employment[3]) als auch mit dem weltweiten Referenzmodell, dem Konzept der britischen Creative Industries, kompatibel.

1 EU Commission, DG Enterprise and Industry: The Amsterdam Declaration. addressed to regional, national and European policy-makers and adopted by the participants of the workshop “Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe” organised by the European Commission’s Enterprise & Industry Directorate-General in cooperation with the City of Amsterdam, the European Design Centre, the Association of Dutch Designers and IIP Create, March 2010.
2 EU Commission: Green Paper. Unlocking the potential of cultural and creative industries, Brussels, COM(2010) 183.
3 Eurostat, Leadership Group (LEG): Task Force on Cultural Employment. Luxembourg 2001.

Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

Das Kernmodell enthält mit dem Bereich „Sonstiges“ ein Feld, in dem neue wirtschaftliche Aktivitäten aufgenommen und systematisch in das Abgrenzungsmodell eingebunden werden können. So wird in deutschen Fachkreisen und in der europäischen Arbeitsgruppe ESSnet Culture, Task Force Cultural Industries[4] über die Aufnahme verschiedener Wirtschaftszweige wie der Musikinstrumentenproduktion, des Kunst- und Kulturhandwerks oder des Fotografischen Gewerbes beraten.

4 Eurostat, ESSnet Culture: Task Force Cultural Industries. Luxembourg 2009.

Die Perspektive der Kultur- und Kreativwirtschaft

Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Anteil an der Wertschöpfung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft leistete zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung in Deutschland im Jahr 2007 einen Beitrag in Höhe von 63 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 2,6 Prozent am Bruttoinlandsprodukt. Im Vergleich zu ausgewählten klassischen Wirtschaftsbranchen, wie der Automobil- oder Chemieindustrie, nimmt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Mittelplatz ein. Die Automobilindustrie erreichte 2007 einen Bruttowertschöpfungsbetrag von 77 Milliarden Euro und einen Anteil von 3,2 Prozent, die Chemieindustrie einen Betrag von 53 Milliarden Euro und einen Anteil von 2,2 Prozent. Der Beitrag der mit der Kultur- und Kreativwirtschaft verwandten IKT-Industrie wurde mit einem Volumen von 93 Milliarden Euro und einem BIP-Anteil von 3,8 Prozent geschätzt.

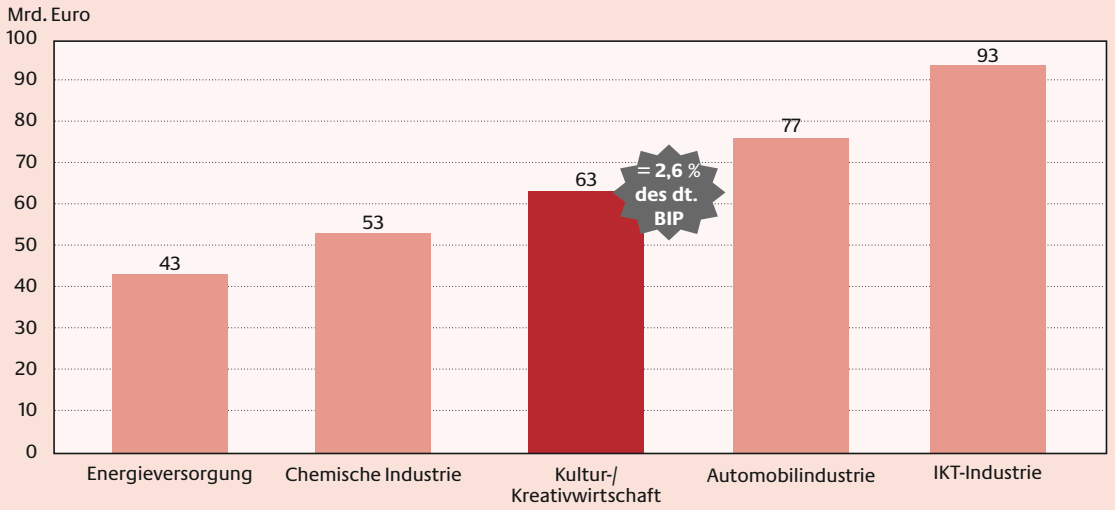
In Anlehnung an die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Folgejahre 2008 und 2009 wird der Bruttowertschöpfungsbetrag der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2008 einen Höchststand von knapp 65 Milliarden Euro erreichen. In der Folge der wirtschaftlich schwierigen Gesamtentwicklung im Jahr 2009 sinkt auch der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft auf einen nominalen Betrag von knapp unter 63 Milliarden Euro.

Die Eckdaten

Im Jahr 2009 existieren in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Schätzungen rund **237.000 Unternehmen**. Sie erzielen zusammen ein **Umsatzvolumen von insgesamt 131,4 Milliarden Euro** und bieten rund **787.000 abhängig Beschäftigten** einen Voll- oder Teilzeitarbeitsplatz. Zusammen mit den Selbständigen arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland **mehr als eine Million Erwerbstätige**. Insgesamt konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft damit im Jahr 2009 schätzungsweise einen Beitrag in Höhe von rund 62,6 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung leisten.

Die kurzfristige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft konnte – trotz der gesamtwirtschaftlich schwierigen Lage – im jüngsten Vergleichsjahr 2009 insgesamt in drei der vier unter-

Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2007



Hinweise: Die Schätzungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf den Angaben der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen des Statistischen Bundesamtes, Angaben in jeweiligen Preisen.

Quelle: BMWI (Hrsg.): Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009, Monitoringbericht 2010

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft – Kennzahlen 2009 (Veränderung gegenüber 2008 in Prozent)

Kultur- und Kreativwirtschaft	Absolutangaben	Anteil an Gesamtwirtschaft	Veränderungen gegenüber Vorjahr
Unternehmen	237.000	7,4 %	1,7 %
Umsatz in Mrd. Euro	131,4	2,7 %	-3,5 %
Erwerbstätige	1.024.000	3,3 %	1,8 %
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	787.000	2,9 %	1,8 %

Hinweis: Alle Kennzahlen basieren auf vorläufigen Angaben und Schätzungen der Umsatzsteuer- und Beschäftigtenstatistik des Statistischen Bundesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Quelle: BMWi (Hrsg.): Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009, Monitoringbericht 2010

suchten Kategorien (Unternehmen, Umsatz, Erwerbstätigkeit und Beschäftigung) positive Zuwächse verzeichnen.

Unternehmen und Selbständige

So stieg im Einjahresvergleich 2008 zu 2009 die Zahl der **Selbständigen und Unternehmen** schätzungsweise um 1,7 Prozent an. Die Unternehmenslandschaft entwickelte sich damit positiv weiter, wenngleich die deutlich besseren Veränderungsraten der Vorjahre damit nicht erreicht werden konnten (2007: 2,9 Prozent, 2008: 3,1 Prozent). Trotz dieses geringeren Wachstumstempos ist der Anteil der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft weiter gestiegen, da die gesamte Unternehmenslandschaft in Deutschland im Durchschnitt der letzen drei Jahre nur um ein Prozent jährlich gewachsen ist.

Die relative Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist damit weiter angestiegen, ihr Unternehmensanteil an der Gesamtwirtschaft liegt im Jahr 2009 bei 7,4 Prozent.

Umsatz

Die **wirtschaftliche Entwicklung** der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigte erstmals einen nominalen Umsatzrückgang an: Mit einem geschätzten Minus von 3,5 Prozent ist das Umsatzvolumen des Jahres 2009 gegenüber dem Vorjahr 2008 zurückgegangen. Damit konnten die Wachstumsraten der Vorjahre mit jeweils plus 4,4 Prozent und 2,3 Prozent nicht mehr erreicht werden. Vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise 2009 war ohnehin mit einer schwächeren Wirtschaftsentwicklung auch der Kultur- und Kreativwirtschaft zu rechnen. Allerdings überrascht dieses erkennbare Minuswachstum insofern, als die anderen Kennzahlen, wie die Entwicklung des Beschäftigungsmarktes der Kultur- und Kreativwirtschaft selbst im Krisenjahr 2009 weiterhin in eine positive Richtung zeigen. Trotz des Umsatzrückgangs von 3,5 Prozent im Jahr 2009 ist die Kultur- und Kreativwirtschaft bislang vergleichsweise gut durch die Wirtschaftskrise gekommen. So hatte die Gesamtwirtschaft im gleichen Zeitraum mit einem Minus von mehr als acht Prozent einen doppelt so starken Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Umsatzleistung zu verzeichnen (Schätzung auf Basis der VGR des Statistischen Bundesamtes[5], das für den Produktionswert der gesamten Wirtschaftsbereiche 2009 ein Minus von 8,5 Prozent ermittelt hat).

Dieser deutliche gesamtwirtschaftliche Umsatzverlust ist vorwiegend durch den Produktionssektor geprägt, der in zentralen Schlüsselindustrien wie der Automobilindustrie, dem Maschinenbau oder der chemischen Industrie Umsatzrückgänge von zweistelligen Minusraten im Jahr 2009 registrieren musste. Der Dienstleistungssektor, zu dem die Kultur- und Kreativwirtschaft überwiegend zählt, hatte hingegen

5 Destatis: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen 2009. Inlandsproduktsberechnung, detaillierte Jahresergebnisse. Fachserie 18 Reihe 1.4 Wiesbaden (Stand Mai 2010).

im Vergleichsjahr meist nur einstellige Minusraten zu verzeichnen. Vereinzelte Branchen, wie die Telekommunikationsindustrie, sind nach den vorläufigen konjunkturstatistischen Angaben des Statistischen Bundesamtes sogar mit einem Umsatzplus von 1,2 Prozent durch das Krisenjahr 2009 gekommen.

Durch die insgesamt deutlich schlechtere Umsatzentwicklung der Gesamtwirtschaft ist die relative wirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft wiederum angestiegen. Der Umsatzanteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft liegt im Jahr 2009 bei 2,7 Prozent, während die Vergleichswerte der beiden Vorjahre bei 2,5 Prozent und 2,6 Prozent lagen.

Erwerbstätige

Der **Erwerbstätigenmarkt** bietet im Kontrast zur wirtschaftlichen Lage ein unerwartet positives Bild. Trotz des Krisenjahres 2009 stieg die Zahl der Erwerbstätigen zum Vorjahr 2008 um 1,8 Prozent an. Zwar konnten die Wachstumsraten der Vorjahre 2008 und 2007 nicht mehr erreicht werden, die mit drei Prozent bis knapp vier Prozent eine erhebliche Steigerung für die Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutet hatten. Dennoch bleibt es ein bemerkenswertes Phänomen der Kultur- und Kreativwirtschaft, dass sie ihr Erwerbstätigenpotenzial in einer wirtschaftlichen Krise halten oder zum Teil sogar ausweiten kann.

Die Gründe für die leicht positive Entwicklung im Erwerbstätigenmarkt liegen zum einen in der erneuten Zunahme von Einzelunternehmen oder Einpersonenunternehmen, die als Erwerbstätige ihren eigenen Arbeitsplatz besetzen. Entscheidender dürfte der leichte Zuwachs der Zahl der abhängig Beschäftigten sein. Wie schon in den Vorjahren erkennbar, setzen die klein- und mittelständischen Unternehmen zunehmend auf ein stabiles Personal und richten verstärkt sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze ein.

Insgesamt ist festzuhalten, dass sich die Lage im Erwerbstätigenmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem Zuwachs von 1,8 Prozent im Jahr 2009 gegenüber 2008 wiederum positiver entwickelt hat als in der Gesamtwirtschaft. Dort stagnierte der Erwerbstätigenmarkt im Vergleichszeitraum bei einem Minus von 0,2 Prozent. Der relative Anteil der Erwerbstätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft liegt damit im Jahr 2009 bei 3,3 Prozent. Die Gruppe der abhängig Beschäftigten (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) kommt auf einen entsprechenden Beschäftigungsanteil von 2,9 Prozent an der Gesamtbeschäftigung in Deutschland.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zu ausgewählten Industriebranchen

Kulturwirtschaft und ausgewählte Industriebranchen

Die zentralen Kennzahlen für die aktuelle Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahresvergleich 2008 und 2009 beziehen sich zum einen auf die Veränderungsrate der Erwerbstätigen, die einen Wert von plus 1,8 Prozent erreichen konnte. Zum anderen ist die wirtschaftliche Entwicklung, gemessen an der Umsatzrate, mit einem Wert von minus 3,5 Prozent negativ verlaufen.

Wie der Vergleich zu den entsprechenden Kennzahlen der klassischen Industriebranchen deutlich macht, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft bislang deutlich moderater durch die Wirtschaftskrise gekommen. Bis auf die im Vergleich einbezogene Nahrungsmittelindustrie mussten die drei Wirtschaftsbranchen Automobilindustrie, Maschinenbau sowie chemische Industrie Minusraten von einem Prozent bis über fünf Prozent in ihren Erwerbstätigenmärkten hinnehmen. Lediglich die Nahrungsmittelindustrie legte im Vergleichszeitraum mit 1,3 Prozent zu.

Einen noch erheblich dramatischeren Verlauf zeigen die Kennzahlen[6] zur Umsatzentwicklung im verarbeitenden Gewerbe. Für die Automobilindustrie, den Maschinenbau und die chemische Industrie registrierten die amtlichen Statistiker Veränderungsraten von minus 18 Prozent bis minus 23 Prozent. Ebenso musste die Nahrungsmittelindustrie in diesem wirtschaftlichen Krisenjahr ein Minus von sechs

6 Destatis: Jahresbericht für Betriebe 2009. Betriebe von Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden mit 20 und mehr tätigen Personen. Wiesbaden 2010.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zu ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2009 (Veränderung gegenüber 2008 in Prozent)

	Erwerbstätigkeit	Umsatz
Verarbeitendes Gewerbe insgesamt	-4,5 %	-18 %
Automobilindustrie	-5,2 %	-23 %
Maschinenbauindustrie	-5,1 %	-20 %
Chemische Industrie	-1,0 %	-18 %
Nahrungsmittelindustrie	1,3 %	-6 %
Kultur- und Kreativwirtschaft	1,8 %	-3,5 %

Hinweis: Die Kennzahlen beruhen/basieren auf vorläufigen Angaben und Schätzungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft auf der Umsatzsteuer- und Beschäftigtenstatistik, die Kennzahlen zum verarbeitenden Gewerbe basieren auf dem Jahresbericht für Betriebe 2009, Destatis 2010.

Quelle: BMWi (Hrsg.): Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009, Monitoringbericht 2010

Prozent im Umsatz verzeichnen. Insgesamt hatte das verarbeitende Gewerbe einen Umsatzverlust von minus 18 Prozent im Krisenjahr 2009 zu verzeichnen.

Fairerweise ist jedoch darauf hinzuweisen, dass auch der Dienstleistungssektor mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht unbeschadet durch das Krisenjahr 2009 gekommen ist. Wie die Konjunkturstatistik[7] des Statistischen Bundesamtes belegt, sind die Kennzahlen für wesentliche Branchen des Dienstleistungssektors ebenfalls negativ ausgefallen: So ist der Erwerbstätigenmarkt im Vergleichszeitraum von 2009 zu 2008 um minus 1,2 Prozent geschrumpft und der Umsatz um 7,2 Prozent. Zu der Branchenauswahl, die hier zusammengefasst wurde, zählen Verkehr, Information und Kommunikation sowie die unternehmensnahen Dienstleistungen.

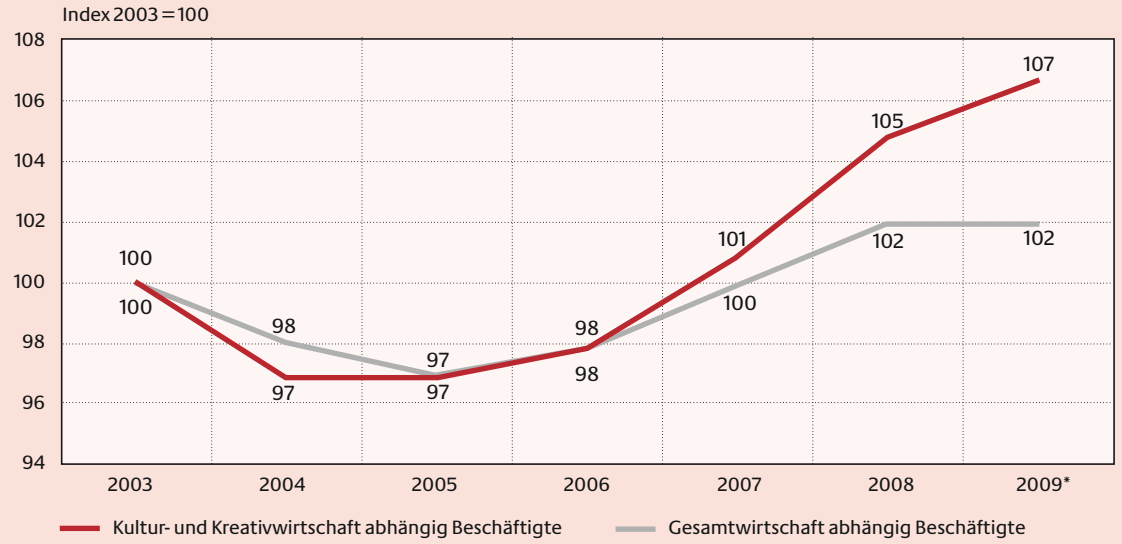
Die Gründe für diese „mildere" Krisenentwicklung des Dienstleistungssektors sind nicht einfach zu bestimmen. Soweit die unternehmensnahen Dienstleistungen vom Produktionssektor abhängig sind, ist der negative Effekt nachvollziehbar. Zu den positiven Faktoren für die geringere dramatische Entwicklung des Dienstleistungssektors dürften sowohl die stabile Lage bei den privaten Konsumausgaben (Veränderungsrate = 0,1 Prozent im Jahr 2009 zu 2008) als auch die positive Entwicklung der staatlichen Konsumausgaben (Veränderungsrate = 4,8 Prozent im Jahr 2009 zu 2008) beigetragen haben.

Diese unterschiedlichen wirtschaftlichen Treiber lassen sich auch in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft beobachten. Während zum Beispiel der Wirtschaftszweig Industriedesign durch seine Anbindung an den Produktionssektor erstmals im Krisenjahr wirtschaftliche Verluste zu verzeichnen hatte, blieb der Wirtschaftszweig Produkt-, Mode- und Grafikdesign wirtschaftlich stabil, da hier vor allem die privaten Konsumenten die Nachfrage bestimmen.

Insgesamt zeigen die Erfahrungen mit dem Krisenjahr 2009, dass der Produktionssektor nach wie vor von zentraler Bedeutung für die gesamte wirtschaftliche Entwicklung ist. Zugleich wird jedoch auch erkennbar, welche stabilisierenden Effekte der Dienstleistungssektor für die wirtschaftliche und beschäftigungsbezogene Lage haben kann – die Kultur- und Kreativwirtschaft leistet dazu ganz sicher einen bedeutenden Beitrag.

7 Destatis: Dienstleistungen. Konjunkturstatistische Erhebung in bestimmten Dienstleistungsbereichen. Umsatz- und Beschäftigungsindizes 1. Vierteljahr 2010. Fachserie 9, Reihe 3, Wiesbaden 2010.

Die Entwicklung der abhängigen Beschäftigung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft 2003 – 2009



Hinweis: Die Kennzahlen beruhen auf vorläufigen Angaben der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit 2010.
* Schätzwert vorläufig
Quelle: BMWi (Hrsg.): Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009, Monitoringbericht 2010

Überraschende Befunde in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Abhängige Beschäftigungslage entwickelt sich deutlich positiv

Nach dem letzen wirtschaftlichen Tiefpunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2003 stiegen sowohl das Umsatzvolumen als auch die Zahl der Unternehmen und Selbständigen kontinuierlich an. Die Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelte sich danach immer mehr zu einer Branche der Freiberufler und Kleinstunternehmen mit lediglich einem Arbeitsplatz. Hingegen ging die Zahl der abhängig Beschäftigten weiter zurück, wie die Grafik deutlich macht. Seit dem Jahr 2003 bis zum Jahr 2006 blieb die Beschäftigungsentwicklung negativ. Dieser Trend galt für die Kultur- und Kreativwirtschaft in noch schärferem Maße als für die Beschäftigungsentwicklung in der Gesamtwirtschaft.

Seit dem Jahr 2006 ist nach dem Kurvenverlauf eine deutliche Aufwärtsentwicklung für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu erkennen. Bis zum Jahr 2009 ist die Zahl der Beschäftigten im Vergleich zum Basisjahr 2003 wieder um sieben Prozent angestiegen. Besonders auffallend ist die höhere Wachstumsdynamik im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, die seit der Mitte des Jahrzehnts ebenfalls zugelegt hat. Zum aktuellen Jahr 2009 jedoch ist die Wachstumsentwicklung in der Gesamtwirtschaft stagnierend, während die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter gewachsen ist. Dieser Befund ist umso höher zu bewerten, als es sich hier um sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze handelt und nicht um geringfügig Beschäftigte bzw. freie Mitarbeiter.

Sollte sich dieser Beschäftigungstrend der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze weiter verstärken, wäre dies eine überraschende Beobachtung für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Denn bislang wurde ein langfristiger Trend hin zu einem Wachstum der Selbständigen und Freiberufler als Grundthese für den strukturellen Wandel in diesem heterogenen Branchenkomplex unterstellt. Sollte sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten weiter stabilisieren, könnte dies ein Hinweis für eine stabilere Unternehmensstruktur sein, die innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft heranwächst.

Die Wachstumsträger des Jahres 2008

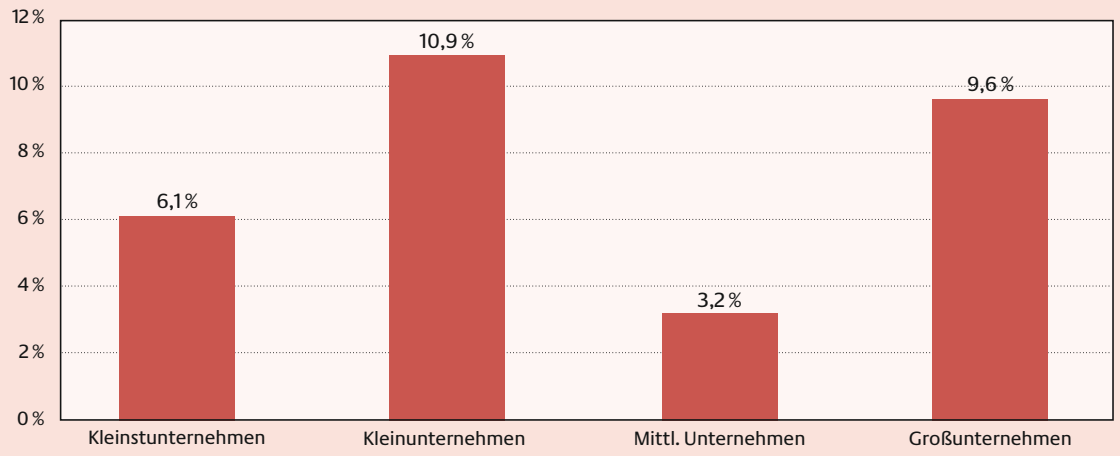
Für die Kultur- und Kreativwirtschaft ist die Kenntnis der verschiedenen Unternehmenstypen von weit größerer Bedeutung, als in anderen Wirtschaftsbranchen. Während in einer klassischen Industriebranche wie der Automobilindustrie 97 Prozent des gesamten Umsatzes von wenigen Großunternehmen erzielt wird, gilt dieser Fokus in der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht. Hier wurde beispielsweise im Jahr 2008 rund 27 Prozent des erzielten Gesamtumsatzes von Kleinstunternehmen und Selbständigen erwirtschaftet. Die Kleinunternehmen tragen einen Umsatzanteil von 17 Prozent. Nimmt man diese beiden Werte zusammen, dann erreichen die beiden „Kleinen“ mit 43 Prozent bereits einen bedeutenderen Umsatzanteil als die Großunternehmen, die zusammen bei 41 Prozent liegen. Zur Vervollständigung des Umsatzvolumens fehlen noch die mittelständischen Unternehmen, die im Vergleichsjahr 2008 einen Wert von 16 Prozent erreichen konnten.

Nach dieser Umsatzverteilung ist die große Bedeutung erkennbar, auf die jeweiligen Unternehmenstypen in der Kultur- und Kreativwirtschaft besonders einzugehen. Daher macht es hier weitaus weniger Sinn als in anderen Branchen, nur auf die wenigen Großen des jeweiligen Marktes zu blicken und ihre Bedingungen zu verbessern.

Jedoch macht es ebenso wenig Sinn, nur auf die besondere Rolle der Kleinstunternehmen zu verweisen. So waren die Kleinunternehmen (ohne Kleinstunternehmen) der wichtigste Träger der wirtschaftlichen Entwicklung im Zeitraum der Jahre 2006 bis 2008. Ihr Umsatz stieg in diesem Zeitraum um knapp elf Prozent. Auf dem zweiten Rangplatz folgten die Großunternehmen, die im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von knapp zehn Prozent des Umsatzes erzielen konnten. Die beiden anderen Unternehmenstypen Kleinstunternehmen und mittlere Unternehmen liegen mit Zuwachsraten von rund sechs Prozent und rund drei Prozent auf den hinteren Plätzen.

Insgesamt zeigt diese aktuelle Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2008 des Statistischen Bundesamtes in der Differenzierung nach Umsatzgrößenklassen, dass eine Fokussierung auf die „Kleinen“ der Kultur- und Kreativwirtschaft ebenso wenig gerecht wird, wie eine ausschließliche Verengung auf die „Großen“ der jeweiligen Branche. Die besondere „spezifische Ökonomik“ der Kultur- und Kreativwirtschaft – oder ihre Binnensegmentierung – ist ein strukturelles Grundmuster, deren Beachtung der Entwicklung dieses Branchenkomplexes vermutlich am ehesten gerecht wird.

Klein- und Großunternehmen, die Wachstumsträger der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008 (Veränderung des Umsatzes gegenüber 2006 in Prozent)



Hinweise: Die Kennzahlen beruhen auf der Umsatzstatistik des Statistischen Bundesamtes 2010

Quelle: BMWI (Hrsg.): Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009, Monitoringbericht 2010

1 Einleitung

1.1 Auftrag

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

Mit dem vorliegenden Monitoringbericht 2010 erfolgt die Aktualisierung des im Jahre 2009 erstellten Endberichts des Forschungsgutachtens „Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht“ (kurz: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, 2009).

Das Forschungsinteresse richtet sich auf folgenden Kernfragen:

1. Welches ökonomische Gewicht hat die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft und im Vergleich zu anderen klassischen Branchen?

2. Was zeichnet die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Besonderen aus?

3. Wo liegen Stärken und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft?

1.2 Definition

Definitionskern

Die Wirtschaftsministerkonferenz definiert die Kultur- und Kreativwirtschaft wie folgt: **Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.**

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

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

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

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

Branchenorientierung

Die Wirtschaftsministerkonferenz hat ebenfalls die Kernbranchen benannt, die zur Kultur- und Kreativwirtschaft gezählt werden sollen: **Die neun Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt und Pressemarkt werden unter dem Begriff „Kulturwirtschaft“ zusammengefasst. Zusätzlich werden die beiden Teilmärkte Werbemarkt sowie Software/Games-Industrie als so genannte Kreativbranchen mit einbezogen. Mit den elf Teilbranchen ist das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt abgegrenzt.**

Die Wirtschaftsministerkonferenz hat sich damit für eine branchengegliederte oder teilmarktbezogene Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgesprochen. Die Branchengliederung stellt die in der

Tabelle 1: Kultur- und Kreativwirtschaft 2003–2009 nach elf Teilmärkten

Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft 11 Teilmärkte
I. Kulturwirtschaft
1. Musikwirtschaft
2. Buchmarkt
3. Kunstmarkt
4. Filmwirtschaft
5. Rundfunkwirtschaft
6. Markt für Darstellende Künste
7. Designwirtschaft
8. Architekturmarkt
9. Pressemarkt
II. Kreativbranchen
10. Werbemarkt
11. Software/Games-Industrie
I. + II. Kultur- und Kreativwirtschaft

Hinweis: In der späteren statistischen Gliederung wird zusätzlich eine Kategorie „Sonstiges“ eingeführt, die besonderen statistischen Zwecken dient oder eine Aufnahme neuer Wirtschaftszweige ermöglicht.

Kultur- und Kreativwirtschaftsforschung[8] am weitesten verbreitete Form der Erfassung des Wirtschaftsfeldes dar.

Es gibt jedoch ebenso alternative Ansätze zur Strukturierung des Wirtschaftsfeldes, wie diejenige des britisch-australischen Ansatzes[9], die nicht nach Branchen, sondern nach Berufsgruppen gliedert. Die zentrale Gliederungsstruktur geht von der Unterscheidung nach Kunst-, Kultur- und Kreativberufen aus, da die Forscher der Auffassung sind, dass der „kreative Kern“ durch die beruflichen Aktivitäten und Tätigkeiten besser erfasst werde als in der Darstellung nach wirtschaftlichen Aktivitäten bzw. nach wirtschaftlichen Branchen.

Ein anderer prominenter Ansatz wird von UNCTAD[10] im Creative Economy Report 2008 vertreten. Die Autoren des UNCTAD-Reports stellen in der internationalen Debatte zur Creative Industries eine starke Heterogenität der Zuordnung von Teilbranchen fest und plädieren deshalb für die grundsätzliche Orientierung des Wirtschaftsfeldes nach Gütern und Dienstleistungen. Durch den Zugang zu Daten der Welthandelsstatistik kann UNCTAD die ökonomischen Potenziale der meisten Länder tatsächlich auch empirisch untersuchen.

Gegen die Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten wird immer wieder ins Feld geführt, hier würden unterschiedlichste Teilmärkte zusammengefasst, die zum Teil durch keinerlei wirtschaftliche Aktivitäten miteinander verbunden seien. Worin etwa besteht zum Beispiel die Gemeinsamkeit zwischen dem Kunstmarkt und der Filmwirtschaft? Was verbindet einen Architekten mit einem Buchhändler? Der Branchenkomplex Kultur- und Kreativwirtschaft verfügt tatsächlich über wirtschaftliche Felder und Teilmärkte, die sowohl miteinander verbunden sind als auch unverbunden nebeneinander existieren können.

Dieses konzeptionelle strukturelle Defizit teilt die Kultur- und Kreativwirtschaft im Übrigen mit anderen verwandten Branchenkomplexen. So listet die Medienwirtschaft ebenfalls elektronische Medien und Printmedien der unterschiedlichsten Art auf, ohne dass sie alle in stringenter Weise miteinander wirtschaftlich verbunden wären.

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

8 Zum Beispiel gliedern alle bisherigen deutschen Kulturwirtschaftsberichte nach Teilbranchen oder Teilmärkten.
9 Higgs, P./Cunningham, S./Bakhshi, H. (2008): Beyond the Creative Industries. Mapping the Creative Economy. NESTA, London.
10 UNCTAD (2008): Creative Economy Report, Genf.

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

Schöpferischer Akt

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

Hier schlägt die Enquetekommission vor, den Begriff des „schöpferischen Aktes" einzuführen.[11] Die Autoren des Kapitels Kulturwirtschaft entwickeln dazu folgende Formulierung: „Es bleibt zu betonen, dass im Mittelpunkt der Kulturwirtschaft nicht der Beruf, sondern dessen Ausübung steht, also der schöpferische Akt der künstlerisch und kreativ Tätigen ..." Die Betonung des schöpferischen Aktes als zentraler Fokus der Kultur- und Kreativwirtschaft ist nachvollziehbar und führt zu folgenden Beschreibungen:

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

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

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

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

Die Idee der allgemeinen Inhalte- oder Ideenproduktion, wie sie Richard Florida mit seiner „Kreativen Klasse"[12] verwendet und darunter an erster Stelle die Mathematiker, Ingenieure und andere Naturwissenschaftler aufzählt, muss im Konzept der Kultur- und Kreativwirtschaft wieder auf die ästhetischen Verbindungen reduziert werden.

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

Mit der Bindung an den schöpferischen Akt mit ästhetischem Bezug soll zugleich eine weitere Eingrenzung verbunden sein. Vorwiegend technologisch-orientierte Produktionen, insbesondere des IT- oder Multimediabereichs sollen damit nicht zum Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen. Es ist damit jedoch keinesfalls die Annahme verbunden, der Technologiesektor sei völlig unbedeutend für die Substanz und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Gegenteil wird ausdrücklich betont, dass die technologische Entwicklung für viele Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft der wesentliche Treiber war und auch zukünftig sein wird.

Zusammenfassend muss zur abschließenden Bewertung des Begriffes „schöpferischer Akt" ein-

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

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

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

Besonderer Fokus Künstler/Künstlerin

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

- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf schafft wie oben erläutert, den schöpferischen Akt, der der verbindende Kern für alle Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft ist.

- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf kann als berufliche Kategorie sowohl soziologisch als auch berufsklassifikatorisch empirisch zugeordnet werden.

- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf ist als wirtschaftliche Kategorie des freiberuflich Tätigen, des Selbständigen oder des Unternehmers ebenso wirtschaftsklassifikatorisch empirisch zu erfassen.

- Der Künstler-, Kultur- oder Kreativberuf ist in der Regel der Originärproduzent oder Urheber eines Werkes oder schöpferischen Aktes, der in einer fundamentalen Beziehung zu seinen Verwertern steht.

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

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

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

Binnensegmentierung

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

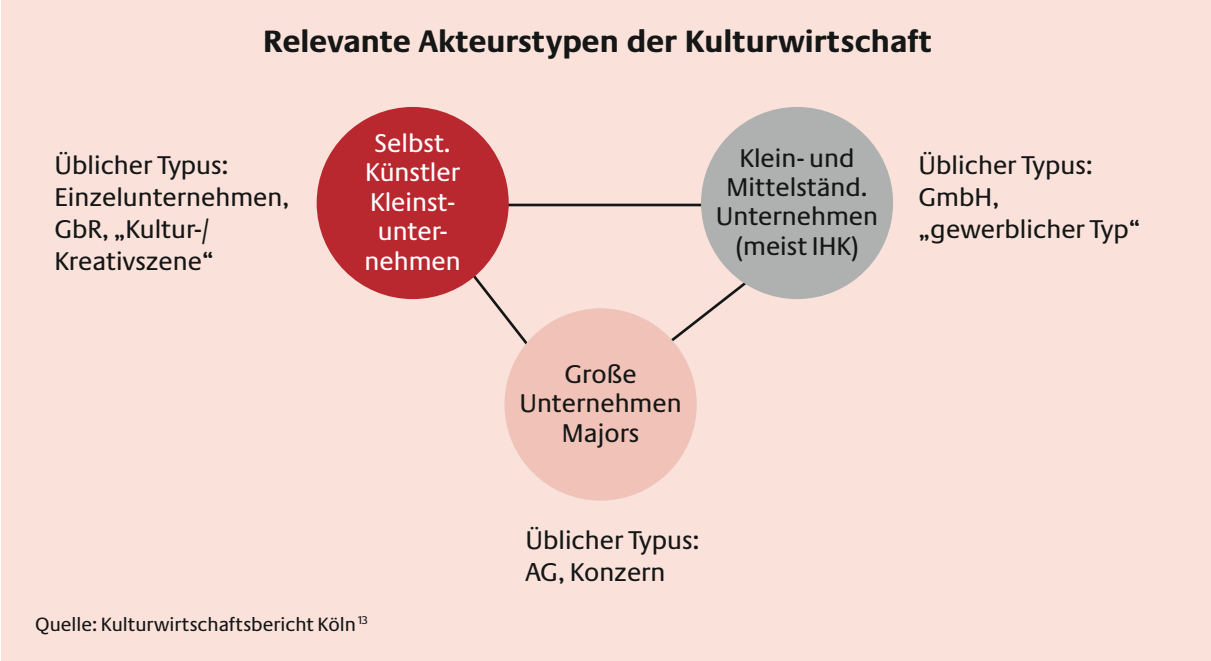
Typus **Kleinstunternehmen:** Zu den Kleinstunternehmen zählen die Künstler-, Kultur- und Kreativberufe in freiberuflicher Tätigkeit oder als selbständige Unternehmer. Die Büros, Ateliers, Agenturen oder Kleinbetriebe werden in der Regel als Einzelunternehmen, als GbR oder als loses Netzwerk organisiert.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

Typus **Klein- und mittelständische Unternehmen:** Die Klein- und mittelständischen Unternehmen bilden das Rückgrat der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie sind meist in GmbH-Form gewerblich organisiert und in Wirtschaftskammern zusammengefasst. Es handelt sich meist um etablierte Unternehmen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft, deren Produktions- und Kommunikationsprozesse weitestgehend in normierten Strukturen ablaufen. In Abgrenzung zum ersten Akteurstypus gewinnen Geschäftsprinzipien wie Stabilität, Langfristigkeit oder Zuverlässigkeit an Gewicht. An die Stelle von Experiment und Entwicklung von Prototypen treten meist überschaubare Produkte und Dienstleistungen[14]. Die Klein- und mittelständischen Unternehmen sind vielfach der wichtigste Träger hinsichtlich Wertschöpfung und Beschäftigung innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft.

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

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

Abbildung 1: Binnensegmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft



13 Fesel, B./Söndermann, M. (2008): Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007, Hrsg. RheinEnergieStiftung Kultur, Köln
14 Vgl. Gerig, M./Söndermann, M./ Weckerle, C. (2008): Kreativwirtschaft Schweiz. Daten. Modelle. Szenen. Basel, S. 31

2
Gesamtwirtschaftliche Bedeutung im Überblick

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

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

Für die Interpretation der Ergebnisse sei an dieser Stelle nochmals auf die Gültigkeit der Daten hingewiesen. Bei allen Datenangaben der Jahre 2003 bis 2008 handelt es sich in der Regel um endgültige statistische Daten, sofern sie der **Umsatzsteuerstatistik** entnommen sind. Bei den Daten zu Unternehmen und Umsatz des Jahres 2009 handelt es sich immer um Schätzwerte.

Die statistischen Daten aus der **Beschäftigtenstatistik** der Bundesagentur für Arbeit (BA) gelten als endgültige Angaben für die Jahre 2003 bis 2006. Die Daten der Jahre 2007 bis 2009 werden als so genannte vorläufige Daten bezeichnet, sie können somit zu einem späteren Zeitpunkten von der BA gegebenenfalls nochmals geändert werden. In der Regel werden sie jedoch weitestgehend als endgültige Datenbasis genutzt.

Die Angaben zu den **Erwerbstätigen** beruhen auf einer Kombination der Umsatz- und Beschäftigtenstatistik und haben somit ebenfalls vorläufigen Charakter. Die Daten zur **Bruttowertschöpfung** der Jahre 2007 bis 2009 wurden auf Basis der VGR geschätzt.

Die absoluten Anhaltswerte

Im **Jahr 2009** existierten in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Schätzungen knapp **237.000 Unternehmen.** Sie erzielten zusammen ein **Umsatzvolumen** von insgesamt mehr als **131 Milliarden Euro** und konnten knapp **787.000 abhängig Beschäftigten** einen Voll- oder Teilzeitarbeitsplatz bieten. Zusammen mit den Selbständigen arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland **mehr als eine Million Erwerbstätige.** Insgesamt konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft damit im Jahr 2009 schätzungsweise einen Beitrag in Höhe von **62,6 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung** leisten.

Die prozentualen Anteilswerte

Gemessen an der Gesamtwirtschaft erreichte die Kultur- und Kreativwirtschaft 2009 bei den Unternehmen einen Anteil von knapp **7,4 Prozent,** beim **Umsatz** einen Anteil von **2,7 Prozent**, bei den **abhängig Beschäftigten** einen Anteil von **2,9 Prozent** und bei den **Erwerbstätigen** einen Anteil von rund **3,3 Prozent.** Der Anteil der **Bruttowertschöpfung** am Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag für die Jahre 2007 bis 2009 bei jeweils **2,6 Prozent.**

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

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

- Im Einjahresvergleich 2008 zu 2009 stieg die Zahl der Selbständigen und Unternehmen schätzungsweise um 1,7 Prozent an. Die Unternehmenslandschaft entwickelte sich damit etwas schwächer als in den Vorjahren, wie die Veränderungsraten der Vorjahre deutlich machen (2007: 2,9 Prozent, 2008: 3,1 Prozent).

- Die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt aktuell erstmals einen Umsatzrückgang an: Mit einem geschätzten Minus von 3,5 Prozent schrumpft das Umsatzvolumen des Jahres 2009 gegenüber dem Vorjahr 2008. Damit konnten die Wachstumsraten der Vorjahre 2007 und 2008 mit 4,4 Prozent und 2,3 Prozent nicht erreicht werden. Der aktuelle Umsatzeinbruch in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zum überwiegenden Teil eine Folge der konjunkturellen Entwicklung der Gesamtwirtschaft, die im Jahr 2009 dramatisch eingebrochen ist.

- Der **Erwerbstätigenmarkt** bietet im Vergleich zur wirtschaftlichen Lage hingegen ein erstaunlich positives Bild. Trotz der Krise im Jahr 2009 stieg die

Abbildung 2: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2007–2009

Kategorie	2007	2008	2009*	Veränderung in %		
				2007/06	2008/07	2009/08
Anzahl der Unternehmen (1)						
Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	225.738	232.770	236.837	2,9%	3,1%	1,7%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,2%	7,3%	7,4%	-	-	-
Umsatz in Mio. Euro						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	133.187	136.202	131.407	4,4%	2,3%	-3,5%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,6%	2,5%	2,7%	-	-	-
Anzahl der Beschäftigten (svB) (2)						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	743.056	772.762	786.699	3,2%	4,0%	1,8%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,8%	2,8%	2,9%	-	-	-
Anzahl der Erwerbstätigen (3)						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	968.794	1.005.532	1.023.535	3,1%	3,8%	1,8%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,2%	3,3%	3,3%	-	-	-
Bruttowertschöpfung in Mrd. Euro (5)						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	63,1	64,9	62,6	4,0%	2,8%	-3,5%
Anteil KKW am BIP	2,6%	2,6%	2,6%	-	-	-
Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.428,2	2.495,8	2.409,1	4,4%	2,8%	-3,5%
Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft						
Umsatz je Unternehmen in tsd. Euro	590	585	555	1,5%	-0,8%	-5,2%
Umsatz je Beschäftigem in tsd. Euro	179	176	167	1,2%	-1,7%	-5,2%
Umsatz je Erwerbstätiger in tsd. Euro	137	135	128	1,2%	-1,5%	-5,2%
Beschäftigte je Unternehmen	3,3	3,3	3,3	0,3%	0,9%	0,1%
Erwerbstätige je Unternehmen	4,3	4,3	4,3	0,2%	0,7%	0,0%
BWS je Erwerbstätigem in tsd. Euro	65,1	64,5	61,2	0,8%	-1,0%	-5,2%

Hinweise: *Unternehmen und Umsätze 2009 geschätzt; sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) und Erwerbstätige zu 2009 vorläufige Angaben der Bundesagentur für Arbeit. (1) Steuerpflichtige Unternehmer/n mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr. (2) Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte oder im Nebenjob. (3) Erwerbstätige umfassen: Steuerpflichtige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB). Zusätzlich sind mindestens 280.000 geringfügig Beschäftigte auf Basis statistisch nachweisbarer Daten in der KKW in 2009 beschäftigt. (4) Nur Steuerpflichtige ab 17.500 Euro und sv-Beschäftigte, aber ohne geringfügig Beschäftigte und Tätige. (5) Schätzwert Bruttowertschöpfung (BWS) 2007 basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR, Stand: Mai 2010), Fortschreibung BWS der Jahre 2008 und 2009 auf Basis einer jeweiligen Veränderungsrate des BIP für die angegebenen Jahre. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Destatis 2010; Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Zahl der Erwerbstätigen zwischen 2008 und 2009 um 1,8 Prozent an. Allerdings konnten auch hier nicht mehr die überdurchschnittlichen Zuwachsraten der Vorjahre erreicht werden, die für die Jahre 2007 und 2008 bei 3,1 Prozent und 3,8 Prozent gelegen hatten.

Die Gründe für die positive Entwicklung im Erwerbstätigenmarkt liegen zum einen in der nach wie vor wachsenden Zahl von Einzelunternehmen oder Einpersonenunternehmen, die als Erwerbstätige ihren eigenen Arbeitsplatz besetzen. Darüber hinaus ist zusätzlich die Zahl der abhängig Beschäftigten in den Jahren 2007 und 2008 mit 3,1 Prozent und 3,8 Prozent Zuwachs wieder deutlich angestiegen. Dieser Trend hat sich erstaunlicherweise auch im Jahr 2009 mit einer Zuwachsrate von 1,8 Prozent fortgesetzt.

Der Befund signalisiert, dass die kleinen Kultur- und Kreativunternehmen flexibel auch auf schwierige marktwirtschaftliche Entwicklungen der Kultur- und Kreativwirtschaft reagieren können. Ebenso konzentrieren sich die klein- und mittelständischen Unternehmen im Gegensatz zu den früheren Jahren zunehmend auf ein stabiles Personal und halten trotz schwieriger Konjunktur sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass sich die Lage im Erwerbstätigenmarkt in der Kultur- und Kreativwirtschaft positiver entwickelt als in der Gesamtwirtschaft, die mit einer Veränderungsrate von minus 0,2 Prozent eine Stagnation im Jahr 2009 gegenüber dem Jahr 2008 anzeigt.

Die **Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft** machen erneut deutlich, dass dieser Branchenkomplex durch einen **hohen Anteil an Kleinst- und Kleinunternehmen** gekennzeichnet ist. Der Umsatz je Unternehmen liegt zum Jahr 2009 bei 555.000 Euro und erreicht damit lediglich ein Drittel des Umsatzwertes eines durchschnittlichen Unternehmens in der Gesamtwirtschaft.

Wie die Vergleichswerte der Vorjahre erkennen lassen, ist der Umsatzwert je Kultur- oder Kreativunternehmen weiter gesunken. Die Tendenz zu Kleinstunternehmensstrukturen in der Kultur- und Kreativwirtschaft hält somit weiter an. Diesen Trend belegen auch die beiden anderen **Kennzahlen zur Beschäftigung und Erwerbstätigkeit.** Im Durchschnitt verfügt ein Kultur- oder Kreativunternehmen über rund 3,3 Arbeitsplätze mit sozialversicherungspflichtigen Verträgen; der entsprechende Wert steigt bei den Erwerbstätigen je Unternehmen auf 4,3 Arbeitsplätze.

2.2 Anteil an der Wertschöpfung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaftete im Jahr 2007 eine Bruttowertschöpfung von schätzungsweise knapp 63,1 Milliarden Euro. Im Folgejahr 2008 wird ein Anstieg von 64,9 Milliarden Euro erwartet. Zum Jahr 2009 fällt die Wertschöpfung wieder auf einen Umfang von schätzungsweise rund 62,6 Milliarden Euro. In den Jahren 2007 bis 2009 erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von jeweils 2,6 Prozent am Bruttoinlandsprodukt.

In der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung wird die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht gesondert in einem eigenständigen Wirtschaftsbereich ausgewiesen. Sie ist als Querschnittsbranche verteilt und reicht weit in andere Bereiche hinein. In dieser Funktionsweise ist die Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem größeren Branchenkomplex der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) oder auch mit der Medienwirtschaft verwandt.

Im Unterschied zur Kultur- und Kreativwirtschaft fokussiert sich die **größere Querschnittsbranche der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)** auf Waren und Dienstleistungen wie die Telekommunikationsdienste, die Produktion von Computern, Nachrichtentechnik, Audio- und Videogeräten usw. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes betrug die Wertschöpfung der IKT-Industrie im Jahre 2007 rund 93 Milliarden Euro.

In einer zusammenführenden Betrachtung von IKT-Industrie und Inhalteproduktionen, wie Rundfunk, Film und Fernsehen, Tonträgerindustrie usw., umschreibt das Statistische Bundesamt den Begriff der Informationsgesellschaft und schätzt, dass auf den gesamten Bereich im Jahr 2007 rund 123 Milliarden Euro Wertschöpfung entfallen. Damit erreicht die Informationsgesellschaft – so das Statistische Bundesamt – einen Anteil von rund 5,7 Prozent an der gesamten wirtschaftlichen Wertschöpfung in Deutschland.

Im **Vergleich zu den wichtigsten deutschen Wirtschaftsbranchen** liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem Anteil von 2,6 Prozent ungefähr zwischen der Chemischen Industrie (53 Milliarden Euro und 2,2 Prozent Anteil am BIP) und der Automobilindustrie (77 Milliarden Euro und 3,2 Prozent Anteil am BIP).

Die Kultur- und Kreativwirtschaft konnte 2007 gegenüber dem Jahr 2006 einen Zuwachs von knapp 4,0 Prozent erzielen. Allerdings gelangen den dargestellten Vergleichsbranchen teilweise deutlich höhere Zuwachssteigerungen. Während die Chemische Industrie ein Plus von 5,7 Prozent im Vergleich zum Jahr 2006 erreichte, verzeichnete die Automobilindustrie einen Zuwachs von 7,6 Prozent im gleichen Zeitraum. Lediglich die Energieversorgung musste einen Rückgang von 2,5 Prozent zwischen 2007 und 2006 hinnehmen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft verharrte zwar damit nicht auf einem stagnierenden Niveau, aber mit der Wachstumsdynamik der wichtigsten Industriebranchen konnte sie nicht mithalten.

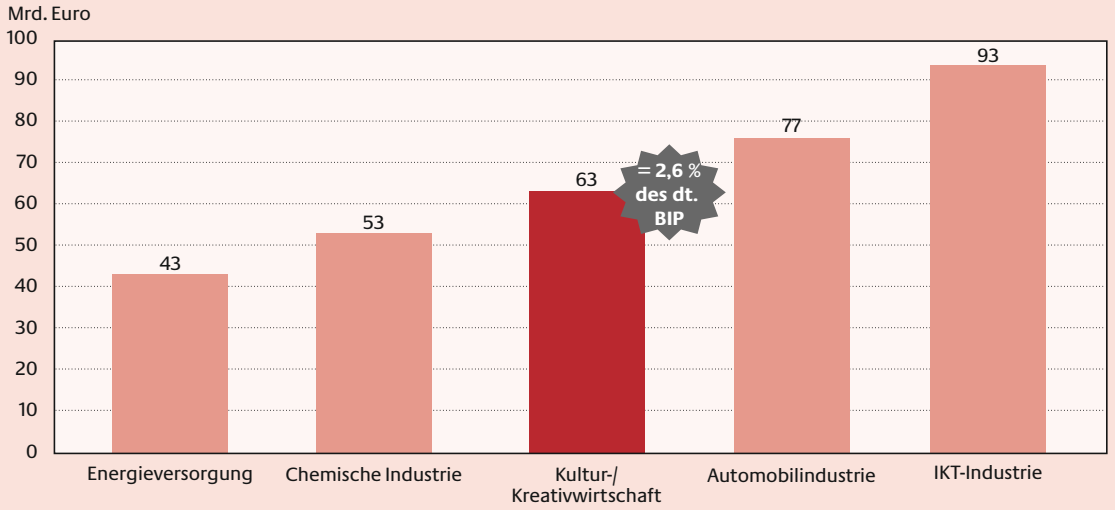
Die britische Regierung[15] veröffentlichte die aktuellen Daten zur Entwicklung der **Creative Industries im Vereinigten Königreich.** Danach erzielte die Creative Industries im Jahr 2007 einen Bruttowertschöpfungsbeitrag von knapp 59,9 Milliarden GBP. Das entspricht einem Anteil an der gesamten britischen Wertschöpfung von 6,2 Prozent. Der Zuwachs gegenüber dem Jahr 2006 lag bei 11,8 Prozent.

Damit ist die Bruttowertschöpfung der britischen Creative Industries höher als der Bruttowertschöpfungsbeitrag der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft. Die relativ hohe Differenz der vergleichbaren prozentualen Anteilswerte von 2,6 Prozent für Deutschland und 6,2 Prozent für das Vereinigte Königreich erklärt sich vermutlich aus der Gegebenheit, dass klassische Industrien wie die Automobil-, Maschinenbau-, Chemie- oder andere Produktionsindustrien in der deutschen Volkswirtschaft ein ungleich höheres Gewicht aufweisen, als die vergleichbaren Industriebranchen in der britischen Volkswirtschaft.

2.3 Erwerbstätige

Durch die guten wirtschaftlichen Ergebnisse der Vorjahre bis 2008 konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft positive Ergebnisse bei der Schaffung neuer Beschäf-

Abbildung 3: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2007



Hinweise: Die Schätzungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf den Angaben der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen des Statistischen Bundesamtes, Angaben in jeweiligen Preisen.

Quelle: BMWI (Hrsg.): Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009, Monitoringbericht 2010

15 DCMS (2010): Creative Industries Economic Estimates. Statistical Bulletin February 2010.

tigung erzielen. Die Zahl der Erwerbstätigen stieg im Jahr 2009 zwar nicht mehr so stark, aber immerhin mit 1,8 ProzentProzent gegenüber dem Vorjahr auf einen neuen Höchststand von 1.023.500. Damit erreichte die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil an der Gesamtzahl aller Erwerbstätigen von 3,3 Prozent.

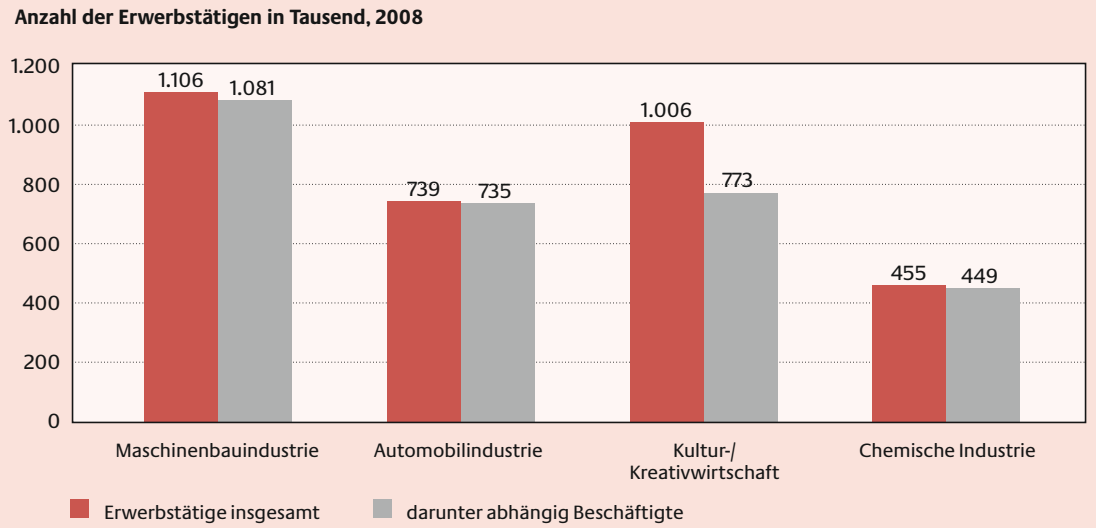
Dieser **positive Trend ist sowohl durch die stetige Zunahme der Selbständigen** entstanden, als auch durch die überraschende Erweiterung des Beschäftigungsmarktes innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Während die Zahl der Selbständigen seit einigen Jahren konstant im Schnitt um zwei bis drei Prozent ansteigt, hat die Zahl der abhängig Beschäftigten nach deutlichen Rückgängen in den Jahren 2000 bis 2003 und einer Stagnation bis 2005 seitdem jährlich wieder zwischen 1 Prozent und 3,1 Prozent zugenommen.

Bei der **Zunahme der abhängig Beschäftigten handelt es sich um ein erstaunliches Phänomen,** da hier ausschließlich die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erfasst wurden. Diese umfassen alle Voll- und Teilzeitbeschäftigten, jedoch ohne die geringfügig Beschäftigten oder andere Arten von Minijobs. Die sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze galten in der Kultur- und Kreativwirtschaft lange Jahre als so genannte existenzsichernde Arbeitsplätze, selbst wenn es sich dabei um Teilzeitarbeitsplätze mit 20 oder mehr Stunden in der Woche handelte. Allerdings wurde dieser Arbeitsplatztypus seit Jahren stetig abgebaut und durch flexible und projektorientierte Arbeitsplätze oder eine wachsende Zahl von freien Mitarbeitern ersetzt.

Ein Ausdruck für die zunehmende Projektorientierung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist auch die stetige Zunahme der Freiberufler und Selbständigen, bei denen es sich in der Regel um Einpersonenunternehmen handelt.

Insgesamt handelt es sich bei der Zahl von **mehr als einer Million Erwerbstätigen um einen statistisch nachweisbaren Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft.** Die darin enthaltene Zahl der Selbständigen und Freiberufler mit einem jährlichen Umsatzvolumen von mindestens 17.500 Euro wird durch die Finanzbehörden erfasst. Die Zahl der regulären sozialversicherungspflichtig Beschäftigten wird durch die Bundesagentur für Arbeit im Quartalsabstand und in einer Vollzählung erhoben. Insofern eignet sich dieser Kernbereich der Erwerbstätigen,

Abbildung 4: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich, 2008



Hinweise: Erwerbstätige umfassen die Selbständigen nach der Umsatzsteuerstatistik und die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Beschäftigtenstatistik, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

um die Kultur- und Kreativwirtschaft wiederum in einem Vergleich zu den klassischen Industriebranchen zu positionieren.

Im Vergleich der wichtigsten deutschen Wirtschaftsbranchen liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2008 hinter der Wirtschaftsbranche Maschinenbau (1.106.000 Erwerbstätige) mit einem Erwerbstätigenvolumen von 1.006.000 Personen (Daten zum Jahr 2008) auf dem zweiten Platz in der Rangfolge der ausgewählten Branchen. Auch im direkten Zahlenvergleich der abhängig Beschäftigten (sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze) nimmt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen hervorragenden Mittelplatz ein und liegt mit 773.000 abhängig Beschäftigten (Daten zum Jahr 2008) fast gleichauf mit der Automobilindustrie, die 735.000 abhängig Beschäftigte im Jahr 2008 verzeichnet. Die Chemieindustrie erreicht mit rund 449.000 abhängig Beschäftigten deutlich geringere Absolutwerte als die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Insgesamt wird aus dem Vergleich deutlich, dass der Erwerbstätigenmarkt bei den klassischen Industriebranchen fast ausschließlich durch die Zahl der abhängig Beschäftigten geprägt wird – sie arbeiten in der Regel in wenigen Groß- oder mittelständischen Unternehmen. Hingegen verweist die deutliche Differenz der Erwerbstätigen und der Beschäftigtenzahl in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf einen hohen Anteil von Selbständigen, der im Jahr 2008 bei rund 233.000 lag. So sind im statistischen Mittel lediglich 4,3 Erwerbstätige je Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist in hohem Maße eine durch Kleinstunternehmen geprägte Wirtschaftsbranche.

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

Als so genannte ausschließlich geringfügig Beschäftigte arbeiteten in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2008 rund 299.000 Personen. Hier handelt es sich um ausschließlich geringfügig Beschäftigte und im Nebenjob Beschäftigte.

Des Weiteren gibt es eine große Zahl von freien Mitarbeitern oder sonstigen projektbezogen arbeitenden Personen, die zum kleineren Teil über den Mikro-

Abbildung 5: Struktur der Erwerbstätigen insgesamt in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft 2008

	Kultur- und Kreativwirtschaft		Gesamtwirtschaft	
	Anzahl	%-Anteil	Anzahl	%-Anteil
Kernbereich				
I. Erwerbstätige				
Freiberufler und Selbständige (ab 17.500 Euro Jahresumsatz) (1)	232.770	16	3.186.878	8
Abhängig Beschäftigte (sozialversicherungspflichtig) (2)	772.762	53	27.457.715	71
Erwerbstätige ohne geringfügig Beschäftigte	**1.005.532**	**69**	**30.644.593**	**79**
Zusätzlich				
II. geringfügig Beschätigte (3)	**299.686**	20	**7.062.236**	18
Zusätzlich				
III. geringfügig Tätige nach Mikrozensus (4)	**160.000**	**11**	**1.027.171**	**3**
I.–III. Insgesamt	**1.465.219**	**100**	**38.734.000**	**100**

Hinweise: (1) Angaben aus Umsatzsteuerstatistik. Zusätzlich sind rund 159.500 freiberufliche Künstler bei der Künstlersozialkasse im Jahr 2008 registriert. (2) Angaben aus Beschäftigtenstatistik. (3) Angaben aus Statistik der geringfügig Beschäftigten und im Nebenjob Beschäftigte . (4) Angaben aus Mikrozensus, Selbständige mit weniger als 17.500 € Jahresumsatz.

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

zensus erfasst und der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet werden können. Danach waren im Jahr 2008 mindestens **rund 160.000 freiberuflich Tätige oder Personen mit einer Nebenerwerbstätigkeit** mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv.

In der Gesamtübersicht konnte aus den verschiedenen statistischen Quellen ein Erwerbstätigenvolumen von insgesamt 1,47 Millionen Personen für das Jahr 2008 ermittelt werden.

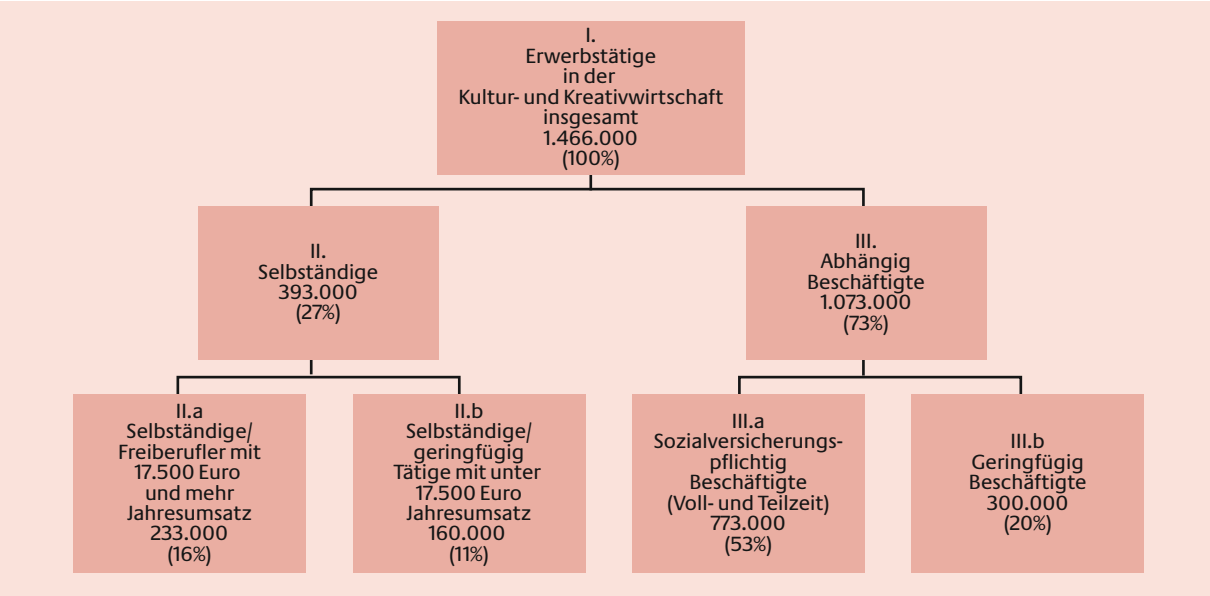
Insgesamt ergeben sich aus dem Strukturvergleich der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit den Erwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft folgende Unterschiede:

Im Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten rund 16 Prozent (232.770 Personen) aller Erwerbstätigen als Selbständige. Nimmt man das Kontingent der geringfügig Tätigen, die nach dem Mikrozensus mindestens rund 12 Prozent (160.000 Personen) in der Kultur- und Kreativwirtschaft ausmachen, hinzu, steigt der Anteil der **Selbständigen auf 27 Prozent an allen Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.**

Der Vergleich zur Struktur der Gesamtwirtschaft ergibt folgende Anteilswerte: 8 Prozent aller Erwerbstätigen (3,19 Millionen Personen) sind im vergleichbaren Kernbereich als Selbständige tätig. Hinzu kommen weitere 3 Prozent (1,03 Millionen Personen), die als geringfügig Tätige nach dem Mikrozensus erfasst werden können. Zusammen liegt die Zahl der **Selbständigen in der Gesamtwirtschaft bei rund 11 Prozent. Der Selbständigenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist damit fast dreimal höher als in der Gesamtwirtschaft.**

Bei den abhängig Beschäftigen erreicht der **Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Wert von**

Abbildung 6: Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008



Hinweise: Überblick über die statistisch nachweisbaren Teilgruppen der Erwerbstätigen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusätzlich ist eine große Zahl von projektbezogenen Jobs oder temporären freien Mitarbeitern vorhanden, die statistisch derzeit nicht erfassbar sind. Das DIW schätzt, dass auf einen sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplatz weitere 1,5 temporäre Arbeitsplätze entfallen. Die Gruppen II.a und II.b werden in der vorliegenden Studie als Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft verstanden, da diese Gruppen die wesentlichen Aussagen über die wirtschaftlichen Trends erlauben.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Mikrozensus, Destatis 2008; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

53 Prozent (772.762 Personen), während der **entsprechende Anteil in der Gesamtwirtschaft 71 Prozent ausmacht** (27,46 Millionen Personen). **Somit ist der Beschäftigtenanteil mit so genannten existenzfähigen Arbeitsplätzen in der Gesamtwirtschaft deutlich höher.**

Umgekehrt liegen die Vergleichsrelationen wiederum in der **Gruppe der geringfügig Beschäftigten:** In der Kultur- und Kreativwirtschaft existieren 20 Prozent (299.686) geringfügig Beschäftigte. Demgegenüber erreicht die vergleichbare Gruppe **in der Gesamtwirtschaft ein Anteil von 18 Prozent** (7,06 Millionen Personen). In der Kultur- und Kreativwirtschaft besteht somit im Vergleich zur Gesamtwirtschaft bei den geringfügig Beschäftigten ein leichtes Übergewicht.

Die Gesamtbetrachtung des Erwerbstätigenmarktes in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem Kernbereich und den zusätzlichen geringfügigen Beschäftigungen und Tätigkeiten zeigt im Vergleich zur Gesamtwirtschaft das erwartete fragmentierte Bild. Über diese statistisch belegbare Anzahl hinaus gibt es weitere Beschäftigungsformen, die jedoch nur noch schwer geschätzt werden können.

Im Verlauf der vorliegenden Studie wird auf den Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft Bezug genommen, um in der Darstellung der elf Teilmärkte (siehe Abschnitt 3.3) eine möglichst vergleichende einheitliche Erfassung der wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Aktivitäten zu erzielen. Dazu zählen die Gruppe II.a: Selbständige mit mehr als 175.00 Euro Jahresumsatz und die Gruppe II.b: sozialersicherungspflichtig Beschäftigte (Voll- und Teilzeit).

2.4 Export

Vorbemerkung: Die statistische Erfassung zur Ermittlung der Exporte in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist nach wie vor nur auf einem äußerst eingeschränkten Datenbestand zu bearbeiten. Es ist deshalb dringend geboten, diese für die Kultur- und Kreativwirtschaft äußerst wichtige Thematik in einer eigenständigen Untersuchung zu behandeln.

Trotz des eingeschränkten Informationsgehalts werden die Exporte der Kultur- und Kreativwirtschaft an dieser Stelle nochmals auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik dargestellt.

Danach erreichte die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2008 einen **Gesamtumsatz von 132,7 Milliarden Euro und einen exportrelevanten Umsatz von 5,2 Milliarden Euro. Das entspricht einer Exportquote von lediglich 4 Prozent.**

Diejenigen Wirtschaftsgruppen und -zweige mit einem hohen Anteil an physischen Gütern weisen tendenziell einen höheren Exportanteil aus. An der Spitze dieser Gruppe mit zweistelligen Exportquoten steht die Musikinstrumentenproduktion mit 43 Prozent, gefolgt von der Tonträgerindustrie einschließlich der Musikverlage mit 24 Prozent.

Auf den Rangplätzen drei und vier folgen die Büros für Industriedesign (12 Prozent Exportquote), sowie die Buchverlage und die Musikhändler mit Exportquoten von jeweils 10 Prozent.

Am anderen Ende der Rangfolge liegen die Zeitschriftenverlage, die Architekturbüros, der Rundfunkmarkt und die Journalistenbüros, die lediglich jeweils 1 Prozent ihrer Umsätze mit Kunden im Ausland erzielen konnten, soweit die Daten der Umsatzsteuerstatistik dazu ein reales Bild vermitteln können.

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

Deutscher Außenhandel mit Kultur- und Kreativgütern im OECD-Länder-Vergleich

Der Vergleich der auf Basis der UNCTAD Creative Economy Studie aus dem Jahre 2008 kann derzeit nicht aktualisiert werden, da der Report 2010 bis Redaktionsschluss noch nicht vorlag. Es wird jedoch im November

Abbildung 7: Export in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008. Gesamtumsatz und Exportquote nach statistischen Teilgruppen

Wirtschaftsgruppen und -zweige	Umsatz Insgesamt Mio. Euro	Steuerfreier Umsatz mit Vorsteuerabzug Mio. Euro	Exportquote (1)
Verlegen von Büchern	11.211	1.068	10%
Verlegen von Zeitungen	8.873	47	1%
Verlegen von Zeitschriften	12.271	600	5%
Verlegen von bespielten Tonträgern u. Musikalien	1.806	425	24%
Herstellung von Musikinstrumenten	701	304	43%
Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	1.044	100	10%
Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften	3.962	89	2%
Softwarehäuser	29.545	1.451	5%
Architekturbüros für Hochbau und für Innenarchitektur	6.736	94	1%
Archit.büros für Orts-, Regional- und Landesplanung	762	21	3%
Archit.büros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	504	5	1%
Büros für Industrie-Design	761	93	12%
Werbung	27.188	423	2%
Ateliers für Textil-, Möbel-, Schmuck- u.ä. Design	1.732	78	5%
Film- und Videofilmherst., -verleih, -vertrieb; Kinos	6.436	121	2%
Rundfunkveranst, H.v. -Hörfunk-, TV-Programme	8.778	45	1%
Erbrg. v. sonst. kulturellen und unterh. Leistungen	7.533	198	3%
Korrespondenz-, Nachrichtenbüros, selbst. Journal.	2.066	12	1%
Bibliotheken, Archive, Museen, bot. und zoolog. Gärten	771	65	8%
Kultur- und Kreativwirtschaft	**132.680**	**5.238**	**4%**

Hinweise: (1) Exportquote: Verhältnis des steuerfreien Umsatzes mit Vorsteuerabzug zum Umsatz insgesamt in Prozent. Kultur- und Kreativwirtschaft Abgrenzung ohne Kunsthandel aber mit Musikinstrumentenproduktion. Differenzen rundungsbedingt
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

2010 mit dem Erscheinen der aktualisierten Neuausgabe des UNCTAD Creative Economy 2010 gerechnet.

2.5 Unternehmenstypen

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

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

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

Vier Unternehmenstypen werden nach EU-Definition unterschieden (Abbildung 8).

Verteilung der Unternehmenstypen nach Umsatzgrößenklassen

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

Bezogen auf die Gesamtstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft des Jahres 2008 verteilen sich die vier Größenklassen wie in Abbildung 9 ersichtlich.

Abbildung 8: Unternehmenstypologie nach offizieller EU-Definition

Kleinstunternehmen mit <10 Personal, Umsatz von bis zu 2 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 2 Millionen Euro
Kleine Unternehmen mit <50 Personal, Umsatz von bis zu 10 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 10 Millionen Euro
Mittlere Unternehmen mit <250 Personal, Umsatz von bis zu 50 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 43 Millionen Euro
Großunternehmen mit >250 Personal, Umsatz ab 50 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme ab43 Millionen Euro

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

Rund 225.000 der Unternehmen zählen zur Gruppe der Kleinstunternehmen und belegen damit 97 Prozent der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft. Zur Gruppe der Kleinunternehmen gehören rund 5.300 Unternehmen. Den Rest des 1-Prozentbereichs bilden die mittelständischen und Großunternehmen, die auf eine Anzahl von zusammen 1.375 Unternehmen kommen.

Bezogen auf das im Jahr 2008 erzielte Umsatzvolumen ist die Gruppe der Großunternehmen mit rund 41 Prozent die größte Teilgruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft, gefolgt von den Kleinstunternehmen, die mit knapp 27 Prozent die zweitgrößte Gruppe bilden. Die Klein- und mittleren Unternehmen erreichen jeweils einen Anteil rund 16 Prozent am Gesamtumsatz.

Verteilung der Unternehmenstypen nach Teilgruppen

Neben der Teilgruppe Rundfunkwirtschaft, deren Umsatz zu 82 Prozent von Großunternehmen erwirtschaftet wird, existiert nur noch die Teilgruppe des Verlagsgewerbes, deren überdurchschnittlicher Umsatzanteil in Höhe von 64 Prozent von Großunternehmen erzielt wird. In der Filmwirtschaft sowie im Werbemarkt spielen die Großunternehmen mit 38 Prozent bzw. 39 Prozent Umsatzanteilen eine relativ bedeutende Rolle.

In allen anderen sieben Teilgruppen stellen die Kleinstunternehmen mit unterschiedlichen Anteilen von 26 Prozent (Software-/Games-Industrie) bis zu 76 Prozent (Architektur) gemessen am Umsatzvolumen jeweils den größten Anteil. Interessanterweise zeigt die Teilgruppe Software-/Games-Industrie ein erstaunlich gleichmäßiges Verteilungsmuster der Umsatzanteile. Jeweils ein Viertel der Umsätze wird von den vier unterschiedlichen Unternehmenstypen getragen.

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

2.6 Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Automobilindustrie

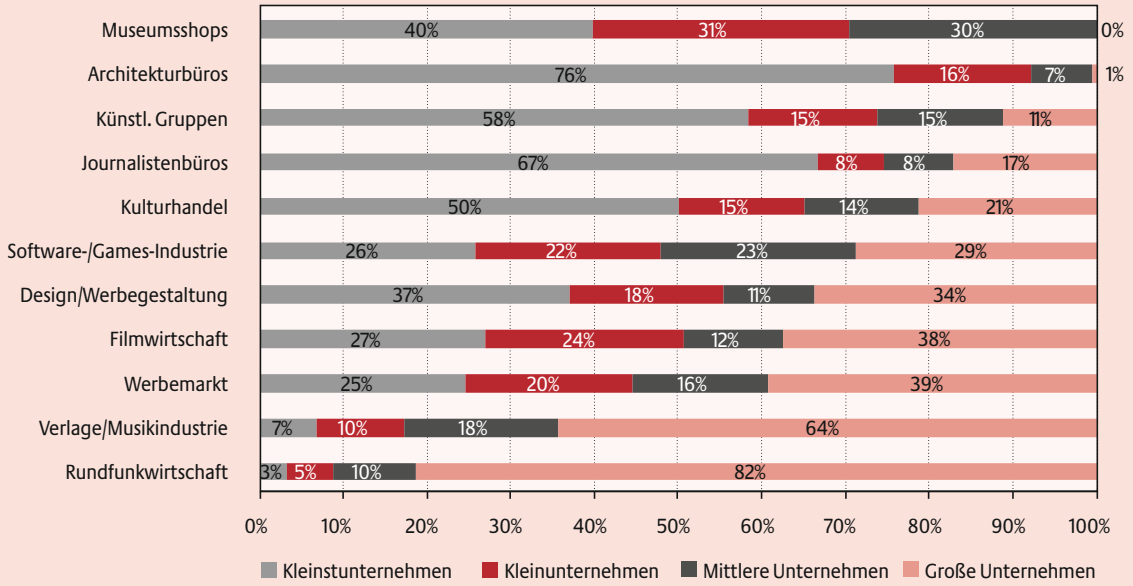
Ein Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit der Automobilindustrie illustriert, welche Bedeutung die verschiedenen Unternehmenstypen für die wirtschaftlichen Leistungen im jeweiligen Segment einnehmen.

Abbildung 9: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen 2008

Unternehmenstyp	Größenklasse	Unternehmen	%-Anteil Unternehmen	Umsatz in Mio. €	%-Anteil Umsatz	Umsatz je Untern. In Tsd. €
Kleinstunternehmen	bis 2 Mio	225.868	97%	36.382	26,7%	161
Kleinunternehmen	bis 10 Mio	5.336	2%	21.878	16,1%	4.100
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio	1.083	0,5%	22.293	16,4%	20.581
Große Unternehmen	über 50 Mio	292	0,1%	55.649	40,9%	190.777
Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**232.578**	**100%**	**136.201**	**100,0%**	**586**

Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 € und mehr
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Abbildung 10: Unternehmensgrößen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf statistischen Teilgruppen, 2008

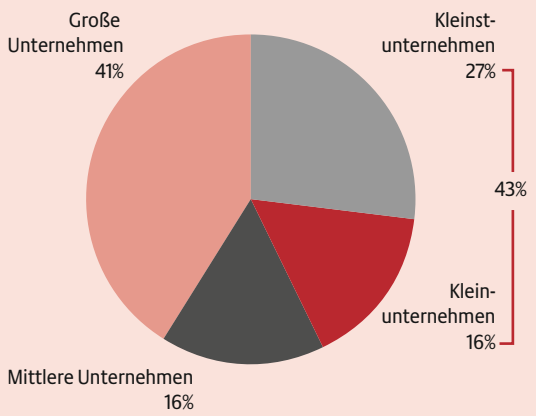


Hinweise: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 € und mehr

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die Kleinst- und Kleinunternehmen zusammen Träger von 43 Prozent des insgesamt erzielten Umsatzes. In der Automobilindustrie spielen die Kleinst- und Kleinunternehmen mit einem Umsatzanteil von 1 Prozent praktisch keine Rolle. Eine ähnlich geringe Bedeutung

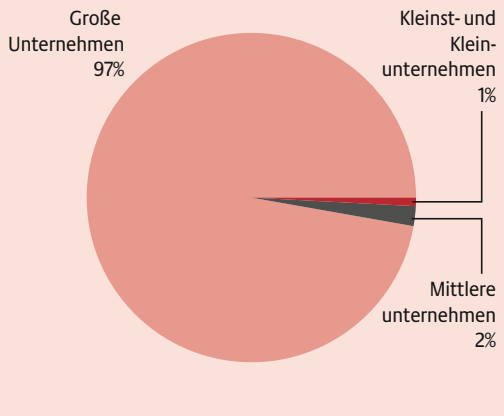
Abbildung 11: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008



Hinweis: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 € und mehr

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Abbildung 12: Umsatzverteilung nach Größenklassen in der Automobilindustrie 2008



Hinweis: Unternehmen mit Jahresumsatz von mindestens 17.500 € und mehr

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

erlangen die mittleren Unternehmen der Automobilindustrie in wirtschaftlicher Hinsicht. Sie erwirtschaften lediglich 2 Prozent des gesamten Umsatzvolumens. Auch hier ist die relativ höhere Bedeutung in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem vergleichbaren Wert von 16 Prozent ersichtlich.

Die überragende Bedeutung der Großunternehmen in der Automobilindustrie wird aus dem Umsatzanteil von 97 Prozent deutlich. Die Großunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erbringen hier vergleichsweise mit einem Umsatzanteil von 41 Prozent weniger als die Hälfte des Umsatzes.

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

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

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

2.7 Exkurs: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Auch wenn der Auftrag zur Untersuchung der Kultur- und Kreativwirtschaft bislang keine Analyse zur Lage der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft beinhaltet, soll an dieser Stelle ein erster Einblick angeboten und damit zu einer zukünftigen tiefergehenden Betrachtung angeregt werden.

Der Beitrag der Frauen an der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist überdurchschnittlich hoch. So erreicht der Anteil der Frauen in der gesamten Erwerbstätigkeit innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2008 einen Wert von 53 Prozent. Bezogen auf die Gesamtwirtschaft schaffen dort die Frauen lediglich einen Anteil von 43 Prozent.

Abbildung 13: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008
Gliederung nach statistischen Teilgruppen

	Anteil der Frauen in % -...		
	am Insgesamt	an den Selbständigen	an den abhängig Beschäftigten
Verlagsgewerbe	55%	43%	56%
Handel mit Kulturgütern	62%	41%	69%
Software-/Games-Industrie	22%	-	24%
Werbemarkt	48%	34%	56%
Filmwirtschaft	39%	-	50%
Rundfunkwirtschaft	47%	-	51%
Künstlerische und sonst. Gruppen	43%	41%	45%
Journalistenbüros usw.	45%	40%	50%
Museumsshops usw.	64%	-	68%
Kultur- und Kreativwirtschaft	**53%**	**-**	**57%**
Zum Vergleich: Gesamtwirtschaft	43%	31%	56%

Hinweise: Ohne statistische Teilgruppe Architektur und Designwirtschaft. (-) keine Angaben vorhanden
Quelle: Mikrozensus, Destatis, 2010, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Der überdurchschnittliche Anteil wird bisher von den abhängig Beschäftigten getragen. Wie aus der Abbildung Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008 ersichtlich wird, sind Frauen in der Mehrheit der Kultur- und Kreativbranchen stärker vertreten als Männer. Lediglich die Software-/Games-Industrie verfügt bislang nur über ein Viertel an Frauenarbeitsplätzen. Der Vergleich zur Gesamtwirtschaft macht deutlich, dass der Frauenanteil hier nur geringfügig unterhalb des Wertes der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt. So zählen 56 Prozent der abhängig Beschäftigten in der Gesamtwirtschaft zu den Frauen.

Der Anteil der Frauen bei der Gruppe der Selbständigen liegt in der Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen 40 Prozent und 44 Prozent. Dieser Anteil ist bemerkenswert hoch. Denn im Vergleich zur Gesamtwirtschaft sind die Frauen dort nur mit rund 31 Prozent als Selbständige vertreten.

Alle hier vorgetragenen Daten und Berechnungen basieren auf den Ergebnissen aus dem Mikrozensus 2008.

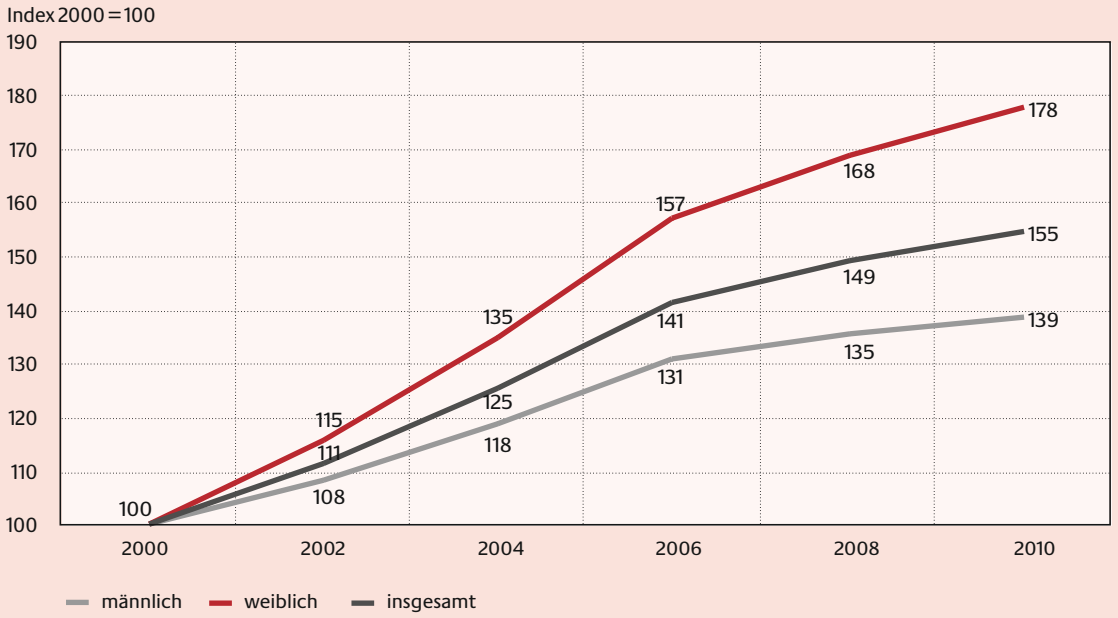
Der hohe Frauenanteil unter den Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft wird durch die Entwicklung der Künstlerberufe bestätigt. Nach Angaben der Künstlersozialkasse ist die Zahl der freiberuflichen Künstlerinnen zwischen 2000 und 2010 um 78 Prozent gestiegen, während die Zahl der Männer im gleichen Zeitraum lediglich um 39 Prozent zugenommen hat.

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

Insgesamt wird aus den wenigen Daten ersichtlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in zunehmendem Maße ein wichtiger Beschäftigungs- und Tätigkeitsmarkt für Frauen wird.

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

Abbildung 14: Entwicklung der freiberuflichen Künstlerinnen und Künstler in der Künstlersozialkasse 2000 – 2010



Quelle: Angaben der Künstlersozialkasse 2010, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

3
Strukturen und Trends der elf Teilmärkte

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

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

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

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

Tabelle 2: Kernwirtschaftszweige der Musikwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
92.31.5	Selbständige Musiker/innen usw.
92.31.2	Musik- und Tanzensembles
22.14.0	Verlag von Tonträgern/Musikverlage
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Konzerthäusern usw.
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kulturbetriebes usw.
52.45.3	Einzelhandel m. Musikinstrumenten/Musikalien

Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Im Folgenden wird jeder der elf Teilmärkte als Kernbereich durch seine Wirtschaftszweige und die vier Bezugsgrößen Unternehmen, Umsatz, Erwerbstätige sowie Beschäftigung erfasst. Das jeweilige Teilmarktprofil wird entlang von Umsatzgrößenklassen beschrieben. Abschließend erfolgt jeweils die Darstellung der Entwicklungstrends jedes Teilmarktes.

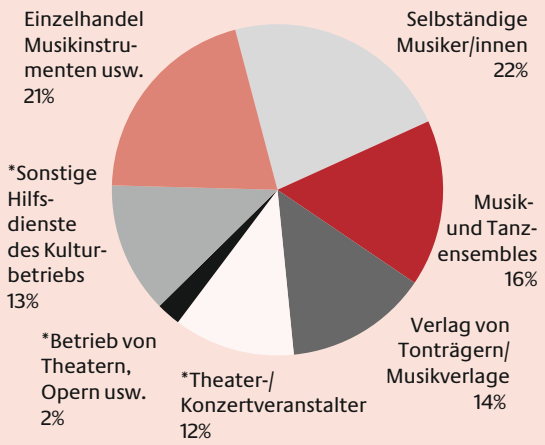
3.1 Musikwirtschaft

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

Den produzierenden und verbreitenden Unternehmen zugeordnet sind die Verlage von Tonträgern, gemeinhin als Tonträgerindustrie bezeichnet, die Musikverlage, der Musikfachhandel, die Theater-/Konzertveranstalter, die Konzertdirektionen und die Agenturen, sowie kommerzielle Musiktheaterproduktionen, Musicalbühnen und Musikfestivals. Diese werden in der Regel unter dem etwas veraltet klingenden Wirtschaftszweig „Betrieb von Theater, Opern usw.“ erfasst. Unter dem Wirtschaftszweig „Sonstige Hilfsdienste des Kulturbetriebes usw.“ werden bühnentechnische Dienste und Vorverkaufsstellen zusammengefasst.

Die Musikwirtschaft ist in vielfältiger Weise mit dem verwandten Markt für darstellende Künste verbunden. Dadurch werden mehrere Wirtschaftszweige sowohl der Kategorie Musik, als auch der Kategorie der darstellenden Kunst zugeordnet. Zusätzlich steht der Musiktheater- und Konzertbetrieb in hohem Maße mit dem nicht-kommerziellen Musikbetrieb, zum Beispiel den öffentlich finanzierten Opernhäusern oder den Rundfunkorchestern der öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen in engen komplemen-

Abbildung 15: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Musikwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

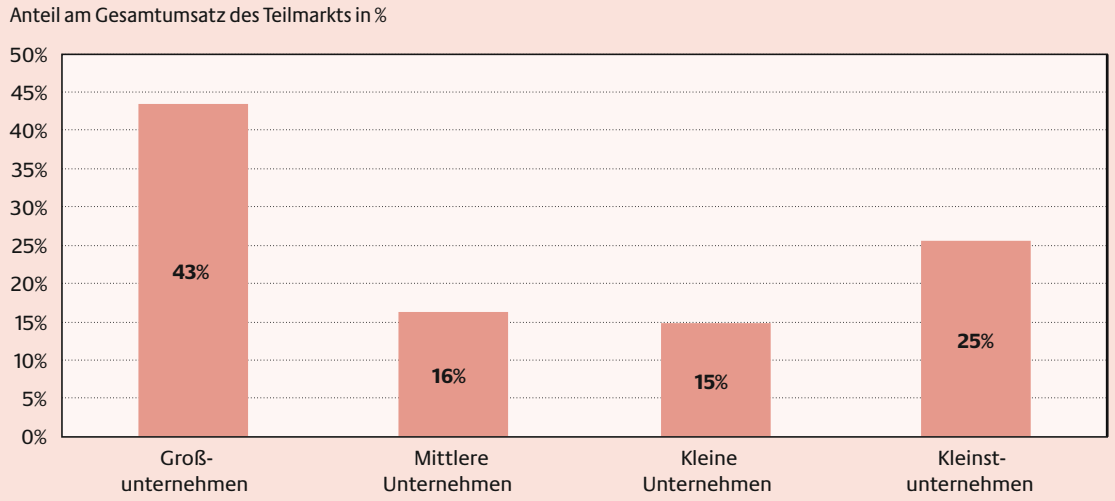
tären Austauschbeziehungen. Am ehesten wird die Musikwirtschaft in der Medienöffentlichkeit jedoch mit dem Teil der Tonträger- oder Musikindustrie gleichgesetzt. Dieser Teilbereich wiederum steht in engem wirtschaftlichen Geflecht zur AV-Industrie (audiovisuellen Industrie), zur digitalen Wirtschaft oder zur Internetwirtschaft.

Die Eckdaten

Die Musikwirtschaft beschäftigt im Jahr 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 36.300 oder 3,1 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von 25.200 Personen enthalten. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind in der Rangfolge die Musik- und Tanzensembles, die Theater-/Konzertveranstalter, der Musikeinzelhandel und die Tonträger-/Musikverlage, die – gemessen an der Erwerbstätigkeit – jeweils Anteile von 15 Prozent und 20 Prozent erreichen.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete die Musikwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 5,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 3,7 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind die Tonträger-/Musikverlage, die mit rund 1,8 Milliarden Euro knapp ein Drittel des gesamten Umsatzes erzielen. Die Konzertveranstalter und der Musikeinzelhandel belegen mit 25 Prozent bis 19 Prozent Marktanteilen innerhalb der Musikwirtschaft die weiteren Rangplätze.

Abbildung 16: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Musikwirtschaft 2008



Hinweise: Auswahl der Wirtschaftszweige Tonträgerverlage, Theater-/Konzertveranstalter, Einzelhandel mit Musikalien usw.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Musikwirtschaft liegt im Jahr 2009 zusammen bei rund 11.100 oder 3,8 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darunter zählen rund 4.200 (Anteil 38 Prozent) zu den selbständigen Musikberufen, die in der Musikwirtschaft die größte Gruppe bilden. Bei den übrigen 6.900 Unternehmen handelt es sich um Musikfirmen, die breit auf alle Musikzweige verteilt sind, mit Ausnahme der Musicalbühnen, kommerziellen Musiktheaterproduktionen etc., die mit einer absoluten Zahl von 271 Unternehmen lediglich 2 Prozent der gesamten Musikwirtschaft ausmachen.

Die Unternehmenstypen

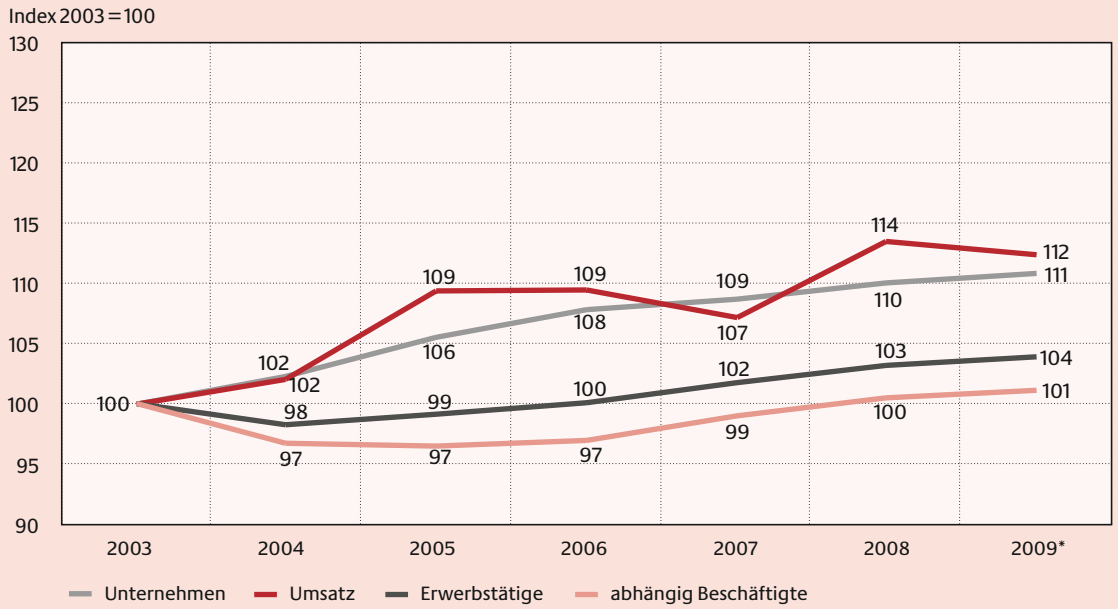
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die rund 3.700 oder 95 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 25 Prozent.
- Die rund 275 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 5 Prozent erreichen einen Marktanteil von 15 Prozent und 16 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit einer absoluten Zahl von 12 Unternehmen einen Marktanteil von 43 Prozent erzielen.
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 127 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 240.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der **Unternehmen,** die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich bis zum Jahr 2009 um 11 Prozent ansteigt. Die Entwicklung wird, abweichend von den sonstigen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, weit weniger durch die selbständigen Musikberufe geprägt, als vielmehr durch die stetig wachsende Zahl der kleinen Tonträgerunternehmen, der kleinen Musikverlage, die im Schnitt um 3 Prozent bis 5 Prozent pro Jahr zunehmen. Ebenso wächst die Zahl der Theater-/Kon-

Abbildung 17: Entwicklung der Musikwirtschaft 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

zertveranstalter um 3 Prozent pro Jahr. Das mit Abstand stärkste Wachstum verzeichnen jedoch die so genannten sonstigen Hilfsdienste (bühnentechnische Dienste, Kartenverkauf), die im Schnitt deutlich über 7 Prozent pro Jahr zugelegt haben. Im gesamten Zeitraum 2003 bis 2009 konnten die sonstigen Hilfsdienstbetriebe dadurch eine beachtliche Wachsdynamik mit 52 Prozent Zuwachs vorweisen.

Zu den wenigen schrumpfenden Wirtschaftzweigen zählen der Musikeinzelhandel sowie die Musik-/Tanzensembles, deren Zahlen jeweils um 5 Prozent bis 9 Prozent über den gesamten Zeitraum 2003 bis 2009 zurückgegangen sind.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens der Musikwirtschaft zeigt nach einem Anstieg von 2003 bis 2005 mit einem Plus von 9 Prozent seitdem einen wechselnden Verlauf. Diese Entwicklung verdeckt unterschiedliche Entwicklungsverläufe in den einzelnen Wirtschaftszweigen. Während der Tonträger- und Musikverlagsumsatz stetig im Umsatzverlauf wechselte (welches u.a. auch durch statistische Veränderungen bei den Finanzämter verursacht wurde), stieg im gleichen Zeitraum der Umsatz der Theater-/Konzertveranstalter, der sonstigen Hilfsdienstbetriebe und selbst der Umsatz des Musikeinzelhandels bis zum Jahr 2008 konstant an. Erst im Krisenjahr 2009 gingen auch die Umsätze der Theater-/Konzertveranstalter erstmals zurück. Da diese zusammen mit den Tonträger- und Musikverlagsumsätzen rund 60 Prozent des gesamten Teilmarktes ausmachen, waren die Umsätze der Musikwirtschaft trotz der positiven Ergebnisse der anderen Musikzweige insgesamt negativ. Mit einem Minus von etwa einem Prozent wurde das Umsatzjahr 2009 im Vergleich zu 2008 abgeschlossen.

Der für den Erwerbstätigenmarkt der Musikwirtschaft wichtigste Wirtschaftszweig sind die Musik- und Tanzensembles. Dieser Wirtschaftszweig konnte zum Jahr 2009 einen Personenstand von schätzungsweise mehr als 7.200 erreichen. Allerdings haben Musik- und Tanzensembles damit noch längst nicht wieder den Höhepunkt des Jahres 2003 mit der Erwerbstätigenzahl von 7.400 Personen erreicht. Da jedoch die beiden Wirtschaftszweige: Theater- und Konzertveranstalter mit rund 6.600 sowie der Musikeinzelhandel mit 6.100 Personen (Jahr 2009), nach einem zwischenzeitlichen Personalabbau bis zum Jahr 2005 ebenfalls wieder wachsen, steigt die Zahl der Erwerbstätigen in der Musikwirtschaft insgesamt seit dem Jahr 2004 stetig an und liegt zum Jahr 2009 mit einem Plus von 4 Prozent über dem Niveau des Jahres 2003.

Insgesamt wird die Musikwirtschaft durch mehrere unterschiedliche Wirtschaftszweige wie die Tonträger-/Musikverlage, die Theater-/Konzertveranstalter oder den Musikeinzelhandel geprägt. Insbesondere zeigt der Musikeinzelhandel, der als Fachhandel für Instrumente und Musikalien nach wie vor eine

Tabelle 3: Verbands- und sonstige Quellen zur Musikwirtschaft

Künstlersozialkasse : www.kuenstlersozialkasse.de
Deutscher Komponistenverband e.V.: www.komponistenverband.de
mediamusic e.V.: www.mediamusic-ev.de
CC Composers Club e.V.: www.composers-club.de
Deutscher Rock & Pop Musikerverband e.V.: www.drmv.de
DMV – Deutscher Musikverleger-Verband e.V.: www.dmv-online.com
Bundesverband Musikindustrie e.V.: www.musikindustrie.de
Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V.: www.vut-online.de/cms/
Verband der Deutschen Konzertdirektionen e.V.: www.vdkd.de
Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e.V.: www.idkv.com
Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e.V.: gdm-online.com/
Deutscher Musikrat e.V.: www.musikrat.de
MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum, Themenportal Musikwirtschaft: www.miz.org/artikel_themenportale_vorbemerkungen_tpmwmusikwirtschaft.html

breite Präsenz in allen regionalen Räumen der Bundesrepublik aufweist, eine starke Beharrungstendenz im Verlauf seiner wirtschaftlichen Entwicklung. Darüber hinaus sind die digitalen Techniken und die rasante Ausweitung der Internetwirtschaft die zukünftigen wesentlichen Treiber für die Gesamtstruktur der Musikwirtschaft. Zusätzlich sind die komplementären Strukturen des öffentlichen und intermediären Musikbetriebs zu berücksichtigen.

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

Exkurs Musikinstrumentenproduktion

In Ergänzung zu den Kernwirtschaftszweigen der Musikwirtschaft wird in diesem Unterabschnitt der Wirtschaftszweig Musikinstrumentenproduktion eingeführt. Im Rahmen der Neuzuordnung der Wirtschaftszweige nach der WZ Klassifikation 2008 im nächsten Monitoringbericht 2011, wird die Musikinstrumentenproduktion in den Kernbereich der Musikwirtschaft integriert.

Mit dem Begriff Musikinstrumentenproduktion wird die Herstellung unterschiedlichster Instrumente bezeichnet. Dazu zählen folgende Typen: Geigenbauer, Handzuginstrumentenmacher, Holzblasinstrumentenmacher, Klavier- und Cembalobauer, Metallblasinstrumentenmacher, Orgel- und Harmoniumbauer, Bogenmacher und Zupfinstrumentenmacher. Im Wirtschaftszweig „Herstellung von Musikinstrumenten“ werden darüber hinaus sowohl die Handwerksbetriebe als auch die Industriebetriebe der Musikinstrumentenproduktion zusammengefasst. So zählen auch die Herstellung von elektronischen Musikinstrumenten und die Teile-/bzw. Zubehörproduktion von Musikinstrumenten zu diesem Wirtschaftszweig.

Strukturdaten

Die Musikinstrumentenproduktion beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 6.734 Erwerbstätige in Deutschland. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von knapp 5.500 Personen einen erheblichen Anteil in der Musikinstrumentenproduktion ausmachen. Zusätzlich arbeiten mindestens rund 1.250 geringfügig Beschäftigte oder im Nebenjob tätige im Wirtschaftszweig. Die Zahl der Musikinstrumentenmacher, Handwerks- und Industriebetriebe erreicht im Jahr 2009 schätzungsweise eine Zahl von knapp 1.300 Unternehmen. Nach den Angaben des „Monatsberichts im verarbeitenden Gewerbe“ (Statistisches Bundesamt) befinden sich darunter lediglich 50 Betriebe mit jeweils mehr als 50 Beschäftigten.

Im Jahr 2009 erwirtschaftet die Musikinstrumentenproduktion ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 603 Millionen Euro. Davon erwirtschaften, auf der Basis der Jahresdaten 2008, die 93 Prozent Kleinstunternehmen einen Umsatz von 235 Millionen Euro oder einen Anteil von 31 Prozent an der gesamten Musikinstrumentenproduktion. Die 6 Prozent Kleinunternehmen erzielen zusammen einen Umsatz von 195 Millionen Euro oder einen Anteil von 26 Prozent am Gesamtumsatz. Die 13 mittleren und Großunternehmen Anteil 1Prozent) erwirtschaften den größten Umsatz mit einem Volumen von 326 Millionen Euro oder einem Anteil von 43 Prozent.

Tabelle 4: Musikinstrumentenproduktion 2003 – 2009

Jahr	Selbständige und Unternehmen	Umsatz in Mio. Euro	Erwerbstätige	darunter abhängig Beschäftigte
2003	1.177	556,6	8.016	6.839
2006	1.195	703,8	7.620	6.425
2007	1.208	674,4	7.567	6.359
2008	1.267	701,2	7.414	6.147
2009	1.267*	603,0*	6.734	5.467

Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte);
*Schätzung auf Basis des Monatsberichts im verarbeitenden Gewerbe 2010
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die wirtschaftliche und beschäftigungsbezogene Entwicklung in der Musikinstrumentenproduktion hat im Krisenjahr 2009 starke Verluste erlitten. Während der Umsatz gegenüber dem Vorjahr nach Schätzungen mindestens um 14 Prozent eingebrochen ist, musste auch der Erwerbstätigenmarkt eine Schrumpfung von mehr 9 Prozent hinnehmen. Dies ist vor allem durch den Abbau der Beschäftigtenzahl bedingt, die im gleichen Zeitraum um rund 11 Prozent zurückging. Bezogen auf den gesamten Vergleichszeitraum von 2003 bis 2009 hat das Umsatzvolumen, trotz wechselhafter Zwischenjahre mit einer Zuwachsrate von 8,3 Prozent noch eine positive Umsatzbilanz. Dies lässt sich für den Erwerbstätigen- und Beschäftigtenmarkt leider nicht konstatieren. Wie die tabellarischen Vergleichsdaten ausweisen, sinken die Zahlen seit Jahren stetig und signalisieren zwischen den Jahren 2003 und 2009 Minusraten von 16 Prozent und 20 Prozent.

3.2 Buchmarkt

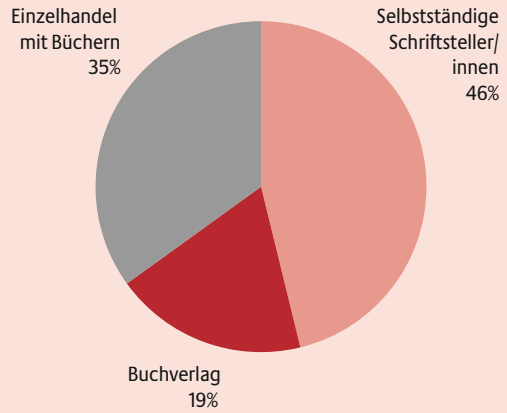
Zum Buchmarkt zählen die selbständigen Schriftsteller und Schriftstellerinnen. Darüber hinaus arbeitet eine wachsende Zahl von Journalisten als Selbständige, die entsprechend der Definition der Künstlersozialkasse ebenfalls zu den sogenannten Wortberufen gezählt werden, in dieser Studie jedoch dem Pressemarkt zugeordnet wurden. Zu den produzierenden und verbreitenden Unternehmen zählen die Buchverlage, der Zwischen- und Einzelhandel sowie die Literaturagenten.

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

Tabelle 5: Kernwirtschaftszweige des Buchmarkts

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
92.31.6	Selbständige Schriftsteller/innen
22.11.1	Buchverlag
52.47.2	Einzelhandel mit Büchern

Abbildung 18: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Buchmarkts nach Wirtschaftszweigen 2008



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Eckdaten

Der Buchmarkt beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 74.600 oder 6,4 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 60.600 Personen einen erheblichen Anteil im Buchmarkt ausmachen. Gemessen an den Arbeitsplätzen sind die Buchverlage mit knapp 37.500 Erwerbstätigen (Anteil 50 Prozent) etwas bedeutender als der Bucheinzelhandel, der 30.200 Erwerbstätige (Anteil 41 Prozent) aufweist. Die selbständigen Schriftsteller und Schriftstellerinnen kommen auf eine Erwerbstätigenzahl von rund 6.900 (Anteil 9 Prozent).

Im Jahr 2009 erwirtschaftet der Buchmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 14,8 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von knapp 10 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Buchverlage, die mit 10,4 Milliarden Euro mehr als zwei Drittel des gesamten Umsatzes erzielen. Der Bucheinzelhandel erwirtschaf-

tet 26 Prozent, die selbständigen Schriftsteller und Schriftstellerinnen schaffen 3 Prozent des Buchmarktumsatzes.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 7.500 oder 93 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 16 Prozent.

- Die rund 500 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 7 Prozent erreichen einen Marktanteil von 28 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit 34 an der Zahl einen Marktanteil von 56 Prozent erzielen.

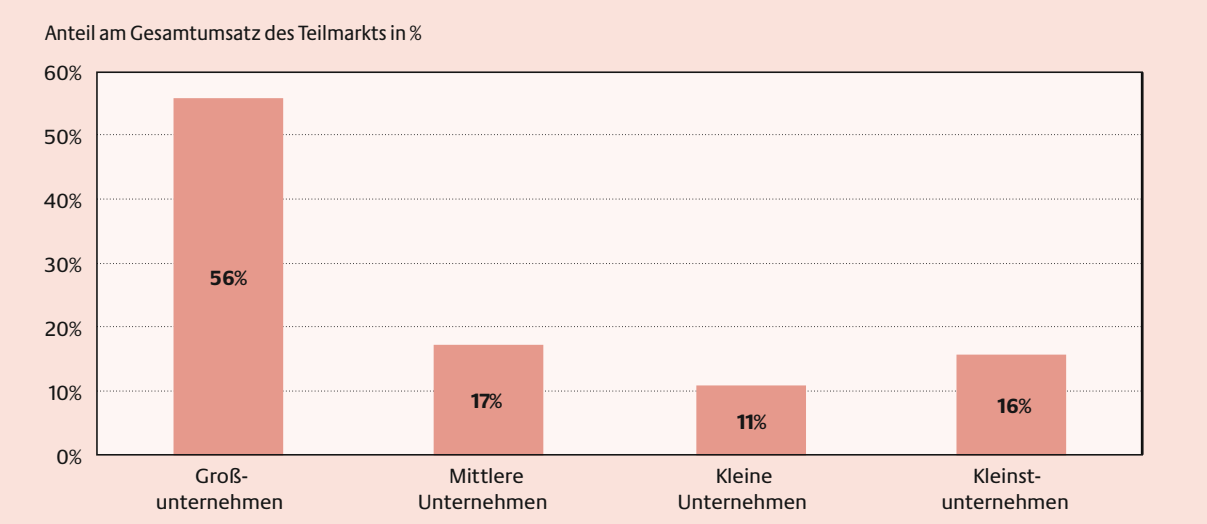
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 228 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 320.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich ansteigt und zum Jahr 2009 um 10 Prozent gewachsen ist. Die Entwicklung wird insbesondere von den selbständigen Schriftstellern und Schriftstellerinnen geprägt, die jedes Jahr mit einem Zuwachs von rund 4,5 Prozent auf den Markt drängen. Nach einem geringen Wachstum bis 2006 stagniert die Zahl der Buchverlage seit dem wieder. Ab dem Jahr 2006 ist entweder ein Nullwachstum oder sogar ein Rückgang von minus 2 Prozent in den Folgejahren zu verzeichnen. Ebenso entwickelt sich die Lage im Bucheinzelhandel nicht positiv. Hier ist ein durchschnittlicher Rückgang pro Jahr um rund ein Prozent bei der Buchhandelszahl zu beobachten.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Buchmarkts zeigt nach einem Rückgang bis zum Jahr 2004 zunächst einen stetig ansteigenden Verlauf, der bis zum Jahr 2006 um 5 Prozent steigt, um dann in den Folgejahren bis 2009 auf einem Niveau von rund 5 Prozent Umsatzplus oder etwas weniger zu verharren. Erstaunlicherweise ist der Buchmarkt trotz der schwierigen Entwicklung der letzten Jahre bis 2008 der einzige Teilmarkt der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft, der im Krisenjahr 2009 sogar einen leichten Anstieg des Umsatzes erzielen konnte. Dieser Zuwachs wird ausschließlich durch die Umsatzergebnisse der Buchverlage getragen, die im Jahr 2009 ein Plus von 4 Prozent erzielen konnten. Die beiden anderen Gruppen, die selbständigen Schriftsteller sowie der

Abbildung 19: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Buchmarkt 2008



Hinweise: Auswahl Buchmarkt ohne selbständige Schriftsteller/innen

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Tabelle 6: Verbands- und sonstige Quellen zum Buchmarkt

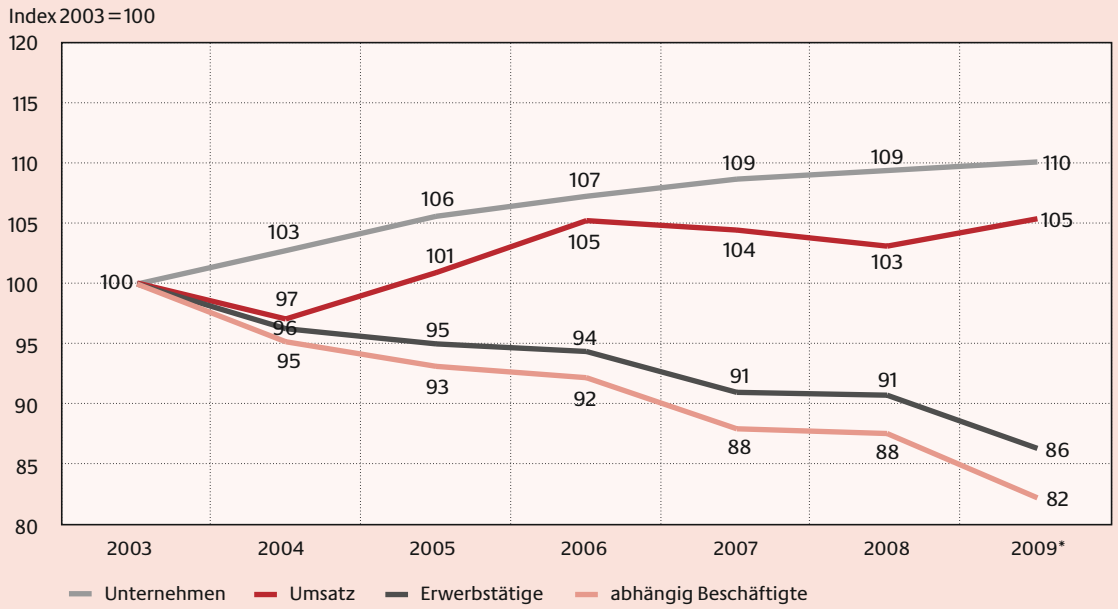
Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de
Verband deutscher Schriftsteller (VS) in ver.di: http://vs.verdi.de
Freier Deutscher Autorenverband, Schutzverband deutscher Schriftsteller e.V.: bundesverband@fda.de
Dramatiker Union e.V.: www.dramatikerunion.de
Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren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

Bucheinzelhandel stagnierten oder hatten im Vergleichsjahr 2009 mit Umsatzverlusten zu kämpfen.

Während der Umsatz des Buchmarkts insgesamt, getragen durch den Umsatz der Buchverlage, zuletzt sogar eine positive Entwicklung verzeichnen konnte, schlug sich dieses Wachstum jedoch nicht in der Beschäftigung nieder. Wie der Kurvenverlauf der Abbildung zeigt, ist das Beschäftigungs- und Erwerbstätigenvolumen im Vergleichszeitraum stetig zurückgegangen. Am Ende hat der Buchmarkt zwischen 14 Prozent und 18 Prozent der Arbeitsplätze verloren. Die Ursache dieser Entwicklung ist wiederum vorwiegend bei den Buchverlagen zu finden. Obwohl sie zuletzt wieder positive Umsatzzuwächse erzielen konnten, schrumpft die Zahl der abhängig Beschäftigten stetig bis 2009. Der Verlust der Arbeitsplätze liegt zum Jahr 2009 bei minus 21 Prozent gegenüber dem Jahr 2003. Der Bucheinzelhandel schrumpfte zwar nicht in dieser deutlichen Ausprägung, aber auch hier sind immerhin 11 Prozent der Arbeitsplätze für die Beschäftigten in der Vergleichsperiode 2003 bis 2009 verschwunden.

Insgesamt zählt der Buchmarkt zusammen mit der Musik- und Filmwirtschaft zu den klassischen

Abbildung 20: Entwicklung des Buchmarkts 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Kulturmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Er wird in jedem Falle durch die wachsende Konvergenz der Medien und durch die Digitalisierung des Buches starke Veränderungen erleben. Gleichwohl bleibt zu hoffen, dass der Buchmarkt es schafft, sich als eigenständiger Markt zu behaupten, denn immerhin hat er bereits durch jahrzehntelange Erfahrung im Umgang mit dem wirtschaftlichen Auf- und Abschwung seine starke Beharrungsresistenz bewiesen.

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

3.3 Kunstmarkt

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

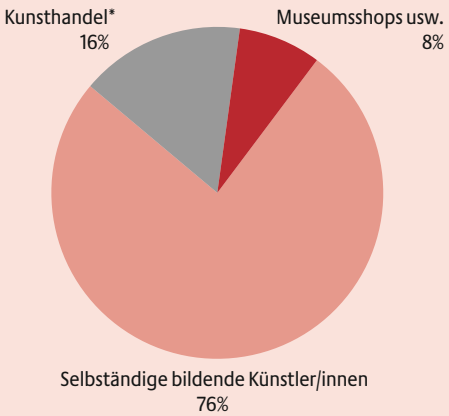
So wird der Kunsthandel in der amtlichen Statistik mit anderen artfremden wirtschaftlichen Aktivitäten zusammengelegt, wie zum Beispiel mit dem Verkauf von Geschenkartikeln, Hirschgeweihen, Briefmarken, etc. Deshalb kann der in Deutschland gültige Wirtschaftszweig „Einzelhandel mit Kunstgegenständen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

Tabelle 7: Kernwirtschaftszweige des Kunstmarkts

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
92.31.3	Selbständige bildende Künstler/innen
52.48.2**	Kunsthandel (ohne Geschenkartikel usw.)
92.52.1	Museumsshops und Kunstausstellungen

Hinweis: **Schätzung

Abbildung 21: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Kunstmarkts nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweise: *Schätzung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Eckdaten

Der Kunstmarkt beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 16.600 oder 1,4 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind sozialversicherungspflichtig Beschäftigte enthalten, die mit einer Zahl von rund 4.300 Personen einen eher geringen Anteil im Kunstmarkt ausmachen.

Der wichtigste Wirtschaftszweig ist, gemessen an der Zahl der Erwerbstätigen, die Gruppe der selbständigen bildenden Künstler und Künstlerinnen, die rund 10.700 Personen (einschließlich einer geringen Zahl abhängig Beschäftigter) oder 65 Prozent im Kunstmarkt ausmacht. Neben dieser aus der amtlichen Statistik ermittelten Zahl arbeitet zusätzlich eine große Anzahl von freiberuflich tätigen bildenden Künstlern und Künstlerinnen im Kunstmarkt. So sind bei der Künstlersozialkasse zum Jahresbeginn 2010 allein 58.700 Freiberufler in der Gruppe bildende Kunst registriert.

Die Zahl der verbreitenden Kunsthandelsunternehmen (Galerie, Auktionen, Handel) kann nur geschätzt werden und liegt vermutlich bei rund 1.900

Unternehmen, die Zahl der Museumsshops und kommerziellen Veranstaltern von Kunstausstellungen etc. bei rund 980 Unternehmen. Sie bieten zusammen 5.900 Erwerbstätigen (Anteil am Kunstmarkt 35 Prozent) einen Arbeitsplatz.

Im Jahr 2009 erwirtschaftet der Kunstmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 1,8 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 1,2 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der Kunstmarktumsatz verteilt sich zur einen Hälfte auf die Gruppe der bildenden Künstler, zur anderen Hälfte auf die beiden Wirtschaftszweige Kunsthandel und Museumsshops etc. Die Gruppe der bildenden Künstler erzielt knapp 900 Millionen Euro oder einen Anteil von 49 Prozent, der Kunsthandel rund 490 Millionen Euro oder 27 Prozent und die Museumsshops sowie Kunstausstellungen rund 450 Millionen Euro oder 24 Prozent am Marktvolumen des deutschen Kunstmarkts. Der Umsatzanteil des Kunsthandels fällt deshalb geringer aus, da insbesondere die größeren marktbeherrschenden Galerien und Kunsthändler einen großen Anteil ihres Umsatzes im Ausland erzielen und diese über ihre ausländische Dependancen bilanzieren. Hingegen versteuern die bildenden Künstler und Künstlerinnen ihre Umsätze in der Regel an ihrem deutschen Wohnsitz.

Die Unternehmenstypen

Da der Wirtschaftszweig Kunsthandel mit den oben genannten Abgrenzungsproblemen behaftet ist, konnte er nicht in die Größenklassenanalyse mit einbezogen werden.

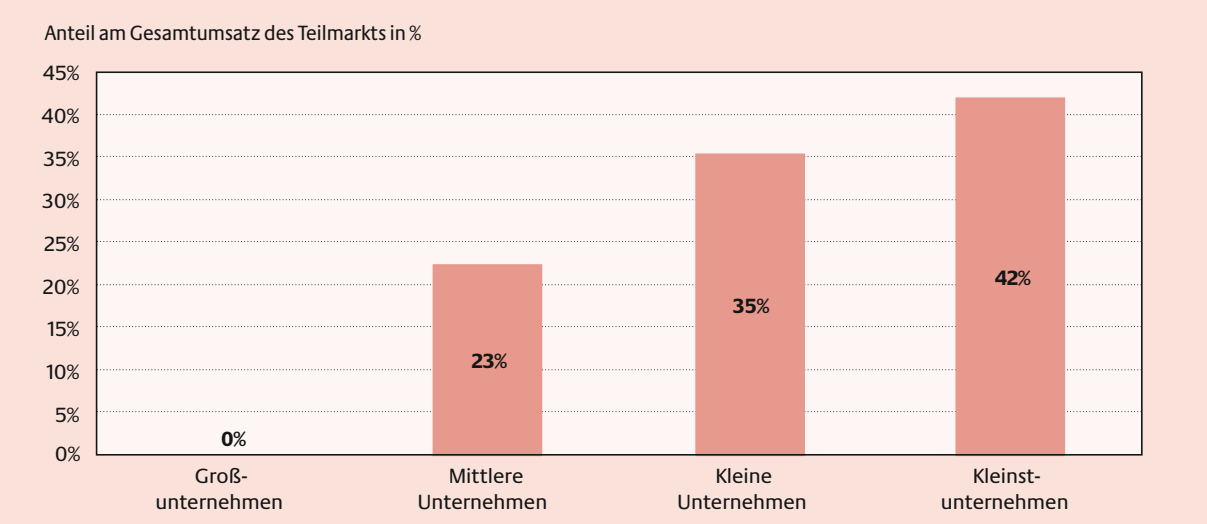
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (Museumsshops, usw.) wie folgt:

- Die knapp 930 oder 96 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 42 Prozent.
- Die 42 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 4 Prozent erreichen einen Marktanteil von 58 Prozent, während im Jahr 2008 kein Großunternehmen in der amtlichen Statistik erfasst wurde.
- Der Durchschnittsumsatz eines mittleren Unternehmens liegt bei 25 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 203.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich

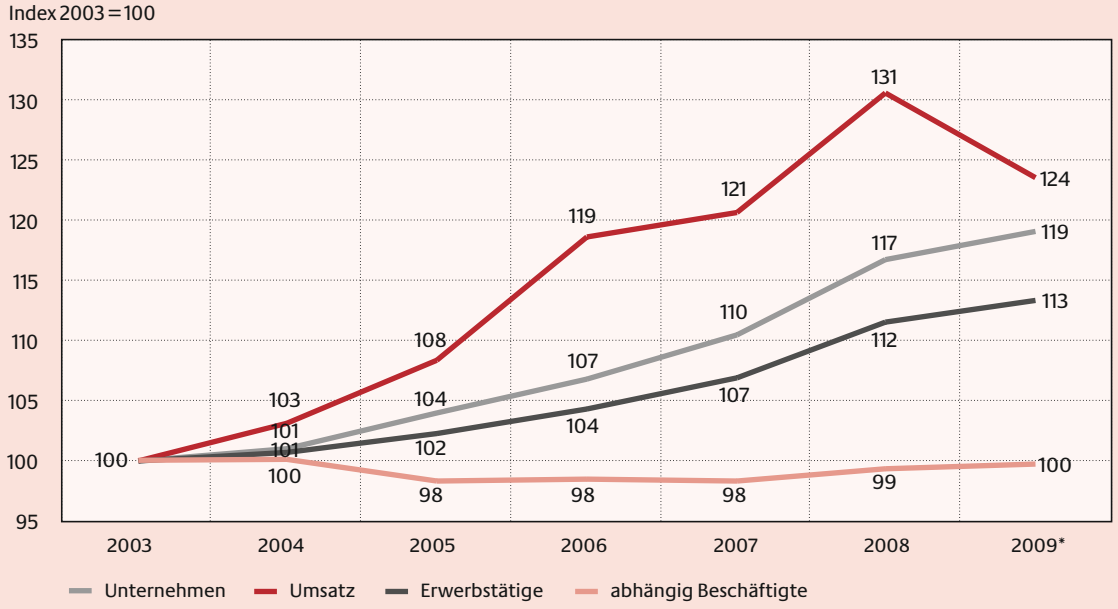
Abbildung 22: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Kunstmarkt 2008



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

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Abbildung 23: Entwicklung des Kunstmarkts 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

ansteigt und bis zum Jahr 2009 um 19 Prozent gewachsen ist. Die Entwicklung wird insbesondere von den Museumsshops (Zuwachs 18 Prozent) und den selbständigen bildenden Künstlern und Künstlerinnen (Zuwachs 29 Prozent) geprägt. Die Zahl der Kunsthändler hingegen ist im Vergleichszeitraum 2003 bis 2009 schätzungsweise um 13 Prozent geschrumpft.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Kunstmarktes erzielt nach anfänglicher moderater Steigerung später bis zum Jahr 2008 ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum von 31 Prozent gegenüber dem Jahr 2003. Durch die Finanzkrise im Jahr 2009 wurde der Kunstmarkt jedoch stark in Mitleidenschaft gezogen und musste einen erheblichen Umsatzrückgang hinnehmen, der mit minus 5 Prozent gegenüber 2008 zu den höchsten Verlusten in der Kultur- und Kreativwirtschaft zählt.

Insgesamt ist der Kunstmarkt ein diffiziler Teilmarkt, dessen wirtschaftliche Potenziale mittels empirischer Analyse nicht einfach zu erschließen sind. Trotz

Tabelle 8: Verbands- und sonstige Quellen zum Kunstmarkt

Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de
Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e.V.: www.bbk-bundesverband.de
GEDOK e. V.: www.gedok.de
Arbeitskreis Deutscher Kunsthandelsverbände: http://arbeitskreis-kunsthandel.de
Bundesverband Deutscher Galerien und Editionen e.V.: www.bvdg.de
Bundesverband des Deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels e.V.: www.bdka.de
Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer e.V.: www.kunstversteigerer.de
Deutscher Kunsthandelsverband e.V.: www.deutscherkunsthandel.org
Weitere Einzelverbände unter „Sektion Kunstrat“ im Deutschen Kulturrat: www.kulturrat.de/

dieser Schwierigkeiten bleibt der Kunstmarkt auch weiterhin ein klassischer kulturwirtschaftlicher Teilmarkt, der in jede kultur- und kreativwirtschaftliche Analyse einbezogen werden muss.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die Verbands- und sonstige Quellen in Tabelle 8 verwiesen (Auswahl).

3.4 Filmwirtschaft

Zur Filmwirtschaft zählen die selbständigen Künstler-/Kulturberufe der Bühnenkünstler, die stellvertretend für die Vielzahl der Filmberufe stehen.

Den produzierenden und verbreitenden Unternehmen werden die Film-/TV- und Videofilmherstellung, die Filmverleih- und Videoprogrammanbieter und die Kinos zugezählt. Als Besonderheit ist darauf hinzuweisen, dass die Filmproduktion ebenso die Produktion von Fernsehfilmen einschließt und diese nicht zusätzlich in der Rundfunkwirtschaft erfasst wird. Außerdem umfasst die Filmherstellung alle Formen von den Kino-, Fernseh-, Industrie-, Wirtschafts- und den Werbefilmen bis zu sonstiger Filmherstellung. Die Filmwirtschaft steht in enger Beziehung zur Rundfunkwirtschaft und anderen audiovisuellen Branchen.

Die Eckdaten

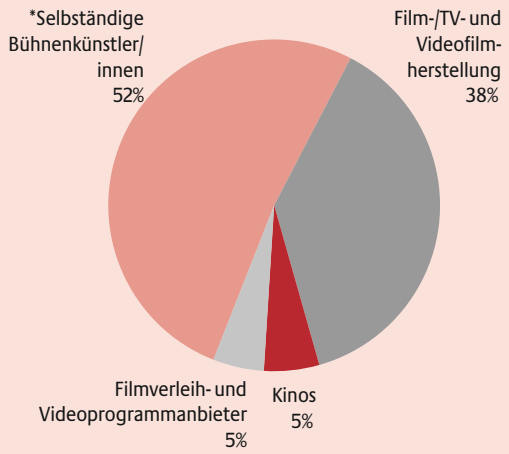
Die Filmwirtschaft beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 57.900 oder 5,0 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von knapp 38.600 Personen einen erheblichen Anteil in der Filmwirtschaft ausmachen. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist die Film-/TV-/Videoherstellung, die mehr als der Hälfte aller Erwerbstätigen einen Arbeitspatz bieten kann.

Tabelle 9: Kernwirtschaftszweige der Filmwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/innen
92.11.0	Film-/TV- und Videofilmherstellung
92.12.0	Filmverleih-/Videoprogrammanbieter
92.13.0	Kinos

Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 24: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Filmwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Im Jahr 2009 erwirtschaftete die Filmwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 7,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 4,8 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Film-/TV-Videoherstellung, die mit 3,4 Milliarden Euro knapp die Hälfte des gesamten Umsatzes erzielt. Die Filmverleiher und Kinos belegen mit 19 Prozent und 21 Prozent Marktanteilen die weiteren Rangplätze.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen liegt im Jahr 2009 zusammen bei mehr als 19.300 oder 6,6 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 10.000 (Anteil 52 Prozent) darunter zählen zu den selbständigen Bühnenkünstlern, die mit Abstand die größte Gruppe in der Filmwirtschaft bilden. Bei den übrigen 9.300 Unternehmen handelt es sich um Filmfirmen, die zum überwiegenden Teil in der Film-/TV-Videoherstellung (Anteil 38 Prozent an der Filmwirtschaft insgesamt) aktiv sind.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die mehr als 8.700 oder 95 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 27 Prozent.

- Die rund 420 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 4 Prozent erreichen einen Marktanteil von 36 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit 21 an der Zahl einen Marktanteil von 38 Prozent erzielen.

- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 115 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 198.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

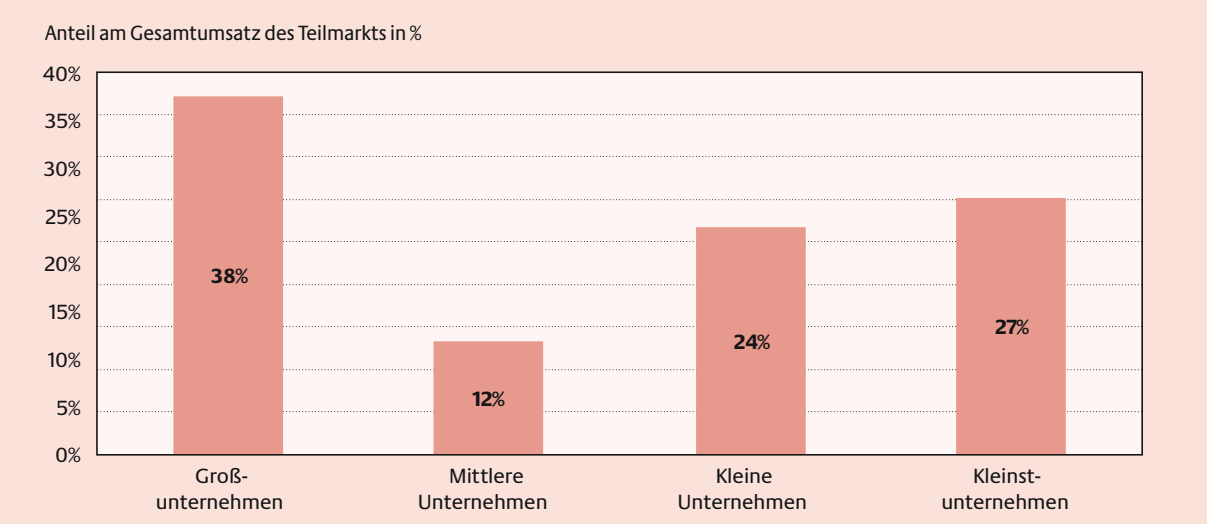
Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich ansteigt und zum Jahr 2009 um 23 Prozent gewachsen ist. Die Entwicklung wird insbesondere von den selbständigen Bühnenkünstlern geprägt, deren Zahl in diesem Zeitraum um 32 Prozent im Markt gewachsen ist. Die Zahl der Firmen zur Film-/TV-Videoherstellung stieg zwischen 2003 und 2008 um 27 Prozent, während die Filmverleiher und Videoprogrammanbieter im gleichen Zeitraum um ein Viertel geschrumpft sind. Ebenso schrumpfte die Zahl der Kinos zwischen 2003 und 2009 um 7 Prozent.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens der Filmwirtschaft zeigt nach einem Rückgang bis zum Jahr 2004 zunächst einen stagnierenden Verlauf bis zum Jahr 2006. In den Folgejahren bricht die Filmwirtschaft erneut stark ein und kann kaum noch Umsatzzuwächse erzielen, so dass sie im Vergleichszeitraum zwischen den Jahren 2003 und 2009 fast 10 Prozent seines gesamten Umsatzvolumens verloren hat.

Diese Entwicklung wird vor allem durch den größten Wirtschaftszweig Film-/TV-Videoherstellung geprägt, die erhebliche Umsatzeinbrüche hinnehmen mussten. Da zusätzlich die beiden anderen Wirtschaftszweige Filmverleiher und Kinos ebenfalls verlustreiche Jahre zu verzeichnen hatten, gerät die gesamte Filmwirtschaft in den letzten Jahren zunehmend in immer schwierigere wirtschaftliche Phasen.

Der Erwerbstätigenmarkt scheint entsprechend des Entwicklungsverlaufs zwischen 2003 und 2009 in einer besseren Lage zu sein, als die oben beschriebene wirtschaftliche Entwicklung es vermuten ließe.

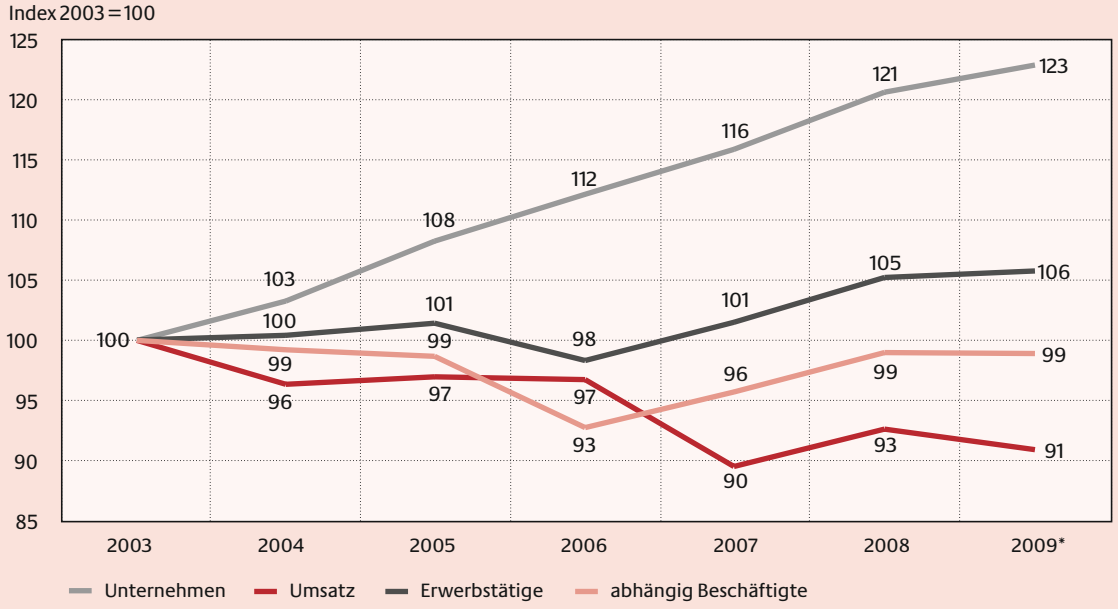
Abbildung 25: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Filmwirtschaft 2008



Hinweis: Auswahl Filmwirtschaft ohne Bühnenkünstler/innen

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Abbildung 26: Entwicklung der Filmwirtschaft 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Allerdings wirkt sich die wachsende Zahl der selbständigen Bühnenkünstler hier positiver aus, als die Lage wirklich ist. Denn wenn man die Entwicklungslinie der abhängig Beschäftigten betrachtet, dann ist hier keinesfalls eine positive, sondern allenfalls stagnierende Entwicklung zu erkennen. So sank zwischen

Tabelle 10: Verbands- und sonstige Quellen zur Filmwirtschaft

Künstlersozialkasse : www.kuenstlersozialkasse.de
SPIO-Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.: www.spio.de
AG Verleih – Arbeitsgemeinschaft der unabhängigen Filmverleiher e. V.: http://www.ag-verleih.de
Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen e.V.: http://www.produzentenallianz.de
Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (BVV): http://www.bvv-medien.de
FDW Werbung im Kino e.V. (FDW): http://www.fdw.de
HDF KINO e.V. (HDF): http://www.hdf-kino.de
Verband der Filmverleiher e.V. (VdF): http://www.vdfkino.de
Verband Deutscher Filmexporteure e.V. (VDFE): http://www.vdfe.de
Verband Deutscher Filmproduzenten e.V.: http://www.filmproduzentenverband.de
Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen e.V. (VTFF): http://www.vtff.de
AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.: http://www.agkino.de
Bundesverband Deutscher Film- und AV- Produzenten e.V. (BAV): www.bundesverband-av.de
German-Films: http://www.german-cinema.de
Interessenverband Deutscher Schauspieler e.V. (IDS): http://www.ids-ev.eu
Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen e.V: http://www.schauspieler-agenturen.de

2003 und 2009 die Zahl der Beschäftigten um 7 Prozent und stieg danach in den Folgejahren wieder leicht an. Am Ende erreicht der Beschäftigtenmarkt zum Jahr 2009 fast wieder das Niveau des Jahre 2003. Dies ist vor dem Hintergrund der desolaten wirtschaftlichen Lage durchaus schon ein Erfolg.

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

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die Verbands- und sonstige Quellen in Tabelle 10 verwiesen (Auswahl).

3.5 Rundfunkwirtschaft

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

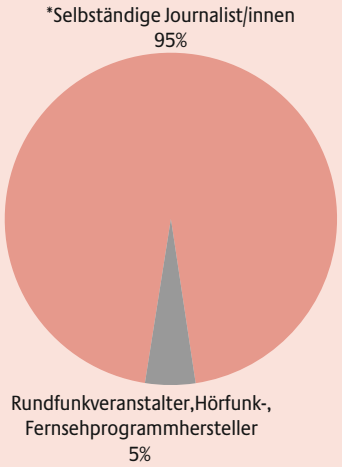
Der privatwirtschaftliche Rundfunk, hier als Rundfunkwirtschaft bezeichnet, finanziert sich überwiegend durch Werbung über den Markt. Weitere Erträge werden durch Abonnementgebühren und dem wachsenden Teleshopping erzielt. Neben den Rundfunkanbietern und Programmproduzenten wird die Gruppe der selbständigen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

Tabelle 11: Kernwirtschaftszweige der Rundfunkwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
92.40.2	*Selbständige Journalist/innen
92.20.0	Rundfunkveranstalter und Hersteller von Hörfunk-, und Fernsehprogrammen

Hinweise: WZ Nr. 92.40.2 gegenüber Forschungsgutachten 2009 neu aufgenommen. *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 27: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Rundfunkwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

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

Die Eckdaten

Die Rundfunkwirtschaft beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 46.400 oder 4,0 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In der Aufteilung nach den beiden Wirtschaftszweigen entfallen auf die selbständigen Journalisten rund 20.300 Erwerbstätige einschließlich 1.500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, während dem Wirtschaftszweig Rundfunkveranstalter und Pro-

grammhersteller rund 26.000 Erwerbstätige einschließlich 25.200 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zugeordnet werden können.

Die Gesamtzahl der in der Rundfunkwirtschaft tätigen 26.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthält keine geringfügig Beschäftigten oder sonstige freie Mitarbeiter, sondern bezieht sich ausschließlich auf Beschäftigte mit mindestens einer Teilzeitstelle ab der Hälfte der regulären wöchentlichen Arbeitszeit. Außerdem umfasst die Gesamtzahl nicht die Beschäftigten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die zusätzlich rund 40.000 Personen (einschließlich öffentlicher Unternehmen) beschäftigen.

Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen liegt in der Rundfunkwirtschaft im Jahr 2009 schätzungsweise bei knapp 19.700 oder 6,7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darunter zählen 95 Prozent oder rund 18.800 zu den selbständigen Journalisten. Lediglich 5 Prozent oder rund 930 Unternehmen sind den Rundfunkveranstaltern und Programmherstellern zuzuordnen.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete die privatwirtschaftliche Rundfunkwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 9,3 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 6,3 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die Umsatzangaben enthalten nur die Umsätze der selbständigen Journalisten (1,3 Milliarden Euro) und steuerpflichtigen Unternehmen (knapp 8 Milliarden Euro). Zum Vergleich: Die Umsätze des öffentlich-rechtlichen Rundfunks liegen bei mehr als 8,1 Milliarden Euro (ARD, ZDF).

Die Unternehmenstypen

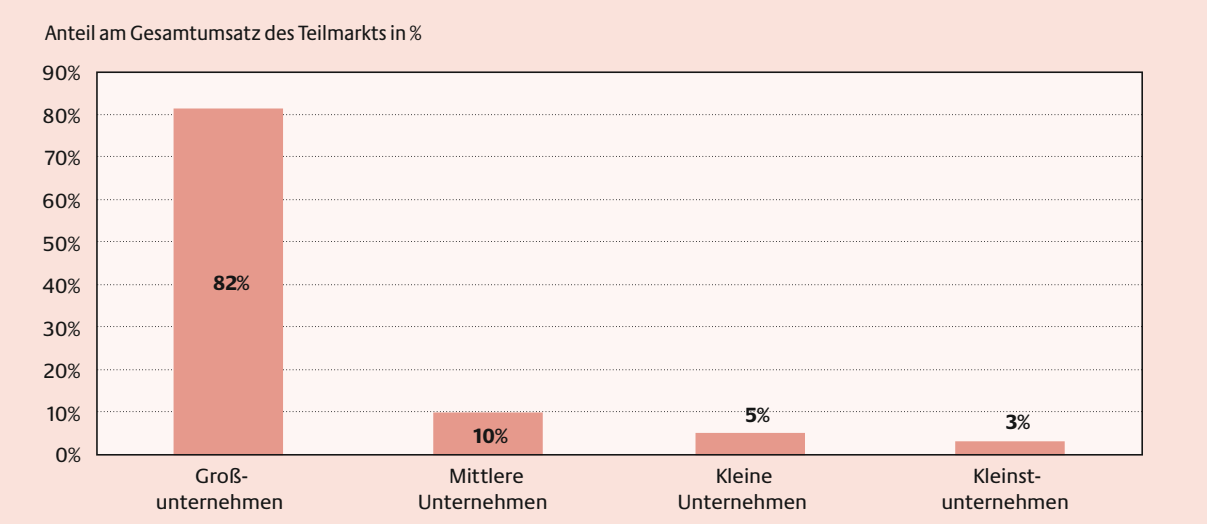
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 770 oder 82 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 3 Prozent.

- Die rund 145 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 15 Prozent erreichen einen Marktanteil von 15 Prozent, während die Großunternehmen mit 22 an der Zahl einen Marktanteil von 82 Prozent erzielen.

- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 325 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 373.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

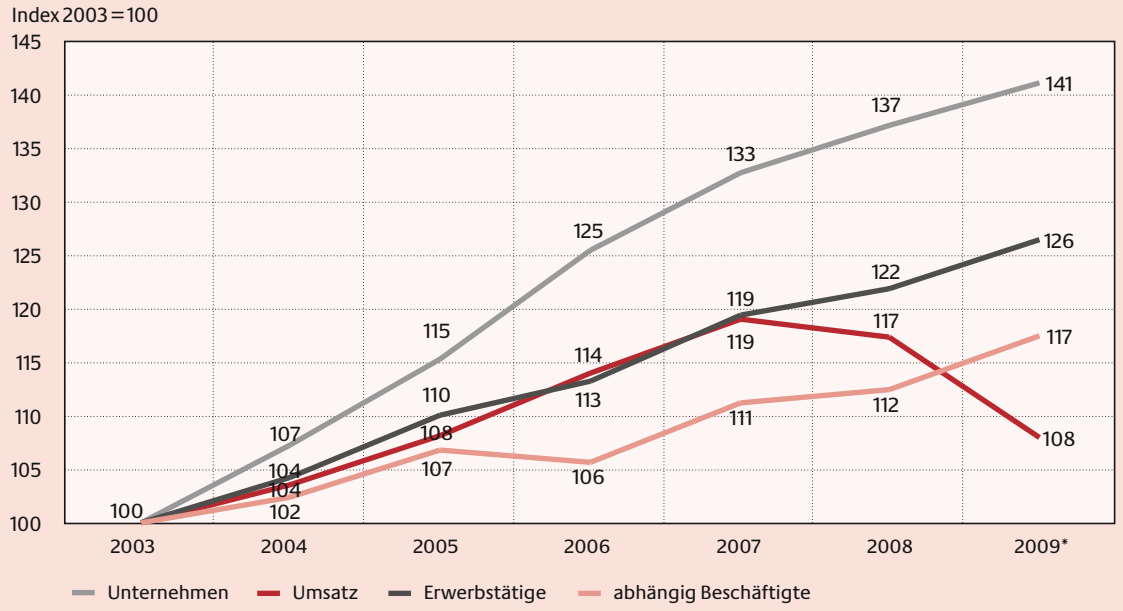
Abbildung 28: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Rundfunkwirtschaft 2008



Hinweis: Auswahl Rundwirtschaft ohne selbständige Journalisten

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Abbildung 29: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Entwicklung

Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 bis 2009 überdurchschnittlich um 41 Prozent gewachsen ist. Die Entwicklung wird insbesondere von den selbständigen Journalisten und kleinen Rundfunkanbieter geprägt, die in der Regel als Programmhersteller auf dem Markt aktiv sind. Allein die Zahl der selbständigen stieg den Jahren von 2003 bis 2009 um 43 Prozent.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens der Rundfunkwirtschaft spiegelt nach einem deutlichen Anstieg bis zum Jahr 2007 in den Folgejahren einen drastischen Rückgang bis 2009 wider. Während der wirtschaftliche Höhepunkt im Jahr 2007 mit einem Plus von 19 Prozent gegenüber dem Vergleichsjahr 2003 zugenommen hatte, schrumpfte das Umsatzvolumen danach und lag im Jahr 2009 bei Umsatzplus von lediglich 8 Prozent gegenüber dem Jahr 2003.

Der Entwicklungsverlauf im Erwerbstätigenmarkt der Rundfunkwirtschaft ist nach einem schwachen Start zum Jahr 2004 nach stetig angestiegen und hat

Tabelle 12: Verbands- und sonstige Quellen zur Rundfunkwirtschaft

Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT): www.vprt.de
Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009. Studie im Auftrag von acht Landesmedienanstalten, Berichtserstellung: Goldmedia GmbH, Berlin 2010
Deutscher Journalisten-Verband e. V.: www.djv.de
DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG: www.DFJV.de
Freischreiber – Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten: www.freischreiber.de
Deutscher Journalisten-Verband e. V.: www.djv.de
DFJV Deutscher Fachjournalisten-Verband AG: www.DFJV.de

im Jahr 2009 einen Zuwachs von 25 Prozent erreicht. Hier ergänzen sich die wechselhaften Entwicklungen der beiden Wirtschaftszweige Journalisten und Veranstalter zu einem gemeinsamen Trend, der weitgehend eine positive Entwicklung für die Rundfunkwirtschaft insgesamt ergibt. Dieser positive Trend spiegelt sich auch in der Entwicklung der abhängig Beschäftigten wider, die im Vergleichszeitraum 2003 bis 2009 ein Wachstumsplus von 19 Prozent erreichen konnte.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die Verbands- und sonstige Quellen in Tabelle 12 verwiesen (Auswahl).

3.6 Markt für darstellende Künste

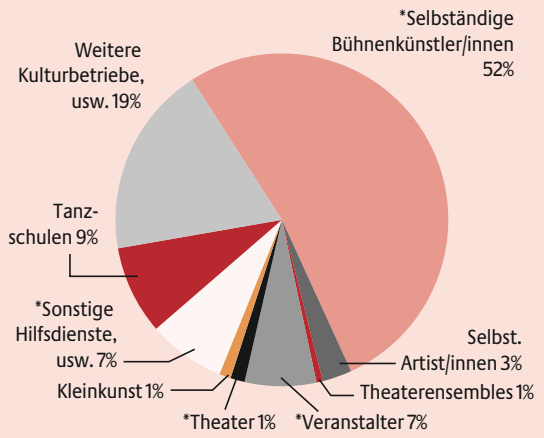
Der Begriff „Markt für darstellende Künste" bezieht sich auf alle erwerbswirtschaftlichen Aktivitäten, die sich mit der Produktion und Darbietung von Theater, Variete, Kabarett, sonstiger Kleinkunst, Musical, Tanz, Zirkus, Puppentheater, Festivals, usw. befassen. Neben den direkten Produzenten von darstellender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

Tabelle 13: Kernwirtschaftszweige des Markts für darstellende Künste

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/innen
92.31.8	Selbständige Artist/innen
92.31.1	Theaterensembles
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.
92.32.3	Varietes u. Kleinkunstbühnen
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens (bühnentechn. Betriebe usw.)
92.34.1	Tanzschulen
92.34.2	Weitere Kultur-/Unterhaltungseinrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater usw.)

Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 30: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Markts für darstellende Künste nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweise: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet; nur kommerzielle Betriebe von Theater, Opern usw., ohne öffentlich finanzierte Theater

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

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

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

Die Eckdaten

Der Markt für darstellende Künste beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben knapp 41.300 oder 3,5 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 22.000 Personen etwas mehr als die Hälfte des Markts für darstellende Künste ausmachen. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist die Gruppe der selbständigen Bühnenkünstler und Bühnenkünstlerinnen, die mit 28 Prozent den größten Anteil an den Erwerbstätigen belegen, gefolgt von den sogenannten weiteren Kulturbetrieben (Zirkus, Puppentheater, usw.) und den Theater-/Konzertveranstaltern mit Anteilen von 19 Prozent und 16 Prozent.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete der Markt für darstellende Künste ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 4,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 3,0 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Theater-/Konzertveranstalter, die mit 1,4 Milliarden Euro knapp ein Drittel des gesamten Umsatzes erzielt haben. Wiederum sind es die weiteren Kulturbetriebe, die mit 1,0 Milliarden Euro Umsatz den zweiten Rangplatz einnehmen. Die übrigen Wirtschaftszweige liegen jeweils deutlich unterhalb der Milliardengrenze.

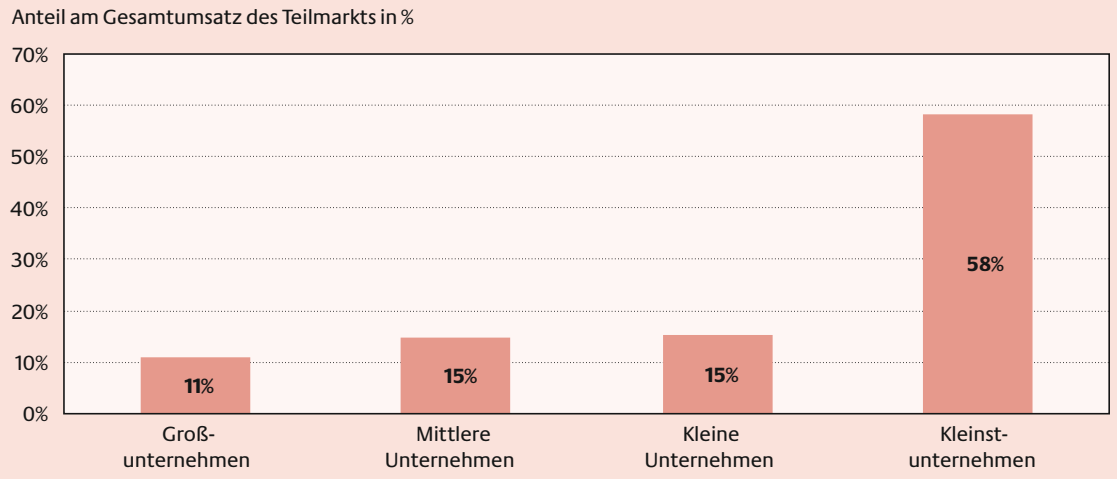
Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen liegt zusammen bei mehr als 19.200 oder 6,6 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 10.000 (Anteil 52 Prozent) darunter zählen zu den selbständigen Bühnenkünstlern, die mit Abstand die größte Gruppe im Markt für darstellende Künste bilden.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (Gruppe der darstellende Künste und weitere Wirtschaftszweige (WZ-Nr. 92.3) wie folgt:

- Die knapp 42.900 oder 99 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 58 Prozent.
- Die rund 360 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 1 Prozent erreichen einen Marktanteil von 30 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit 7 an der Zahl einen Marktanteil von 11 Prozent erzielen.
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 120 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 103.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Abbildung 31: Unternehmenstypen nach Größenklassen des Markts für darstellende Künste 2008



Hinweise: Auswahl Wirtschaftsgruppe WZ-Nr. 92.3 Künstlerische und sonstige Gruppen, enthält auch andere Künstlergruppen und kulturspezifische Wirtschaftszweige, ist jedoch für die darstellende Künste prägend.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Entwicklung

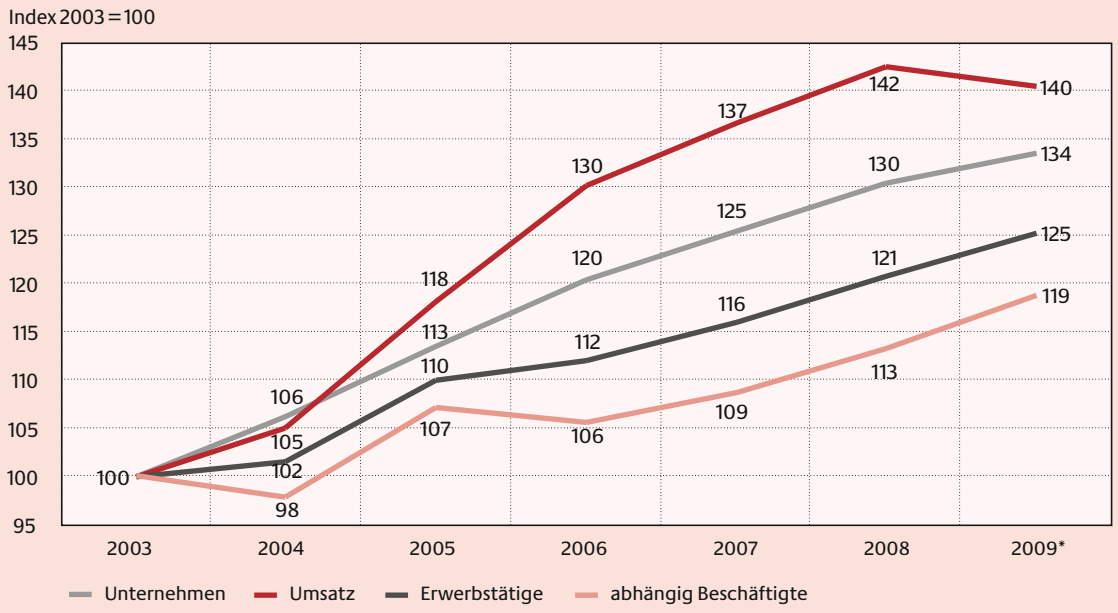
Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich ansteigt und zum Jahr 2009 um 34 Prozent gewachsen ist. Die Entwicklung wird insbesondere von den sonstigen Kulturbetrieben der Hilfsdienste (bühnentechnische Betriebe und Vorverkaufsstellen) geprägt, die jedes Jahr mit einem Zuwachs von mehr als 7 Prozent auf den Markt drängen. Eine ähnlich starke Entwicklung konnten die weiteren Kulturbetriebe mit einem jährlichen Zuwachs von ebenfalls 7 Prozent verzeichnen. Insgesamt wächst die Gesamtzahl der Unternehmen und selbständigen Bühnenkünstler pro Jahr um durchschnittlich 5 Prozent im Vergleichszeitraum 2003 bis 2009.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Markts für darstellende Künste zeigt einen stark ansteigenden Verlauf bis zum Jahr 2008. Im Vergleich zum Jahr 2003 ist der Umsatz bis zum Jahr 2008 insgesamt um 42 Prozent angestiegen. Damit zählt der Teilmarkt zu den wachstumsstärksten Teilmärkten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Diese Aussage gilt selbst dann noch, wenn wir das Krisenjahr 2009 betrachten. Zwar musste auch der Markt für darstellende Künste einen Umsatzverlust hinnehmen. Dennoch bleibt der Entwicklungsstand mit einem Plus von 40 Prozent im Jahr 2009 gegenüber dem Vergleichsjahr 2003 weiterhin auf einem beeindruckenden Hochstand.

Die wichtigsten Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung sind die umsatzstarken Wirtschaftszweige Theater-/Konzertveranstalter, sowie die weiteren Kulturbetriebe (Zirkus etc.), die im Vergleichszeitraum Zuwächse von 42 Prozent und 44 Prozent erwirtschafteten. Der umsatzbezogene kleinere Wirtschaftszweig, die sonstigen Kulturbetriebe der Hilfsdienste (bühnentechnische Betriebe etc.), konnte seinen Umsatz zwischen den Jahren 2003 und 2009 sogar mehr als verdoppeln und erzielte eine Umsatzplus von 113 Prozent.

Die Umsatzentwicklung hat sich teilweise auch in der Zunahme bei der Beschäftigung niedergeschlagen, so dass der Teilmarkt zwischen 2003 und 2009 eine Wachstumsrate von 25 Prozent bei den Erwerbstätigen verzeichnen konnte. Dieser Trend wird durch

Abbildung 32: Entwicklung des Markts für darstellende Künste 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Tabelle 14: Verbands- und sonstige Quellen zum Markt für darstellende Künste

Künstlersozialkasse: www.kuenstlersozialkasse.de
Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger (GDBA): http://buehnengenossenschaft.de
Deutscher Tanzrat/Deutscher Ballettrat: www.yelp.de/biz/deutscher-tanzrat-deutscher-ballettrat
Allgemeiner Deutscher Tanzlehrerverband (ADTV): www.tanzen.de
Berufsverband Deutscher Tanzlehrer e.V. (BDT): www.bdt-ev.de
Verband Deutscher Schauspieler Agenturen: www.schauspieler-agenturen.de
Interessenverband Deutscher Schauspieler e. V. (IDS): www.ids-ev.eu
Verband Deutscher Puppentheater e. V. (VDP): www.vdp-ev.de
Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Die Darstellenden Künste in NRW, Hrsg., Düsseldorf 2002

die Entwicklungslinie der abhängig Beschäftigten bestätigt, deren Kurvenverlauf nach einer Schwächeperiode in 2004 seit dem Jahr 2006 ebenfalls konstant steigende Tendenz aufweist und im Jahr 2009 ein Beschäftigungsplus von 19 Prozent gegenüber dem Jahr 2003 erreicht hat.

Insgesamt ist der Markt für darstellende Künste zwar ein klassischer Kulturmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft, jedoch steht er, ähnlich wie die Rundfunkwirtschaft, in einem intensiven Austauschverhältnis zum nicht-kommerziellen öffentlichen und intermediären Theatersektor.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die Verbands- und sonstige Quellen in Tabelle 14 verwiesen (Auswahl).

3.7 Designwirtschaft

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

Die Besonderheit der Designwirtschaft liegt in der Vielfalt und impliziten Verwendung von designerischen Ideen, Modellen und Konzepten in anderen Wirtschaftsbranchen. Es ist somit nicht einfach, eine überzeugende Auswahl von Wirtschaftszweigen zu definieren, um die Designwirtschaft im Kern als ein eigenständiges Wirtschaftsfeld auszumachen. Aus Sicht der Produktion von Design bietet die Klassifikation der Wirtschaftszweige zwei eigenständige Designzweige an.

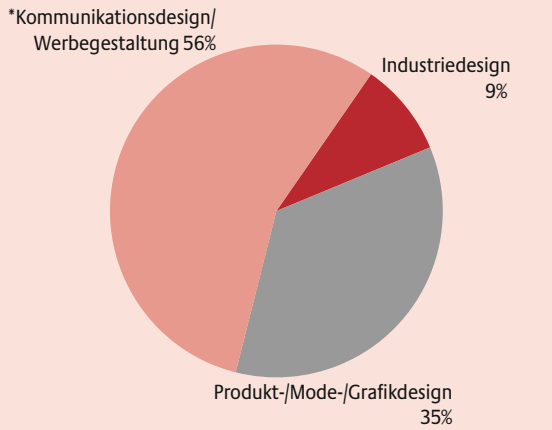
Zum einen werden die „Büros für Industriedesign“ (Nr. 74.20.6) eigens erfasst. Diese befassen sich mit dem Entwurf von Maschinen und Industrieanlagen und sind vielfach für die Automobilindustrie, für den Maschinenbau und andere Industriebranchen als Dienstleister tätig. Zum anderen werden die „Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u. ä. Design“ (Nr. 74.87.4) erfasst. Die Wirtschaftszweigklassifikation ordnet diesem Zweig unterschiedlichste Designaktivitäten zu: Kommunikationsdesign und Industrial-Design, Grafik-

Tabelle 15: Kernwirtschaftszweige der Designwirtschaft

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
74.20.6	Industriedesign
74.87.4	Produkt-/Mode-/Grafikdesign
74.40.1	*Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung

Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 33: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Designwirtschaft nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Design und Foto-Design, Modedesign für Textilien, Kleidung, Schuhe, Schmuck und Möbel und sonstiges Design.

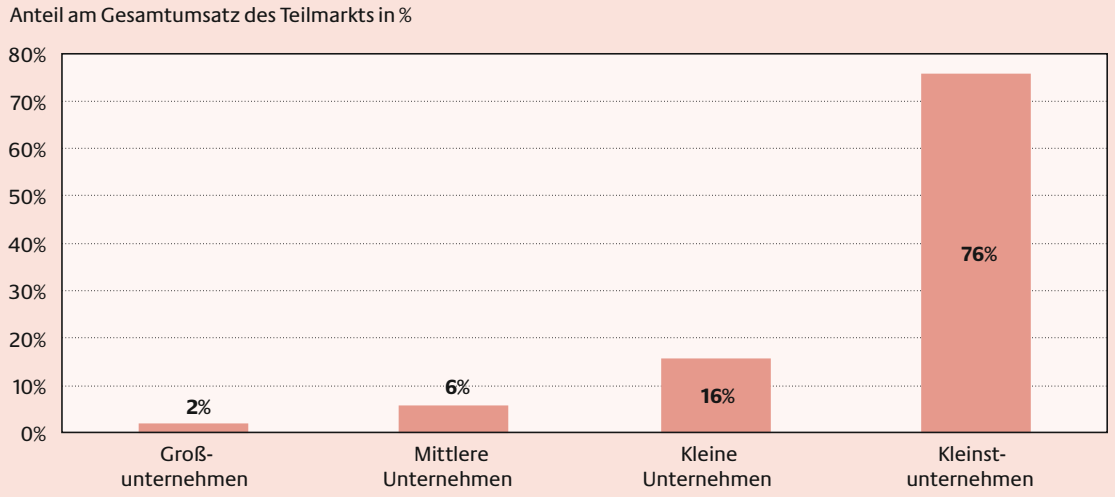
Darüber hinaus wird der Wirtschaftszweig „Werbegestaltung“ (Nr. 74.40.1), aus der Gruppe Werbung, der Designwirtschaft zugeordnet, da es sich hier überwiegend um designrelevante Aktivitäten handelt, die meist dem Kommunikationsdesign zuzuordnen sind.

Die Eckdaten

Die Designwirtschaft beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 129.800 oder 11,1 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 87.700 Personen einen erheblichen Anteil in der Designwirtschaft ausmachen. Der Wirtschaftszweig Kommunikationsdesign/Werbegestaltung ist der mit Abstand wichtigste, da er mehr als drei Vierteln aller Erwerbstätigen einen Arbeitspatz bieten kann.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete die Designwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 15,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 10,2 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Kommunikationsdesign/Werbegestaltung, die mit 12,7 Milliarden Euro einen Anteil von 83 Prozent des gesamten Designumsatzes belegt. Die beiden anderen Designzweige erzielen zusammen den restlichen Umsatz mit einem Anteil von zusammen 17 Prozent.

Abbildung 34: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Designwirtschaft 2008



Hinweis: Auswahl Designwirtschaft, ohne Kommunikationsdesign/Werbegestaltung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Designwirtschaft liegt bei 42.100 oder 14,4 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Knapp 23.400 (Anteil 55 Prozent) der Unternehmen arbeiten im Wirtschaftszweig Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung. Im Wirtschaftszweig Produkt-/Mode-/Grafikdesign sind mehr als 14.800 Unternehmen (Anteil 35 Prozent) tätig, während die Zahl der Unternehmen im Industriedesign bei knapp 3.900 (Anteil 10 Prozent) liegt.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen (Industriedesign und Produkt-/Mode-/Grafikdesign, ohne Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung) wie folgt:

- Die knapp 18.200 oder 99 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 76 Prozent.

- Die 111 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von 1 Prozent erreichen einen Marktanteil von 22 Prozent. Ein Großunternehmen im Industriedesign belegt einen Umsatzanteil von 2 Prozent.

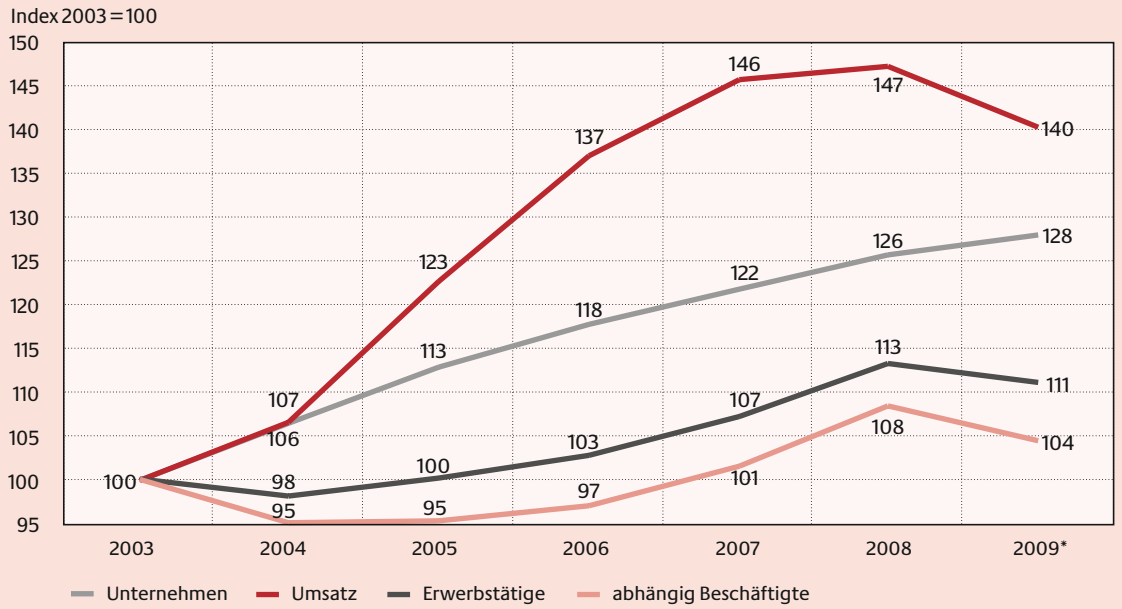
- Der Durchschnittsumsatz des Großunternehmens liegt bei 55 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 104.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Struktur der Umsatzgrößenklassen des Wirtschaftszweigs Kommunikationsdesign/Werbegestaltung ist dem Teilmarkt Werbung zugeordnet worden.

Die Entwicklung

Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich ansteigt und zum Jahr 2009 um 28 Prozent gewachsen ist. Die stärksten Wachstumsimpulse bei der Unternehmensentwicklung gehen hierbei von den Industriedesignern aus, die im Vergleichszeitraum um 50 Prozent gewachsen sind, während der Wirtschaftszweig Produkt-/Mode-/Grafikdesign mit 31 Prozent und der Wirtschaftszweig Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung mit 23 Prozent zulegen konnten.

Abbildung 35: Entwicklung der Designwirtschaft 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens der Designwirtschaft zeigt einen starken Anstieg mit einem Umsatzplus von 47 Prozent zwischen den Jahren 2003 und 2008. Im Folgejahr 2009 musste die Designwirtschaft einen starken Umsatzeinbruch hinnehmen, so dass der Gesamtzuwachs zwischen 2003 und 2009 bei einem Plus von 40 Prozent liegt. Das Krisenjahr war für zwei der drei Wirtschaftszweige ein besonders verlustreiches Wirtschaftsjahr. Die Umsätze der Industriedesigner gingen erstmals nach Jahren der jährlich zweistelligen Umsatzraten zurück und schrumpften um 5 Prozent in 2009 gegenüber 2008. Einen noch stärkeren Umsatzverlust verzeichnete der Wirtschaftszweig Kommunikationsdesign/Werbegestaltung mit einem Minus von 6 Prozent im gleichen Zeitraum. Lediglich der Wirtschaftszweig Produkt-/Mode-/Grafikdesign konnte mit einem Plus von 4 Prozent zwischen 2008 und 2009 zulegen.

Die starke wirtschaftliche Wachstumsdynamik bis 2008 und der darauf folgende deutliche Umsatzrückgang bis 2009 spiegelt sich ebenso in der Entwicklungskurve der Erwerbstätigkeit wider. Während die Zahl der Erwerbstätigen im Vergleichszeitraum 2003 bis 2008 mit einem Wachstum von 13 Prozent zulegen konnte, musste sie im Jahr 2009 eine Schrumpfung von 2 Prozent hinnehmen, so dass der Zuwachs in der Vergleichsperiode 2003 bis 2009 einen Wert von 11 Prozent erreichte. Eine ähnliche Entwicklungslinie wird für die abhängig Beschäftigten sichtbar, die nach einer anfänglichen Schwächeperiode bis 2005 seit dem kontinuierlich bis 2008 zulegen konnte und erst im Krisenjahr 2009 wieder zurück fiel. Nach einem Höhepunkt im Jahr 2008 mit einem Plus von 8 Prozent gegenüber 2003 erreicht der Beschäftigungsmarkt im Jahr 2009 ein Plus von 4 Prozent im gesamten Vergleichszeitraum.

Insgesamt zählt die Designwirtschaft zu den wichtigsten wirtschaftlichen Teilmärkten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dies gilt sowohl hinsichtlich der quantitativen Größe als auch hinsichtlich der jeweiligen Entwicklungsdynamik. Sowohl in der Wachstumsphase als auch im Krisenjahr werden in der Designwirtschaft brennpunktartig einige zentrale Wirtschaftstreiber der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar: Während die Büros für Industriedesign in hohem Maße von der wirtschaftlichen Entwicklung des verarbeitenden Gewerbes abhängen, sind die Büros für Produkt-/Mode-/Grafikdesign in stärkstem Maße von den privaten Konsumausgaben abhängig. Die Büros Kommunikationsdesign/Werbegestaltung sind durch ihre enge Verbindung mit dem Werbemarkt in hohem Maße zusätzlich von der jeweiligen konjunkturellen Entwicklung abhängig.

Zusätzlich ist die Designwirtschaft einerseits in hohem Maße durch eine überdurchschnittlich große Zahl von Kleinstunternehmen geprägt, die durch die geringe durchschnittliche Umsatzgröße immer wieder in wirtschaftlich riskante Situationen geraten werden. Andererseits entwickelt sich ihr Potenzial auch, insbesondere im Kommunikationsdesign in einer starken Verflechtung mit der Werbewirtschaft, deren Großunternehmen ohne die Designleistungen nicht existieren könnten.

So gesehen erfüllt dieser Teilmarkt eine doppelte Dienstleistungsfunktion. Er agiert zum einen als **unternehmensnahe Dienstleisterin** für andere Wirtschaftsbranchen wie zum Beispiel für die Werbung, für die Modebranche, für die Verpackungsindustrie oder für die klassischen Produktionsindustrien der Automobilbranche oder des Maschinenbaus. In dieser Funktion ist der Teilmarkt ein Entwicklungs- und Investitionsgut für andere Wirtschaftsbranchen. Er agiert aber zum anderen auch als **personennahe**

Tabelle 16: Verbands- und sonstige Quellen zur Designwirtschaft

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

Dienstleisterin, indem seine Produkte und Dienstleistungen im Endkundenmarkt verwertet werden. In dieser Funktion produzieren die Designbüros und Agenturen ihre Produkte und Dienstleistungen in eigener Regie und verwerten diese zugleich in direkter Weise auf dem Endkundenmarkt.

Abschließender Hinweis: Für weiterführende Recherchen zur wirtschaftlichen und beschäftigungsrelevanten Lage des Teilmarktes sei auf die Verbands- und sonstige Quellen in Tabelle 16 verwiesen (Auswahl).

3.8 Architekturmarkt

Der Architekturmarkt zählt zu den wenigen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, der sich durch eine relativ klare und homogene Zuordnung der wirtschaftlichen Aktivitäten auszeichnet. Architekturrelevante Leistungen beziehen sich auf den Entwurf und auf die Bauplanung im jeweiligen Architekturwirtschaftszweig. Es wird unterschieden nach Hochbau und Innenarchitektur, nach Orts-, Regional- und Landesplanung sowie nach Garten- und Landschaftsgestaltung.

In kulturwirtschaftlicher Betrachtung spielt die Gruppe der Innenarchitekten eine besondere Rolle. Dieser Wirtschaftszweig kann jedoch nach der derzeitigen Wirtschaftszweigklassifikation (WZ 2003) noch nicht separat dargestellt werden. Es wird allerdings nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation (WZ 2008) erstmals möglich sein, die Innenarchitekten als einen eigenen Wirtschaftszweig zu untersuchen. Die Wirtschaftsstatistiken 2009, die ab 2011 verfügbar sein werden, bieten dann neue differenzierte Einsichten in den Architekturmarkt.

In der europäischen Debatte taucht hin und wieder die Frage auf, ob die Architekturbüros als Ganzes der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen seien. Es wurde vorgeschlagen nur die so genannten „kulturellen" Architekturaktivitäten aufzunehmen. Alle anderen Aktivitäten, insbesondere ingenieurbezogene Leistungen seien auszuklammern[16]. Der vorliegende Monitoringbericht schließt sich dieser Vorgehensweise nicht an, da die Architekturzweige in Deutschland bereits eindeutig von ingenieurwissenschaftlichen Zweigen getrennt werden können.

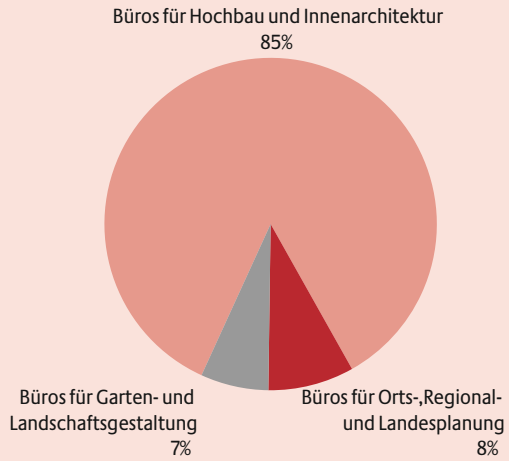
Tabelle 17: Kernwirtschaftszweige des Architekturmarkts

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
74.20.1	Büros f. Hochbau und Innenarchitektur
74.20.2	Büros für Orts-, Regional- und Landesplanung
74.20.3	Büros für Garten- und Landschaftsgestaltung

Die Eckdaten

Der Architekturmarkt beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 103.900 oder 8,9 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von mehr als 62.800 Personen enthalten. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Büros für Hochbau und Innenarchitektur, die 85 Prozent des gesamten Architekturmarkts ausmachen.

Abbildung 36: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Architekturmarkts nach Wirtschaftszweigen 2008



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

16 Auf Vorschlag des französischen Kulturministeriums zur Abgrenzung der Architekturbüros mit kulturellem Schwerpunkt sollten nur 13 Prozent der Architekten in den einschlägigen Wirtschaftszweigen aufgenommen werden. Vgl. methodische Vorschläge im Rahmen der Task force Cultural employment innerhalb des LEG-Projekts Cultural Statistics, 2001.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete der Architekturmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 8 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 5,4 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Auch hier sind die Hochbau- und Innenarchitekten wiederum für 84 Prozent des Umsatzes verantwortlich.

Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Architekturmarkt liegt bei rund 41.100 oder 14,1 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die mehr als 40.600 oder 99 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 76 Prozent.

- Die rund 390 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 1 Prozent erreichen einen Marktanteil von jeweils 16 Prozent und 7 Prozent. Ein Großunternehmen belegt ein Prozent des Umsatzmarkts.

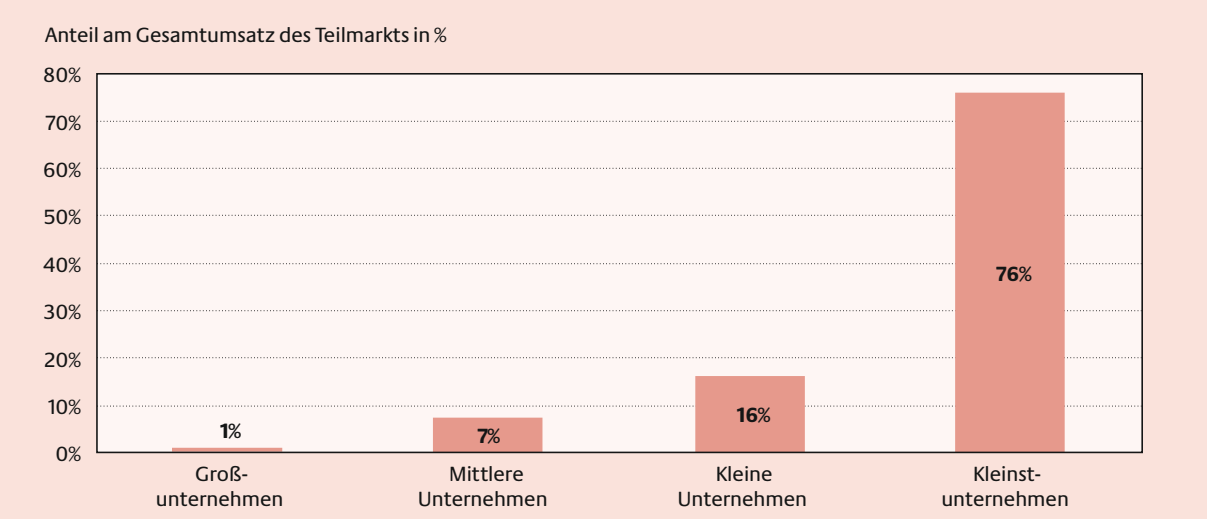
- Der Durchschnittsumsatz des Großunternehmens liegt bei 50 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 151.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

Abbildung 38 zeigt eine leicht ansteigende Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich bis zum Jahr 2009 um 12 Prozent ansteigt. Die Entwicklung wird vor allem durch die kleinen Architekturzweige geprägt. Die Büros für Orts-, Regional- u. Landesplanung sind im Vergleichszeitraum um 30 Prozent, die Büros für Garten- und Landschaftsgestaltung um 24 Prozent gestiegen. Auch der größte Architekturzweig konnte mit einem Wachstum von 9 Prozent zulegen.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Architekturmarkts zeigt nach einem Rückgang bis 2004 eine positive Tendenz. Bis zum Jahr 2006 ist der Umsatz gegenüber dem Jahr 2003 um 3 Prozent gestiegen. Durch die gute konjunkturelle Entwicklung in der Folgzeit bis 2008 konnte sich der wirtschaftliche Trend in positiver Richtung fortsetzen. Zum Jahr 2008 erreichte der Architekturmarkt ein Umsatzplus von 13 Prozent gegenüber 2003. Im folgenden Krisenjahr 2009 konnte das wirtschaftliche Wachstum zwar nicht mehr fortgesetzt werden und verharrt auf einem

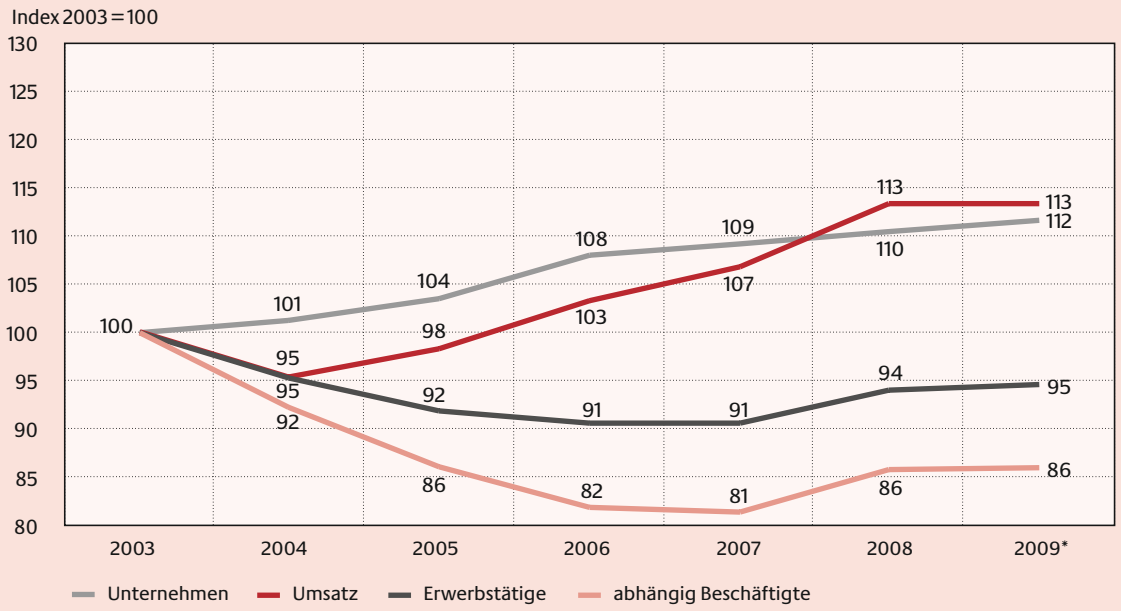
Abbildung 37: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Architekturmarkt 2008



Hinweis: Auswahl Designwirtschaft, ohne Kommunikationsdesign/Werbegestaltung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Abbildung 38: Entwicklung des Architekturmarkts 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

stagnierenden Niveau. Immerhin musste die Architektur keinen Umsatzrückgang hinnehmen, wie eine Reihe andere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Lage im Erwerbstätigenmarkt bleibt trotz leichter Erholungstendenzen gleichwohl problematisch. Wie der Entwicklungsverlauf der Erwerbstätigenkurve zeigt, ging die Zahl bis zum Jahr 2007 fast um 10 Prozent gegenüber dem Jahr 2003 zurück. Erst die folgenden Entwicklungen in den Jahren 2008 und 2009 zeigen wieder eine leicht ansteigende Tendenz. Die Entwicklung der Erwerbstätigen ist durch den starken Rückgang der Zahl der abhängig Beschäftigten geprägt. Im Vergleichszeitraum schrumpfte der Beschäftigtenmarkt bis zum Jahr 2007 um fast 20 Prozent gegenüber dem Jahr 2003. Nach einer leichten Erholungsphase liegt der Markt noch immer mit 14 Prozent unterhalb des Niveaus des Jahres 2003.

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

Tabelle 18: Verbands- und sonstige Quellen zum Architekturmarkt

Bund Deutscher Architekten BDA: www.bda-bund.de
Bundesingenieur- und Architektenverband e.V. – BIAV: www.biav.de
BDB Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure e.V.: www.baumeister-online.de
Bund Deutscher Innenarchitekten BDIA e. V.: www.bdia.de
Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V.: www.galabau.de
SRL – Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung e.V.: www.srl.de
Bundesarchitektenkammer: www.bak.de

3.9 Pressemarkt

Zum Pressemarkt zählen die selbständigen Journalisten und Journalistinnen sowie die Korrespondenz- und Nachrichtenbüros. Neben den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen werden die sonstigen Verlage mit Landkarten, Kunstdruckwerken usw. und die Adressbuchverlage der Wirtschaftsgruppe Presseverlage zugeordnet.

Die Eckdaten

Der Pressemarkt beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 126.500 oder 10,4 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer überdurchschnittlich hohen Zahl von 101.400 Personen enthalten. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Zeitungsverlage, die 39 Prozent des gesamten Erwerbstätigenmarktes ausmachen, gefolgt von den Zeitschriftenverlagen, die 29 Prozent Anteil erreichen. An dritter Stelle folgen bereits die Journalisten, die 16 Prozent der Erwerbstätigen stellen.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete der Pressemarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 27,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 18,3 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Hier sind wiederum die beiden Presseverlage Zeitung und Zeitschriften für 31 Prozent und 43 Prozent der Umsätze verantwortlich.

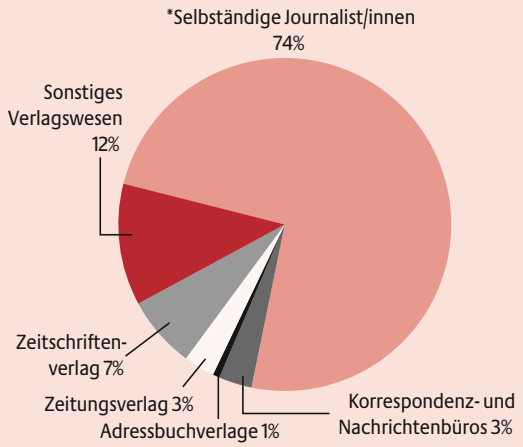
Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Pressemarkt liegt im Jahr 2009 bei knapp 25.100 oder 9,5 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier fällt das zahlenmäßige Gewicht der selbständigen Journalisten und Journalistinnen mit einem Anteil 75 Prozent am gesamten Pressemarkt auf.

Tabelle 19: Kernwirtschaftszweige des Pressemarkts

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
92.40.2	*Selbständige Journalisten/innen
92.40.1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
22.11.2	Verlegen von Adressbüchern
22.12.0	Zeitungsverlag
22.13.0	Zeitschriftenverlag
22.15.0	Sonstiges Verlagswesen

Hinweis: * Auswahl der Wirtschaftszweige.

Abbildung 39: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Pressemarkts nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Unternehmenstypen

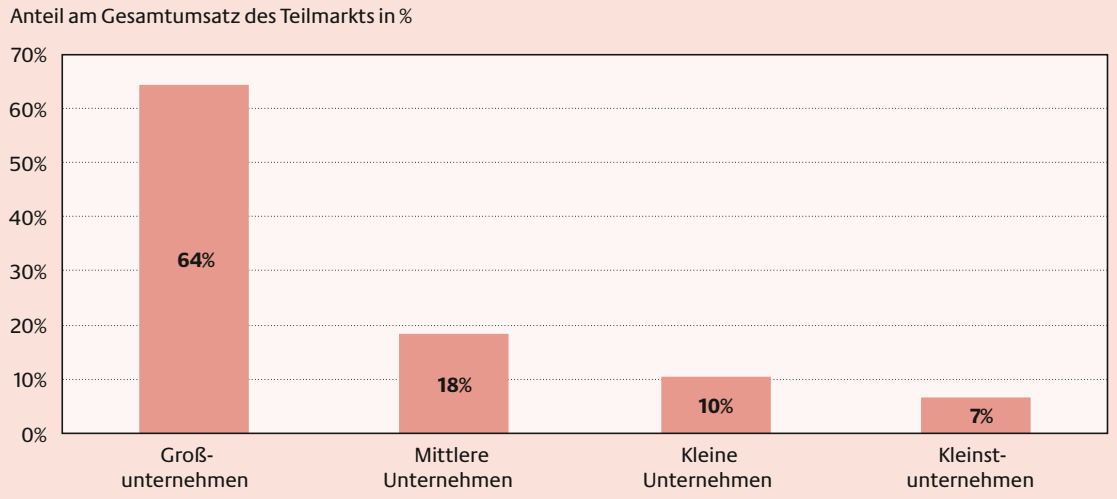
Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 8.300 oder 86 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 7 Prozent.

- Die rund 1240 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 12 Prozent erreichen einen Marktanteil von 10 Prozent und 18 Prozent. Die 121 Großunternehmen mit jeweils mehr als 50 Millionen Euro Jahresumsatz belegen ein Marktanteil von 64 Prozent.

- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 201 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 305.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Abbildung 40: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Pressemarkt 2008



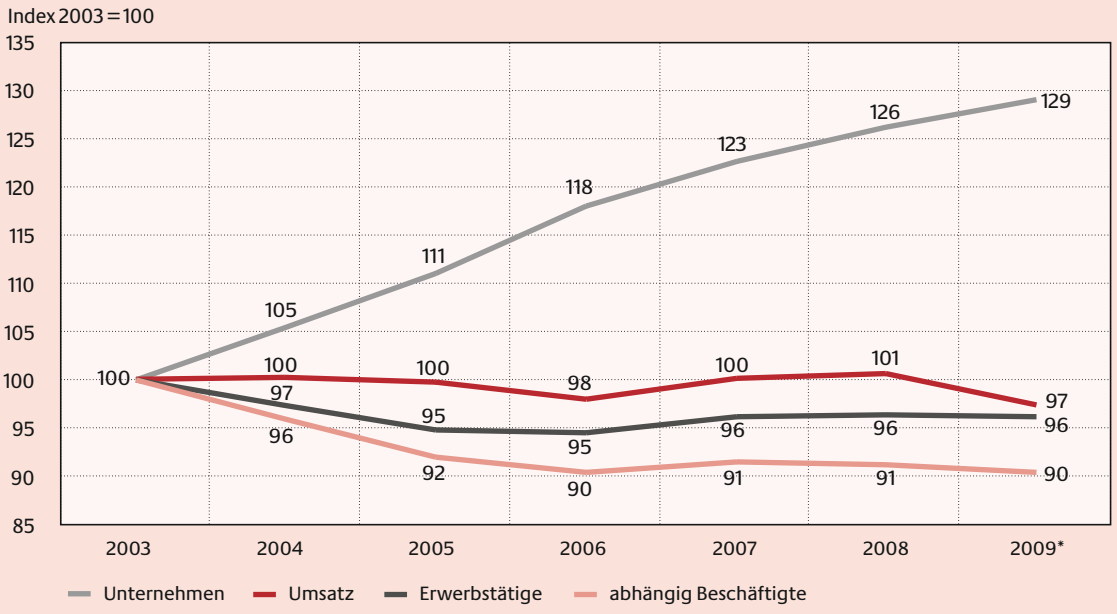
Hinweise: Auswahl der Wirtschaftszweige Pressemarkt ohne selbständigen Journalisten/innen aber einschließlich Buch-/Tonträgerverlager

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Entwicklung

Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich bis zum Jahr 2009 um 29 Prozent ansteigt. Die Entwicklung wird vor allem durch die selbständigen Journalisten geprägt, die mit Zuwächsen von 43 Prozent

Abbildung 41: Entwicklung des Pressemarkts 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig

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

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

zwischen dem Vergleichszeitraum 2003 bis 2008 in den Markt drängen. Die Presseverlage konnten nur geringe Neuzugänge verzeichnen oder sind im Vergleichszeitraum sogar geschrumpft, wie der Rückgang der Zeitschriftenverlage von minus 4 Prozent anzeigt.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Pressemarkts zeigt eine stagnierende Tendenz bis zum Jahr 2008. Danach folgt im Jahr 2009 ein Umsatzrückgang, der im Vergleich zum Jahr 2003 einen erneuten Rückgang von minus 3 Prozent bedeutet. Bis auf die Adressbuchverlage und das sonstige Verlagswesen hatten alle anderen Verlagszweige negative oder stagnierende Umsatzraten im Jahr 2009 zu verzeichnen.

Die Lage im Erwerbstätigenmarkt hat sich im gesamten Vergleichszeitraum 2003 bis 2009 nicht mehr entscheidend in positiver Richtung verändert. Nach einem Schrumpfungsprozess von 5 Prozent bis zum Jahr 2006 stagniert die Zahl der Erwerbstätigen seitdem. Diese Entwicklung ist in hohem Maße durch die Entwicklung im Beschäftigtenmarkt geprägt. Hier ging die Zahl der Beschäftigten im Vergleichszeitraum bis 2006 gegenüber 2003 um 10 Prozent zurück. Seitdem wurden keine oder kaum neuen Beschäftigte in den Pressemarkt aufgenommen. Insgesamt befindet sich der Pressemarkt in einer schwierigen wirtschaftlichen Phase, wie die Entwicklungslinien des Umsatzes und der Erwerbstätigen anzeigen.

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

Tabelle 20: Verbands- und sonstige Quellen zum Pressemarkt

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

3.10 Werbemarkt

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

Die Eckdaten

Der Werbemarkt beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 149.200 oder 12,8 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer überdurchschnittlich hohen Zahl von 108.100 Personen enthalten.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete der Werbemarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 25,6 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 17,2 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes.

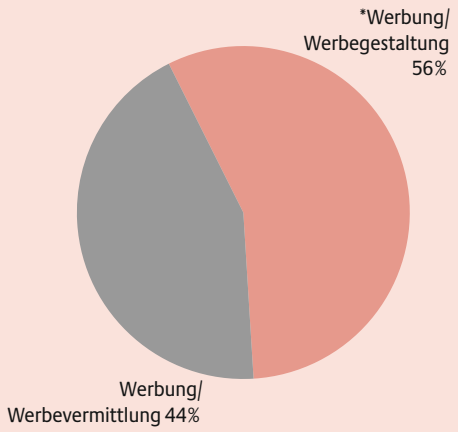
Die Zahl der Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Werbemarkt liegt im Jahr 2009 bei rund 41.100 oder 14,1 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Tabelle 21: Kernwirtschaftszweige des Werbemarkts

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
74.40.1	*Kommunikationsdesign/Werbegestaltung
74.40.2	Werbevermittlung

Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet.

Abbildung 42: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen des Werbemarkts nach Wirtschaftszweigen 2008



Hinweis: *Auch anderen Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die rund 39.200 oder 96 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 27 Prozent.

- Die rund 1.520 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 3 Prozent erreichen einen Marktanteil von 19 Prozent und 14 Prozent. Die 53 Großunternehmen mit jeweils mehr als 50 Millionen Euro Jahresumsatz belegen ein Marktanteil von 39 Prozent.

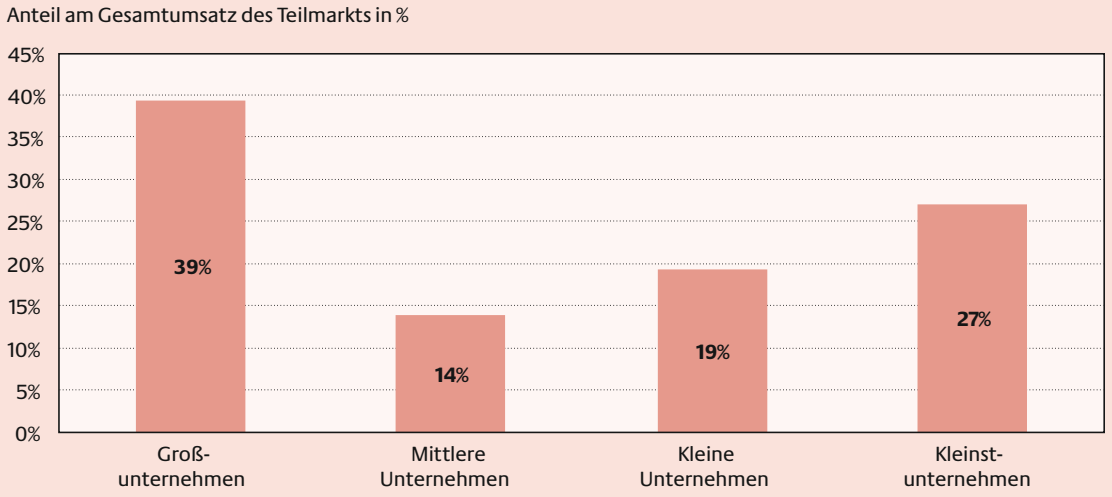
- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 203 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 188.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

Die Entwicklung

Die Abbildung 44 zeigt eine moderate Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich bis zum Jahr 2009 um 11 Prozent ansteigt.

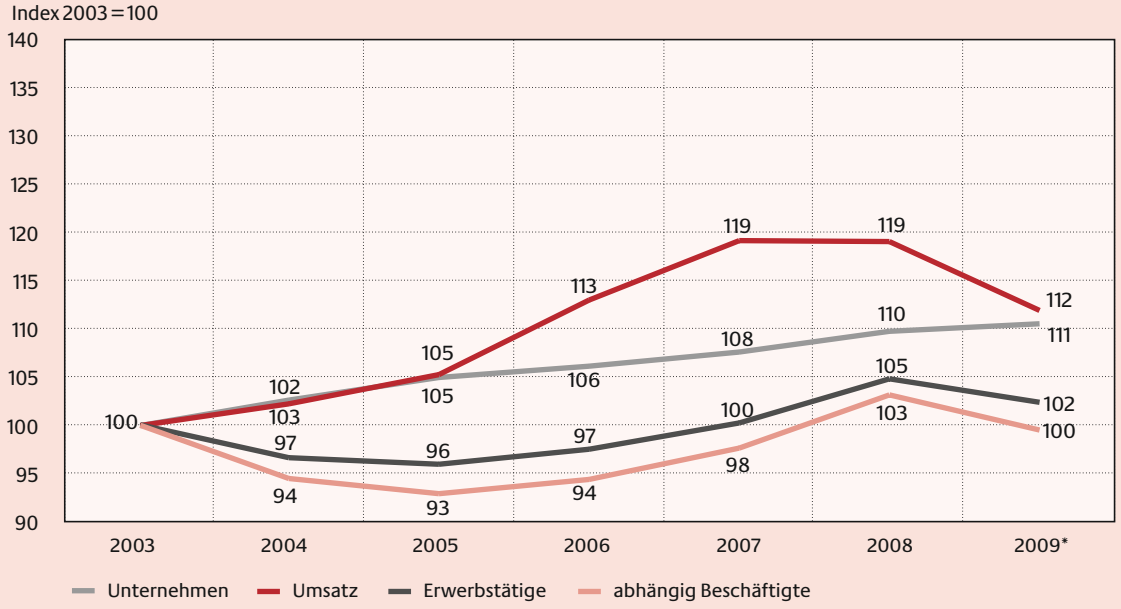
Das Umsatzvolumen im Werbemarkt steigt bis zum Jahr 2005 zunächst verhalten an, um dann eine deutliche Steigerung bis zum Jahr 2008 zu erfahren und dadurch im Vergleichszeitraum 2003 bis 2008 einen Wachstumszuwachs von 19 Prozent zu erreichen. Im folgenden Jahr 2009 stürzt der Umsatz des Werbemarktes dramatisch um mehr als 6 Prozent ab.

Abbildung 43: Unternehmenstypen nach Größenklassen im Werbemarkt 2008



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Abbildung 44: Entwicklung des Werbemarkts 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Auf die gesamte Vergleichsperiode 2003 bis 2009 gesehen schafft der Werbemarkt immerhin noch ein Umsatzplus von 12 Prozent.

Der Erwerbstätigenmarkt entwickelt sich nach einem Rückgang bis zum Jahr 2005 wieder positiv und schafft zwischen 2003 und 2008 ein Plus von 5 Prozent. Jedoch wirkt sich hier der konjunkturell bedingte Umsatzeinbruch im Jahr 2009 unmittelbar aus: Die Zahl der Erwerbstätigen ging in gleicher Geschwindigkeit zurück, wie die der Beschäftigten. Beide mussten jeweils 3 Prozent Minus hinnehmen.

Insgesamt hat der Werbemarkt aus wirtschaftlicher Perspektive eine gute bis sehr gute Marktentwicklung im Vergleichszeitraum 2003 bis 2008 geschafft, während sich die Beschäftigungslage nach einem deutlichen Abbau erst in den letzten Jahren wieder verbessert. Das Krisenjahr 2009 jedoch hat dem Werbemarkt mit am stärksten von allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft getroffen. Die dramatischen wirtschaftlichen Verluste des Werbemarktes haben zusätzlich andere Teilmärkte, wie die Rundfunkwirtschaft oder den Pressemarkt beeinflusst und dort zu Umsatzrückgängen im Jahr 2009 geführt.

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

Tabelle 22: Verbands- und sonstige Quellen zum Werbemarkt

BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V.: www.bdg-designer.de
Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW): www.zaw.de
Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.: www.gwa.de

3.11 Software-/Games-Industrie

Die Software-/Games-Industrie wurde in Deutschland erst in jüngerer Zeit als regulärer Teilmarkt in die Kultur- und Kreativwirtschaft mit einbezogen. Damit erfolgt der Anschluss an die internationale Debatte, die diesem Wirtschaftszweig im Rahmen des creative industries Modells bereits seit längerem eine zentrale Stellung einräumt. Zur Software-/Games-Industrie zählen die Entwicklung und das Verlegen von Softwareprodukten jedweder Art. In Anlehnung an den Bundesverband G.A.M.E. gehören zur Games-Industrie beispielsweise Computerspiele, Konsolenspiele, Videospiele, Mobile Games und Werbespiele. Der Verband definiert die Spielebranche wie folgt: „Computer- und Videospiele umfassen alle interaktiven, non-linearen Medien, die mit Hilfe audiovisueller Wiedergabe das Spielen ermöglichen oder Spiel zu Lernzwecken einsetzen. Dabei sind Trägermedium, Wiedergabesystem oder Übertragungsweg unwesentlich."

Es muss jedoch zugestanden werden, dass die empirische Erfassung methodische Schwierigkeiten bereitet und ihre Abgrenzung noch nicht hinreichend gelungen ist. Computerspiele, Videospiele, Online- und Handyspiele sind Software und Unterhaltung, sie werden in physischer Gestalt oder in Onlineform produziert und vertrieben. Deshalb wird sich die vorliegende Abgrenzung an der derzeit internationalen Definition der OECD orientieren, die folgende Wirtschaftszweige zur Auswahl stellt:

Tabelle 23: Internationale statistische Definition der Software-/Games-Industrie

Activity	ISIC Rev.3.1*
Software publishing	Computer and related activities 722 Software publishing, consultancy and supply 7221 Software publishing
Computer services potentially leading to software	Computer and related activities 722 Software publishing, consultancy and supply 7229 Other software consultancy and supply Potential overlap with software publishing 7221
Video games includ. animated pictures	Not separately identified

Hinweis: *Internationale Wirtschaftszweigklassifikation, OECD-Definition

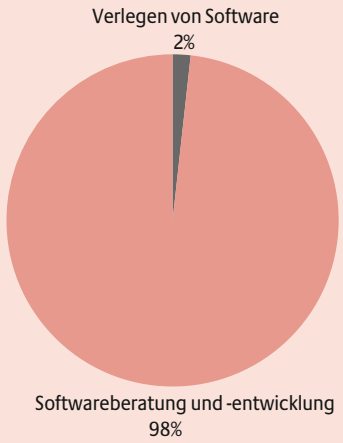
Tabelle 24: Kernwirtschaftszweige der Software-/Games-Industrie

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
72.20.1	Verlegen von Software
72.20.2	Softwareberatung und -entwicklung

Hinweis: In Anlehnung an OECD-Definition

In der Übertragung der OECD-Definition auf die deutsche Klassifikation ergibt sich die in Tabelle 24 dargestellte Abgrenzung.

Abbildung 45: Verteilung der Selbständigen und Unternehmen der Software-/Games-Industrie nach Wirtschaftszweigen 2008



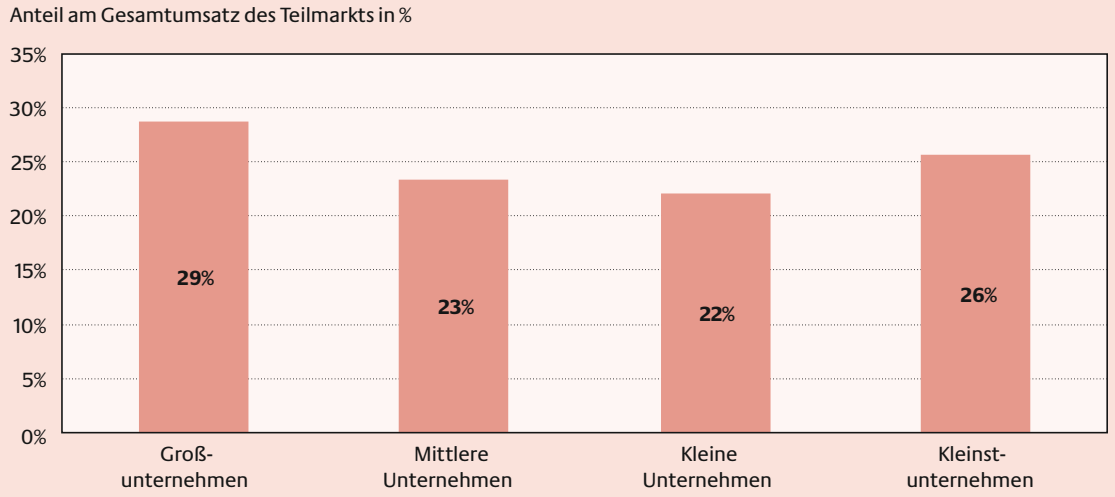
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kultturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Eckdaten

Die Software-/Games-Industrie beschäftigt 2009 nach vorläufigen Angaben insgesamt 367.900 oder 31,5 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von knapp 326.100 Personen enthalten.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete die Software-/Games-Industrie ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 28,1 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 18,9 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes.

Abbildung 46: Unternehmenstypen nach Größenklassen in der Software-/Games-Industrie 2008



Hinweis: Auswahl Software-/Games-Industrie

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen in der Software-/Games-Industrie liegt im Jahr 2009 zusammen bei rund 41.800 oder 14,3 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Unternehmenstypen

Bezogen auf die Strukturdaten des Jahres 2008 verteilen sich die Umsatzgrößen auf die Unternehmenstypen wie folgt:

- Die knapp 38.600 oder 95 Prozent Kleinstunternehmen schaffen einen Marktanteil am Umsatz von 26 Prozent.

- Die rund 1.900 kleinen und mittleren Unternehmen mit einem Unternehmensanteil von zusammen 4 Prozent erreichen einen Marktanteil von 22 Prozent und 23 Prozent, während die wenigen Großunternehmen mit einer absoluten Zahl von 55 Unternehmen einen Marktanteil von 29 Prozent erzielen.

- Der Durchschnittsumsatz je Großunternehmen liegt bei 154 Millionen Euro im Jahr, während ein durchschnittliches Kleinstunternehmen 197.000 Euro Jahresumsatz erreicht.

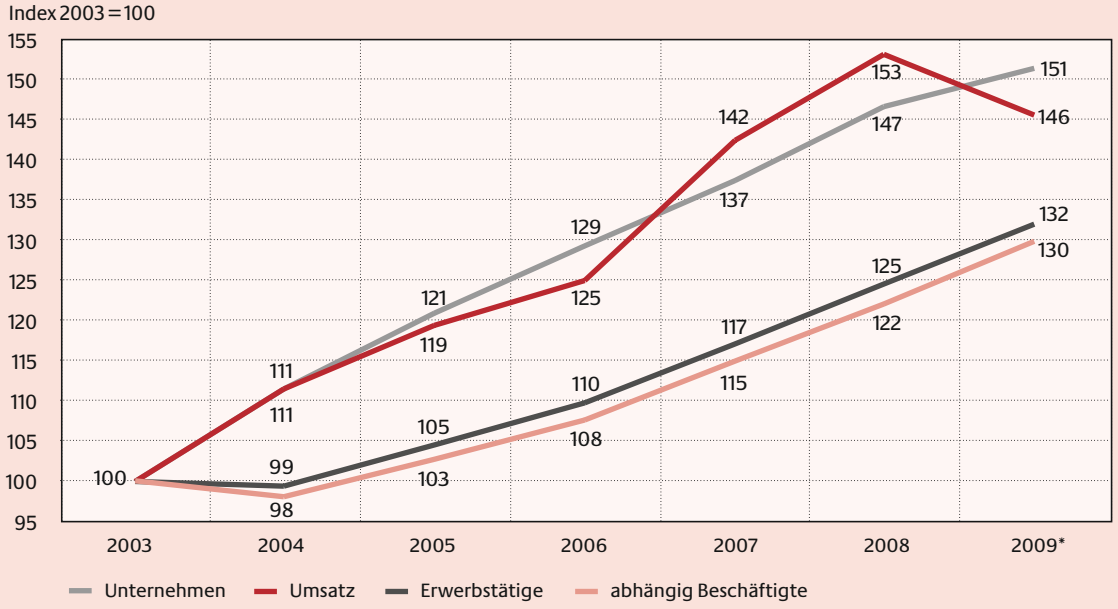
Die Entwicklung

Die Abbildung 47 zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 kontinuierlich bis zum Jahr 2009 um 51 Prozent ansteigt. Der jährliche Zuwachs der Software-/Games-Unternehmen liegt bei rund 7 Prozent. Damit zählt die Software-/Games-Industrie zu den am stärksten wachsenden Teilmärkten in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Korrespondierend zur Unternehmensentwicklung verläuft die Umsatzentwicklung zunächst positiv. Zwischen den Jahren 2003 und 2008 konnte der Teilmarkt eine deutliche Umsatzsteigerung erzielen. Im folgenden Jahr 2009 erlitt die Software-/Games-Industrie jedoch einen starken Umsatzeinbruch, bedingt durch die konjunkturelle Entwicklung in der Gesamtwirtschaft. Der Umsatzverlauf sank danach von einem Plus von 53 Prozent im Höhepunktjahr 2008 auf einen Wert von 46 Prozent im Jahr 2009 gegenüber dem Vergleichsjahr 2003.

Das Bild des Erwerbstätigenmarktes stellt sich hingegen völlig anders dar. So wurden trotz des Umsatzeinbruchs keine Arbeitsplätze abgebaut. Seit dem Jahr 2003 und einer kurzzeitig negativen Entwicklung bis zum Jahr 2004 steigen die Zuwachsraten in der Erwerbstätigkeit und in der Beschäftigung über-

Abbildung 47: Entwicklung der Software-/Games-Industrie 2003 – 2009



*Schätzung bzw. vorläufig
Hinweise: Erwerbstätige (Selbständige und abhängig Beschäftigte), Beschäftigung (nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

durchschnittlich stark an und erreichen im Jahr 2009 kontinuierlich ein Plus von 32 Prozent und 31 Prozent gegenüber 2003.

Insgesamt zählt die Software-/Games-Industrie zu den wichtigsten Teilmärkten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ihre Entwicklungsdynamik zieht den gesamten Branchenkomplex in positiver wie negativer Richtung mit. Die Software/Games-Industrie wird zukünftig nicht nur wegen ihrer quantitativen Dimension als ein zentrales Schlüsselthema innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden. Die Verschmelzung der verschiedenen kulturellen Sparten Film, Video, Musik, Text, Animation usw. innerhalb der Games-Entwicklung wird sich intensiv auf die inhaltliche Konvergenz auswirken und nicht mehr nur allein den Konvergenzbegriff in seiner technischen Ausprägung berühren. Damit verbunden ist eine direkte Verbindung zu fast allen anderen kultur- und kreativwirtschaftlichen Feldern gegeben. Die Games-Entwicklung wird die Ästhetik der anderen Sparten sicherlich beeinflussen.

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

Diese zukünftige Abgrenzung der Software-/Games-Industrie wird es der Forschung ermöglichen,

Tabelle 25: Verbands- und sonstige Quellen zur Software-/Games-Industrie

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

eine genauere und differenzierte Erfassung der Strukturen der Software-/Games-Industrie durchführen zu können.

Tabelle 26: Vorschlag für eine zukünftige Abgrenzung der Software-/Games-Industrie

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
WZ-Nr.	Wirtschaftszweig*
58.21	Verlegen von Computerspielen
58.29	Verlegen von sonstiger Software (ohne Computerspiele)
62.01	Entwicklung von Standardsoftware und Programmierung von Internetpräsentationen
63.12	Webportale

Hinweis: Die neue Wirtschaftszweigklassifikation 2008 (WZ 2008)

4
Abschließende Bewertung

4.1 Zusammenfassung der empirischen Befunde

Die Ergebnisse der Teilmarktanalyse führen zu folgenden zusammenfassenden Befunden:

Allgemeine Bewertung der Teilmärkte

Im **Vergleich der Wachstumsdynamik** schneiden die drei Teilmärkte Software-/Games-Industrie, Markt für darstellende Künste und Designwirtschaft am stärksten ab. Auf der Basis der durchschnittlichen Wachstumsraten in den Jahren 2003 bis 2009 konnten diese Teilmärkte kontinuierlich zulegen und jährliche Umsatzzuwächse zwischen 5,8 Prozent und 6,5 Prozent erzielen.

Im Vergleich zum Vorjahr 2008 bleiben diese Durchschnittswerte allerdings hinter den Erwartungen zurück, da in 2008 noch jährliche Zuwachsraten von 6,5 Prozent bis 8,4 Prozent erreicht worden waren. Generell haben fast alle Teilmärkte durch die konjunkturelle Krise im Jahr 2009 erhebliche Einbußen in der Umsatzentwicklung hinnehmen müssen. Dies gilt auch für die drei Teilmärkte in der Spitzengruppe.

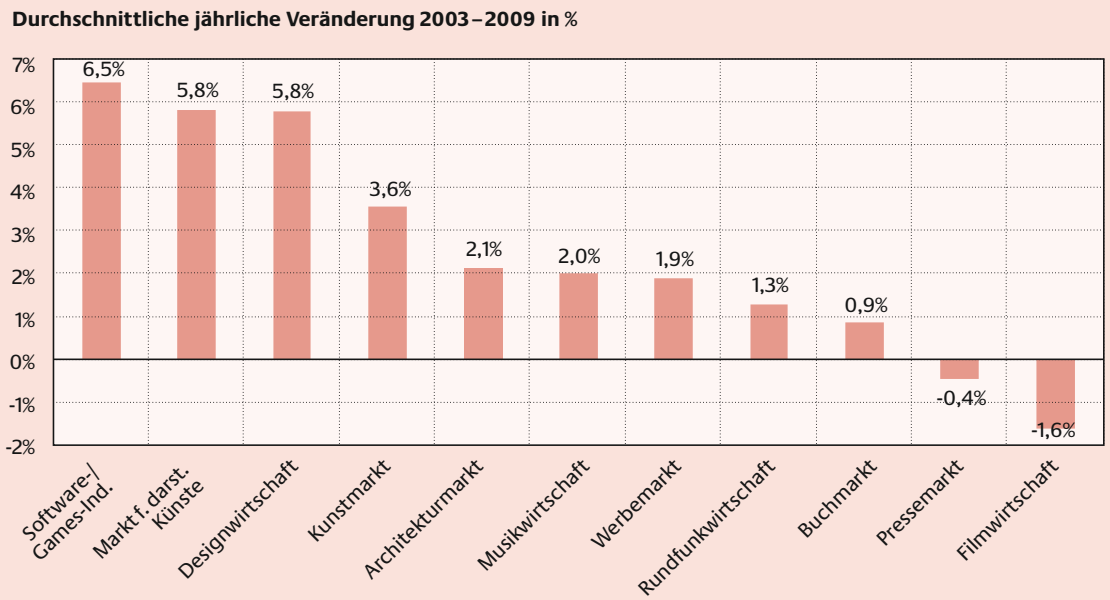
Der Kunstmarkt, der im Jahr 2008 ebenfalls zur wachstumsstärksten Spitzengruppe zählte, muss sich mit einem Durchschnittswert von 3,6 Prozent im Jahr 2009 begnügen. Er ist durch die Finanzkrise im Jahr 2009 in eine schwierige wirtschaftliche Phase geraten und konnte deshalb die positiven Veränderungsraten der früheren Jahre nicht mehr erzielen. Die weiteren Teilmärkte, Architektur- und Werbemarkt, Musik- und Rundfunkwirtschaft sowie Buchmarkt erreichen durchschnittliche Wachstumsraten von 1 Prozent bis rund 2 Prozent.

Die beiden Teilmärkte: Filmwirtschaft und Pressemarkt liegen in der Rangfolge erneut an den letzten Positionen. Bereits im Jahr 2008 waren die Durchschnittswerte in der Vergleichsperiode 2003 bis 2008 im negativen Bereich. Dies setze sich im Jahr 2009 fort, die durchschnittlichen jährlichen Umsatzwerte in der Filmwirtschaft liegen bei minus 0,4 Prozent und im Pressemarkt bei minus 1,6 Prozent.

Schwerpunkte der Unternehmenstypen

Die vorliegende Untersuchung der Unternehmensstruktur auf der Basis der Umsatzgrößenklassen hat

Abbildung 48: Umsatzwachstum der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft 2003 bis 2009



Hinweis: Durchschnittliche Umsatzwerte auf der Basis der Jahre 2003 bis 2009 ermittelt

Quelle: Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

zum Ziel, die Bedeutung der kleinen und Kleinstunternehmen für die Kultur- und Kreativwirtschaft herauszuarbeiten.

Im Ergebnis ist danach die wirtschaftliche Bedeutung der Kleinstunternehmen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft ungleich größer als etwa in traditionellen Wirtschaftsbranchen. Allerdings ergibt sich nach der Detailuntersuchung der elf Teilgruppen ein differenziertes Bild der Unternehmenslandschaft innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die absolute Zahl der Großunternehmen bewegt sich in allen Teilmärkten lediglich in einer zweistelligen Größenordnung. Es lassen sich jedoch **Teilmärkte identifizieren, die eindeutig durch die wirtschaftliche Substanz der Großunternehmen geprägt** werden.

Dazu zählen die **Rundfunkwirtschaft,** in der rund 82 Prozent des Umsatzes von 20 Großunternehmen erzielt wird, sowie das Verlagsgewerbe, deren Großunternehmen für 64 Prozent des Umsatzvolumens stehen. Zugleich ist im Pressemarkt und in der Rundfunkwirtschaft die nahezu gänzliche Bedeutungslosigkeit der Kleinstunternehmen zu beobachten. Sie erwirtschaften im Falle der Rundfunkwirtschaft gerade einmal 3 Prozent des gesamten Teilmarktumsatzes – im Verlagsgewerbe liegt der vergleichbare Anteil bei 7 Prozent.

Die **wichtigsten Märkte für die Kleinstunternehmen** sind der Architekturmarkt (Umsatzanteil 76 Prozent), die Journalistenbüros (Umsatzanteil 67 Prozent), die künstlerischen Gruppen (mit den selbständigen Künstler und Künstlerinnen u. a., Umsatzanteil 58 Prozent), sowie die Museumsshops (Umsatzanteil 40 Prozent). Hier entsteht der hohe Marktanteil im Umsatz durch die hohe Anzahl der Kleinstunternehmen, die als Einpersonenunternehmen oder Freiberufler im Markt tätig sind und im Schnitt zwischen 100.000 und 200.000 Euro Jahresumsatz erzielen.

Zu den **ausgeglichenen Teilmärkten,** die in allen vier Unternehmensgrößen mehr oder weniger gleiche Umsatzanteile aufweisen, zählen die Software-/Games-Industrie – deren Gesamtumsatz sich fast in vier gleich große Anteile auf die vier Unternehmenstypen verteilt, der Werbemarkt sowie die Filmwirtschaft. In diesen Teilmärkten sind alle vier Unternehmenstypen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit des jeweiligen Teilmarktes von Bedeutung.

Insgesamt erwächst die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die gesamtwirtschaftliche Perspektive aus ihrem hohen Erwerbstätigenpotenzial. Mit mehr als einer Million Erwerbstätiger (ohne geringfügig Beschäftigte) hat sie inzwischen eine Größenordnung erreicht, die für die wirtschaftspolitische Perspektive immer bedeutsamer wird. Die Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt sich zu einem Wirtschaftsfeld, in dem sowohl die Großunternehmen wichtige Träger von Beschäftigung sind, als auch die tausenden kleinen und kleinsten Unternehmen, die als Einpersonenunternehmen ebenfalls eine tragende Rolle einnehmen.

Eine besondere Rolle spielen hier vor allem die selbständigen Künstler, die im folgenden Abschnitt dargestellt werden.

4.2 Besonderer Fokus: Selbständige Künstler und Künstlerinnen

Ohne die Werke und Leistungen der Schriftsteller und Schriftstellerinnen, Komponisten und Komponistinnen, Musiker und Musikerinnen, Bühnenkünstler und Bühnenkünstlerinnen, Filmemacher und Filmemacherinnen, bildenden Künstler und bildenden Künstlerinnen gäbe es keine Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie sind Urheber, Originärproduzenten, ausübende Künstler und Künstlerinnen oder Dienstleister, ohne die keine Filmfirma, kein Musikkonzern, kein Buchverlag und ebenso kein Galerist etwas zu verwerten und zu verbreiten hätte.

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

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

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

Die Eckdaten

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

1. Gruppe Musik

- Selbständige Musiker und Musikerinnen (Komponist/in usw.)
- Musik-/Tanzensembles

Abbildung 49: Selbständige Künstler/Schriftsteller/innen einschließlich Journalisten/innen 2008

	Selbständige Künstler und Wortberufe		Umsatz		Umsatz je Selbständige	
	Anzahl 2008	%-Anteil 2008	Mio.€ 2008	%-Anteil 2008	in Tsd.€ 2008	%-Veränd. 2008/2006
Gruppe Musik						
Komponist/in	2.461	5%	244	6%	99	-4,9%
Musik- und Tanzensembles	1.792	4%	241	6%	134	16,6%
Gruppe Bildende Kunst						
Bildende Künstler/in	9.106	18%	898	21%	99	11,2%
Restaurator/in	1.304	3%	133	3%	102	-5,2%
Gruppe Darstellende Kunst						
Bühnenkünstler/in	9.805	20%	847	20%	86	2,3%
Artist/in	538	1%	38	1%	71	-15,7%
Gruppe Literatur/Wort						
Schriftsteller/in	6.422	13%	505	12%	79	1,9%
Journalist/in	18.199	37%	1.307	31%	72	-0,3%
Insgesamt (S.I)	**49.627**	**100%**	**4.213**	**100%**	**85**	**2,7%**
plus						
Künstler-/Kulturberufe (1) mit weniger als 17.500 € Jahresumsatz	109.895	-	-	-	-	-
Insgesamt (S.II)	**159.522**	-	-	-	-	-

Hinweise: Selbständige Künstler-/Kulturberufe mit Jahresumsätzen von 17.500 € und mehr. (1) Erfassung über Künstlersozialkasse, in Abweichung zum Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, dort noch Mikrozensusangaben ausgewiesen

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2010; Künstlersozialkasse 2008, eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

2. Gruppe Bildende Kunst

- Selbständige Bildende Künstler und Künstlerinnen
- Selbständige Restauratoren und Restauratorinnen

3. Gruppe Darstellende Kunst

- Selbständige Bühnen-, Film-, Rundfunkkünstler und -künstlerinnen

4. Gruppe Literatur/Wort

- Selbständige Schriftsteller und Schriftstellerinnen
- Selbständige Journalisten und Journalistinnen

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

Rund 49.600 selbständige Künstler und Künstlerinnen mit Jahresumsätzen von 17.500 Euro und mehr arbeiteten im Jahr 2008 in Deutschland. Das erzielte Umsatzvolumen lag bei 4,2 Milliarden Euro. Im Durchschnitt konnte ein Künstler einen Jahresumsatz von 85.000 Euro erwirtschaften.

Darüber hinaus können aus der Künstlersozialkasse zusätzlich weitere 109.900 freiberufliche Künstler und Künstlerinnen ermittelt werden. Zusammen sind damit schätzungsweise knapp 160.000 selbständige Künstler und Künstlerinnen am Markt tätig.

Im Kernbereich der 49.600 Künstler und Künstlerinnen (auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik) stellt die Gruppe der Literatur- und Wortberufe mit 50 Prozent die größte Gruppe, gefolgt von den darstellenden und bildenden Künstlern und Künstlerinnen, die jeweils ca. 20 Prozent besetzen. Die zahlenmäßig kleinste Gruppe bilden die Musikberufe, die jedoch in wirtschaftlicher Hinsicht die erfolgreichste Gruppe sind. Sie erwirtschaften einen Jahresumsatz von durchschnittlich 99.000 Euro bis 115.000 Euro. Lediglich die Restauratorengruppe zählen noch zu einer vergleichbaren Umsatzklasse mit mehr 100.000 Euro je Selbständiger. Alle anderen Künstlergruppen müssen mit weniger als 100.000 Euro Jahresumsatz je Künstler/in auskommen. Die Journalisten- und die Artistengruppe erreicht hierbei mit 71.000 bis 72.000 Euro den geringsten Umsatzdurchschnitt. Die Verteilung nach Umsatzgrößenklassen zeigt allerdings eine breite Streuung in allen Künstlergruppen, wie folgende Auswertung deutlich macht.

Verteilung der selbständigen Künstler nach Umsatzgrößen 2008

In den kleinsten Umsatzklassen von 17.500 Euro bis 50.000 Euro befinden sich mit rund 53 Prozent bis knapp 61 Prozent die meisten der selbständigen Künstler. In den beiden nachfolgenden Umsatzgrößenklassen bis 100.000 Euro sowie bis 250.000 Euro Jahresumsatz befinden sich noch beachtliche Anteilswerte. Zusammen erreichen die Künstlergruppen hier teilweise deutlich mehr als 30 Prozent. Die weiteren Umsatzklassen ab 250.000 Euro liegen jeweils bei Anteilswerten von unter 10 Prozent.

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

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

Durch die Einbindung der Künstlergruppen als wirtschaftlich relevante Akteure entstehen für die Kultur- und Kreativwirtschaft neue und komplizierte Bedingungen und Strukturen. Insofern erscheint es berechtigt, das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft auch als eine Branche mit einer „spezifischen Ökonomik“ zu bezeichnen. Mit diesem Begriff sind insbesondere die experimentierfähigen, aber auch die riskanten Aktivitäten der Künstler-, Kultur-

Abbildung 50: Verteilung der selbständigen Künstler nach Umsatzgrößen 2008

	Komponist	Musik-/Tanz-ensembles	Bildende Künstler	Bühnen-künstler	Schriftsteller	Journalist
Absolutangaben	**Anzahl 2008**	**Anzahl 2008**	**Anzahl 2008**	**Anzahl 2008**	**Anzahl 2008**	**Anzahl 2008**
Umsatzgrößenklasse in €						
17.500-50.000	1.312	1.087	5.095	5.649	3.644	10.611
50.000-100.000	628	368	2.264	2.347	1.647	4.974
100.000-250.000	364	203	1.232	1.318	846	2.056
250.000-500.000	99	73	336	316	196	387
500.000-1 Mio.	39	27	114	114	60	137
ab 1 Mio.	19	34	65	61	29	34
Insgesamt	**2.461**	**1.792**	**9.106**	**9.805**	**6.422**	**18.199**
	Komponist	**Musik-/Tanz-ensembles**	**Bildende Künstler**	**Bühnen-künstler**	**Schriftsteller**	**Journalist**
Anteil in %	**% 2008**	**% 2008**	**% 2008**	**% 2008**	**% 2008**	**% 2008**
Umsatzgrößenklasse in €						
17.500-50.000	53,3	60,7	56,0	57,6	56,7	58,3
50.000-100.000	25,5	20,5	24,9	23,9	25,6	27,3
100.000-250.000	14,8	11,3	13,5	13,4	13,2	11,3
250.000-500.000	4,0	4,1	3,7	3,2	3,1	2,1
500.000-1 Mio.	1,6	1,5	1,3	1,2	0,9	0,8
ab 1 Mio.	0,8	1,9	0,7	0,6	0,5	0,2
Insgesamt	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Hinweise: Auswahl ohne selbständige Restauratoren

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2010; eigene Berechnung Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

und Kreativberufe innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft verbunden. Der Begriff der „spezifischen Ökonomik“ soll außerdem den Blick für diejenigen Teile der Kultur- und Kreativwirtschaft öffnen, die immer öfter mit Begriffen wie Projektwirtschaft oder auch „Prototypwirtschaft“ bezeichnet werden können.

4.3 Besonderer Fokus: Kultursektor

In diesem Abschnitt soll das so genannte 3-Sektoren-Modell des Kultursektors ansatzweise dargestellt werden.

Zum Verständnis der Kulturabgrenzung wird auf die kulturpolitische Perspektive Bezug genommen. Diese soll die komplementäre Betrachtung des Kulturbetriebs hervorheben. Deshalb wurden nicht alle elf kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilbranchen einbezogen, sondern nur die so genannten klassischen Kulturbranchen:

- Musik, Buch, Kunst, Film, Rundfunk und darstellende Kunst.

Sie bilden diejenigen Teilbranchen, die im Sinne einer kulturpolitischen Betrachtung prinzipiell zu den komplementären Sektoren des Kulturbetriebs zu zählen sind.

Auf der Basis der verfügbaren amtlichen und verbandsbezogenen Statistiken lässt sich ein erstes Bild mit vorläufigen Anhaltswerten darstellen.

Insgesamt sind danach mindestens rund 596.000 Erwerbstätige rechnerisch dem Kultursektor zuzuordnen. Zum **privatwirtschaftlichen Kulturbetrieb**

Abbildung 51: Der Kultursektor in der Gliederung nach dem 3-Sektoren-Modell

	Kultur-sektor insgesamt	davon						
		a) Privatwirtschaft-licher Kulturbetrieb		b) Künstler- u. Kulturberufe (Profit- und Non-Profit-Bereich)			c) Öffentlicher und intermediärer Kultur-betrieb	
		Selb-ständige u. sv-Beschäf-tigte	gering-fügig Beschäf-tigte	Selb-ständige u. sv-Beschäf-tigte	gering-fügig Beschäf-tigte	weitere geringfü-gig Tätige nach KSK	sv-Beschäf-tigte	gering-fügig Beschäf-tigte
	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Musiksektor	134.182	26.250	8.063	9.831	982	40.030	23.920	25.106
Literatur-/Buchsektor	144.106	71.605	20.192	6.746	613	32.404	11.420	1.126
Bildende Kunstsektor	88.051	5.789	2.170	13.209	1.461	45.861	16.019	3.542
Film-/Video-Sektor	85.545	46.277	19.626	11.331	1.318	6.993	-	-
Rundfunksektor	104.802	24.960	1.339	19.742	1.314	18.707	36.645	2.095
Darstellende Kunstsektor	107.485	26.602	13.013	13.178	1.664	6.993	38.388	7.647
6 Teilsektoren zusammen	664.171	201.483	64.404	74.037	7.352	150.988	126.392	39.516
Doppelzählung	68.159	14.763	5.833	11.331	1.318	25.700	9.214	-
Kultursektor ohne Doppelzählung	**596.012**	**186.720**	**58.571**	**62.706**	**6.034**	**125.288**	**117.178**	**39.516**
Anteil in %	100%	31%	10%	11%	1%	21%	20%	7%

Hinweise: Selbständige = mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz, sv-Beschäftigte = sozialversicherungspflichtig Beschäftige (Voll- oder Teilzeit), geringfügig Beschäftige = ausschließlich geringfügig und im Nebenjob Beschäftigte (Minijobs), geringfügig Tätige nach Künstlersozialkasse = KSK-Mitglieder abzgl UST und geringfügig Beschäftigte
Basis der Auswertung waren folgende Datenbestände: Umsatzsteuerstatistik (UST) (Destatis), Beschäftigtenstatistik, Statistik der geringfügig Beschäftigten einschließlich im Nebenjob (BA), Musikschulstatistik (VdM), Theaterstatistik (DBV), Künstlersozialkasse (KSK)

Quelle: verschiedene Quellen siehe unter Hinweise; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)

(Kulturwirtschaft) können rund 186.700 Selbständige einschließlich sozialversicherungspflichtig Beschäftigte gezählt werden. Zusätzlich sind in diesem Teilsektor weitere 58.600 geringfügig Beschäftigte tätig. Zusammen erreichen die beiden Teilgruppen einen Anteil von 41 Prozent am gesamten Kultursektor.

Die **Gruppe der Künstler- und Kulturberufe** (Musiker, Musiklehrer, usw.) können nach drei berufsspezifischen Teilgruppen unterschieden werden. Die Selbständigen einschließlich der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind mit einer Zahl von rund 62.700 ausgewiesen. Hinzu kommen die geringfügig Beschäftigen mit 6.000 Personen und die geringfügig Tätigen (mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz) mit knapp 125.300 Personen. Insgesamt erreicht diese Gruppe einen Anteil von 33 Prozent am gesamten Kultursektor.

Zum öffentlichen und intermediären Kulturbetrieb können die sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten gezählt werden, die jeweils 117.000 und 39.500 Personen umfassen. Zusammen erreichen sie einen Anteil von 27 Prozent am gesamten Kultursektor.

Zum richtigen Verständnis des Begriffes Personen sei hier darauf hingewiesen, dass es sich streng genommen um so genannte Beschäftigungsfälle handelt. Eine Person kann demnach mehreren Beschäftigungsfällen zugeordnet werden, sodass die Zahl der hier ausgewiesenen Absolutangaben dann überhöht sein dürfte. Andererseits sind hier nur diejenigen Fälle oder Personen dargestellt, die mittels Statistiken erfasst wurden. Es ist jedoch gerade der Kultursektor in hohem Maße durch heterogene Beschäftigungs- und Tätigkeitsstruktur gekennzeichnet, sodass es sich

hier vielmehr um eine Untererfassung dieses Sektors handeln dürfte.

4.4 Zukünftige Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft

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

- **In der Kultur- und Kreativwirtschaft wird schon heute in zukunftsorientierten Arbeits- und Geschäftsmodellen gearbeitet**. Aufgrund der Produktionsweise z. B. in hybriden Arbeitsformen und einer im wesentlichen contentorientierten Produktion vieler Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ein Vorreiter auf dem Weg in eine wissensbasierte Ökonomie in Deutschland.

- **In Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft bestehen sehr kurze Innovationszyklen** für einzelne Produkte. Innovationsorientierte Geschäftsmodelle, die in der betriebswirtschaftlichen Finanzierung im Hochrisikobereich eingestuft werden, benötigen eine spezifische Unterstützung. Eine Wirtschaftspolitik mit dem Ziel der Unterstützung der Innovationskraft benötigt darauf abgestimmte Förderinstrumente.

- **Wesentliche Produkttypen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Prototypen, Einzelanfertigungen, Kleinstserien und immaterielle Produkte.** Die Art der Produktion sowie die Beschaffenheit der Produkte in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind wesentliche Charakteristika einer wissensbasierten Ökonomie.

- **Überdurchschnittlicher Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft.** Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist von einem überdurchschnittlichen Anteil an weiblichen Erwerbspersonen geprägt. Vor dem Hintergrund eines Fachkräftemangels ist die Erhöhung der Erwerbsbeteiligung von Frauen ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann dabei als Modell dafür dienen, wie die Erwerbsbeteiligung erhöht werden kann.

- **Eine sich schnell wandelnde Beschäftigungsstruktur und sich ständig verändernde Tätigkeitsfelder und Berufsbilder stellen wesentliche Merkmale innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft dar.** Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann mit der dort vorherrschenden Beschäftigungsstruktur einen Modellcharakter für die Entwicklung in klassischen Branchen darstellen, in denen z. B. Freiberufler und Einzelunternehmer in Zukunft eine zunehmend wachsende Bedeutung einnehmen werden.

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

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

Die Europäische Union hat mit der Lissabon-Strategie das Ziel ausgegeben, den Europäischen Wirtschaftsraum zur „most competitive and dynamic knowledge-based economy in the world, capable of sustainable economic growth with more and better jobs and greater social cohesion“ zu entwickeln. Eine wirtschaftspolitische Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft, die zur Entfaltung des innovativen und ökonomischen Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft beiträgt, kann somit sowohl aufgrund der volkswirtschaftlichen Bedeutung als auch aufgrund des Modellcharakters für zukünftige Arbeitsformen einen großen Beitrag auf dem Weg zur Erreichung dieses Zieles leisten.

5
Anhang

5.1 Methodische Hinweise

Die Bezugsgrößen; Unternehmen, Umsatz, Bruttowertschöpfung und Erwerbstätigkeit

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

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

Von den in der Umsatzsteuerstatistik ausgewiesenen Umsätzen (= Menge x Preis der verkauften Güter und Dienste) ist die **Bruttowertschöpfung** zu unterscheiden. Sie basiert auf diversen Produktionsstatistiken, in denen Produktionswerte ermittelt werden, die um Vorleistungsbezüge bereinigt sind. Daraus folgt, dass Umsätze im Vergleich zur Bruttowertschöpfung immer größer sind, und zwar umso höher, je intensiver die Einbindung in arbeitsteilige Prozesse (Vorleistungsverflechtung) ist. Zum Beispiel betrug die Bruttowertschöpfung für Deutschland im Jahr 2006 (alle Wirtschaftszweige) 2.094 Mrd. Euro, während die steuerbaren Umsätze 4.930 Mrd. Euro im selben Jahr erreichten. Da die Ermittlung der Bruttowertschöpfung unterhalb der gesamtwirtschaftlichen Ebene und unterhalb der Ebene von 2-Stellern der Wirtschaftszweige von der amtlichen Statistik nicht ermittelt und publiziert wird, muss dieser Indikator für die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft geschätzt werden.

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

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

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

Die statistischen Quellen

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

Der Vorteil der Umsatzsteuerstatistik liegt in der fast vollständigen Erfassung der gesamten Volkswirtschaft. Da sie jedoch eine so genannte Abschneidegrenze bei der Erfassung der Kleinstunternehmen aufweist – es werden nicht diejenigen Unternehmen und Selbständigen in der Statistik erfasst, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erwirtschaften – werden nicht unerhebliche Teilgruppen von Kleinstunternehmern und Kleinst-Selbständige aus der statistischen Erfassung ausgeblendet. Für die Darstellung des Gesamtpotenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft ist dies ein Nachteil, der möglicherweise durch eine ergänzende Einbeziehung der Daten aus der Künstlersozialkasse oder andere Hilfskonstruktionen umgangen werden kann.

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

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

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

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

5.2 Statistische Abgrenzung

Gültiges Abgrenzungsmodell für Monitoringbericht 2010 (Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2009)

Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach WZ 2003

Teilmarkt		Anteilswert	
WZ-2003	Wirtschaftszweig	UST	SVB
1. Musikwirtschaft			
92.31.5	Selbständige Musiker/-innen, Komponisten/Komponistinnen		
92.31.2	Musik- und Tanzensembles		
22.14.0	Verlage von bespielten Tonträgern und Musikverlage		
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter		
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.		10%
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur-/Unterhaltungswesens		
52.45.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien		
	Teilmarkt insgesamt		
2. Buchmarkt			
92.31.6	Selbständige Schriftsteller/-innen		
22.11.1	Buchverlag		
52.47.2	Einzelhandel mit Büchern		
	Teilmarkt insgesamt		
3. Kunstmarkt			
92.31.3	Selbständige bildende Künstler/-innen		
52.48.2**	Kunsthandel (Schätzung)	20%	20%
92.52.1	Museumsshops (mit privatwirtschaftlichen Betriebsteilen, Schätzung) und Kunstausstellungen		8%
	Teilmarkt insgesamt		
4. Filmwirtschaft			
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/-innen (Film)		
92.11.0	Film-/TV- und Videofilmherstellung		
92.12.0	Filmverleih- und Videoprogrammanbieter		
92.13.0	Kinos		
	Teilmarkt insgesamt		
5. Rundfunkwirtschaft			
92.40.2	*Selbständige Journalisten/Journalistinnen		
92.20.0	Rundfunkveranstalter, Hersteller von Hörfunk- und Fernsehprogrammen		s. Hinweis
	Teilmarkt insgesamt		

Teilmarkt		Anteilswert	
WZ-2003	Wirtschaftszweig	UST	SVB
6. Markt für darstellende Künste			
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/-innen		
92.31.8	Selbständige Artisten/Artistinnen		
92.31.1	Theaterensembles		10%
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter		
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.		10%
92.32.3	Varietes und Kleinkunstbühnen		
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens		
92.34.1	Tanzschulen/ab 2009 Kulturunterricht		
92.34.2	Weitere Kultur-/Unterhaltungs einrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater)		
	Teilmarkt insgesamt		
7. Designwirtschaft			
74.20.6	Industriedesign		
74.87.4	Produkt-/Mode-/Grafikdesign		
74.40.1	*Kommunikationsdesign/Werbegestaltung		
	Teilmarkt insgesamt		
8. Architekturmarkt			
74.20.1	Architekturbüros für Hochbau und Innenarchitektur		
74.20.2	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung		
74.20.3	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung		
	Teilmarkt insgesamt		
9. Pressemarkt			
92.40.2	*Selbständige Journalisten/Journalistinnen		
92.40.1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros		
22.11.2	Verlage von Adressbüchern		
22.12.0	Zeitungsverlage		
22.13.0	Zeitschriftenverlage		
22.15.0	Sonstiges Verlagswesen		
	Teilmarkt insgesamt		
10. Werbemarkt			
74.40.1	*Kommunikationsdesign/Werbegestaltung		
74.40.2	Werbung/Werbevermittlung		
	Teilmarkt insgesamt		

Teilmarkt		Anteilswert	
WZ-2003	**Wirtschaftszweig**	**UST**	**SVB**
11. Software-/Games-Industrie			
72.20.1	Verlegen von Software		
72.20.2	Softwareberatung und -entwicklung		
	Teilmarkt insgesamt		
(-) Sonstiges			
92.31.4	Selbständige Restauratoren/Restauratorinnen		
92.51.0	Bibliotheken/Archive		8 %
92.52.2	Betrieb von Denkmalstätten		8 %
92.53.0	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks		8 %
92.33.0	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks		
	Teilmarkt insgesamt		
Mit Doppelzählung (Summe aller Wirtschaftszweige einschließlich Doppelzählung)			
Summe der doppelten Wirtschaftszweige			
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1–12 (ohne Doppelzählung)			

Hinweise: * Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; neu im vorliegenden Bericht 2010, WZ selbständige Journalisten neben dem Pressemarkt auch der Rundfunkwirtschaft zugeordnet; Tanzschulen ab 2009 erweitert zu Kulturunterricht. Rundfunk Schätzwert von 35 Prozent ersetzt durch jährlich wechselnde Anteilswerte: 35, 36, 38, 37, 39, 39 Prozent für die Jahre 2003–2009, siehe dazu: Goldmedia: *Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009* im Auftrag von acht Landesmedienanstalten unter Federführung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), Berlin 2010; UST = Umsatzsteuerstatistik, SVB = Beschäftigtenstatistik.

Quelle: Destatis, Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2003; Arbeitskreis Kulturstatistik e. V.

5.3 Statistische Daten

Tabelle 1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2007–2009

Kategorie	2007	2008	2009*	Veränderung in %		
				2007/06	2008/07	2009/08
Anzahl der Unternehmen (1)						
Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	225.738	232.770	236.837	2,9%	3,1%	1,7%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,2%	7,3%	7,4%	-	-	-
Umsatz in Mio. Euro						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	133.187	136.202	131.407	4,4%	2,3%	-3,5%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,6%	2,5%	2,7%	-	-	-
Anzahl der Beschäftigten (svB) (2)						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	743.056	772.762	786.699	3,2%	4,0%	1,8%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,8%	2,8%	2,9%	-	-	-
Anzahl der Erwerbstätigen (3)						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	968.794	1.005.532	1.023.535	3,1%	3,8%	1,8%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,2%	3,3%	3,3%	-	-	-
Bruttowertschöpfung in Mrd. Euro (5)						
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	63,1	64,9	62,6	4,0%	2,8%	-3,5%
Anteil KKW am BIP	2,6%	2,6%	2,6%	-	-	-
Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.428,2	2.495,8	2.409,1	4,4%	2,8%	-3,5%
Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft						
Umsatz je Unternehmen in tsd. Euro	590	585	555	1,5%	-0,8%	-5,2%
Umsatz je Beschäftigem in tsd. Euro	179	176	167	1,2%	-1,7%	-5,2%
Umsatz je Erwerbstätiger in tsd. Euro	137	135	128	1,2%	-1,5%	-5,2%
Beschäftigte je Unternehmen	3,3	3,3	3,3	0,3%	0,9%	0,1%
Erwerbstätige je Unternehmen	4,3	4,3	4,3	0,2%	0,7%	0,0%
%-Anteil Selbständige an Erwerbstätigen	23,3	23,1	23,1	-0,2%	-0,7%	0,0%
BWS je Erwerbstätigem in tsd. Euro	65,1	64,5	61,2	0,8%	-1,0%	-5,2%

Hinweise: * Unternehmen und Umsätze 2009 geschätzt; sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) und Erwerbstätige zu 2009 vorläufige Angaben der Bundesagentur für Arbeit. (1) Steuerpflichtige Unternehmer mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr. (2) Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte oder Beschäftigte im Nebenjob. (3) Erwerbstätige umfassen: Steuerpflichtige Unternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB). Zusätzlich sind mindesten 280.000 geringfügig Beschäftigte auf Basis statistisch nachweisbarer Daten in der KKW in 2009 beschäftigt. (4) Nur Steuerpflichtige ab 17.500 Euro und svB, aber ohne geringfügig Beschäftigte und Tätige. (5) Schätzwert Bruttowertschöpfung (BWS) 2007 basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR, Stand: Mai 2010); Fortschreibung BWS der Jahre 2008 und 2009 auf Basis der jeweiligen Veränderungsrate des BIP für die angegebenen Jahre.

Quellen: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 2: Kultur- und Kreativwirtschaft 2003 bis 2009 nach elf Teilmärkten. Unternehmen, Umsätze, Erwerbstätige und abhängig Beschäftigte

Teilmarkt	Kategorie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Musikwirtschaft	Unternehmen	10.017	10.245	10.569	10.798	10.882	11.019	11.104
Buchmarkt	Unternehmen	12.715	13.063	13.427	13.638	13.817	13.906	13.999
Kunstmarkt	Unternehmen	10.285	10.381	10.692	10.985	11.362	12.003	12.250
Filmwirtschaft	Unternehmen	15.741	16.258	17.032	17.654	18.234	18.982	19.344
Rundfunkwirtschaft	Unternehmen	13.956	14.964	16.081	17.504	18.519	19.133	19.691
Markt für darstellende Künste	Unternehmen	14.392	15.288	16.333	17.320	18.047	18.770	19.217
Designwirtschaft	Unternehmen	32.893	35.029	37.119	38.728	40.032	41.341	42.101
Architekturmarkt	Unternehmen	36.789	37.233	38.078	39.737	40.154	40.624	41.073
Pressemarkt	Unternehmen	19.432	20.478	21.559	22.917	23.824	24.506	25.073
Werbemarkt	Unternehmen	37.220	38.191	39.037	39.507	40.041	40.827	41.144
Software-/Games-Industrie	Unternehmen	27.633	30.783	33.405	35.719	37.959	40.503	41.847
Kultur- und Kreativwirtschaft	Unternehmen	193.967	202.049	210.832	219.376	225.738	232.770	236.837
Musikwirtschaft	Umsatz in Mio. Euro	4.930	5.025	5.391	5.392	5.282	5.596	5.538
Buchmarkt	Umsatz in Mio. Euro	14.010	13.605	14.133	14.743	14.623	14.446	14.766
Kunstmarkt	Umsatz in Mio. Euro	1.490	1.536	1.614	1.767	1.798	1.946	1.840
Filmwirtschaft	Umsatz in Mio. Euro	7.869	7.576	7.625	7.609	7.044	7.283	7.150
Rundfunkwirtschaft	Umsatz in Mio. Euro	8.597	8.898	9.290	9.797	10.232	10.085	9.277
Markt für darstellende Künste	Umsatz in Mio. Euro	3.192	3.350	3.769	4.154	4.360	4.548	4.481
Designwirtschaft	Umsatz in Mio. Euro	10.855	11.563	13.316	14.869	15.807	15.981	15.218
Architekturmarkt	Umsatz in Mio. Euro	7.058	6.734	6.934	7.287	7.532	8.002	8.002
Pressemarkt	Umsatz in Mio. Euro	27.882	27.930	27.792	27.312	27.916	28.065	27.160
Werbemarkt	Umsatz in Mio. Euro	22.839	23.347	24.025	25.797	27.214	27.188	25.557
Software-/Games-Industrie	Umsatz in Mio. Euro	19.288	21.485	23.028	24.103	27.465	29.545	28.067
Kultur- und Kreativwirtschaft	Umsatz in Mio. Euro	117.047	119.314	123.344	127.552	133.187	136.202	131.407
Musikwirtschaft	Erwerbstätige	34.968	34.371	34.652	34.984	35.580	36.081	36.342
Buchmarkt	Erwerbstätige	86.341	83.147	82.018	81.497	78.563	78.351	74.607
Kunstmarkt	Erwerbstätige	14.617	14.719	14.953	15.249	15.621	16.303	16.570
Filmwirtschaft	Erwerbstätige	54.766	54.954	55.529	53.850	55.584	57.608	57.927
Rundfunkwirtschaft	Erwerbstätige	36.705	38.238	40.353	41.521	43.803	44.702	46.413
Markt für darstellende Künste	Erwerbstätige	32.943	33.447	36.205	36.899	38.211	39.780	41.256
Designwirtschaft	Erwerbstätige	116.896	114.805	117.089	120.147	125.280	132.480	129.827
Architekturmarkt	Erwerbstätige	109.927	104.673	100.985	99.626	99.700	103.330	103.921

Teilmarkt	Kategorie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Pressemarkt	Erwerbstätige	131.558	128.028	124.683	124.360	126.418	126.733	126.475
Werbemarkt	Erwerbstätige	145.779	140.770	139.937	142.021	146.045	152.834	149.216
Software-/Games-Industrie	Erwerbstätige	278.644	277.029	291.306	305.805	326.362	346.923	367.913
Kultur- und Kreativwirtschaft	Erwerbstätige	931.435	914.362	923.883	939.257	968.794	1.005.532	1.023.546
Musikwirtschaft	Abh. Beschäftigte	24.951	24.126	24.083	24.186	24.698	25.062	25.238
Buchmarkt	Abh. Beschäftigte	73.626	70.084	68.591	67.859	64.746	64.445	60.609
Kunstmarkt	Abh. Beschäftigte	4.332	4.337	4.262	4.264	4.259	4.300	4.320
Filmwirtschaft	Abh. Beschäftigte	39.025	38.696	38.497	36.196	37.350	38.626	38.583
Rundfunkwirtschaft	Abh. Beschäftigte	22.749	23.274	24.272	24.017	25.284	25.569	26.722
Markt für darstellende Künste	Abh. Beschäftigte	18.551	18.159	19.872	19.579	20.164	21.010	22.038
Designwirtschaft	Abh. Beschäftigte	84.003	79.776	79.970	81.419	85.248	91.139	87.726
Architekturmarkt	Abh. Beschäftigte	73.138	67.440	62.907	59.889	59.546	62.706	62.848
Pressemarkt	Abh. Beschäftigte	112.126	107.550	103.124	101.443	102.594	102.227	101.392
Werbemarkt	Abh. Beschäftigte	108.559	102.579	100.900	102.514	106.004	112.007	108.072
Software-/ Games-Industrie	Abh. Beschäftigte	251.011	246.246	257.901	270.086	288.403	306.420	326.066
Kultur- und Kreativwirtschaft	Abh. Beschäftigte	737.468	712.313	713.052	719.880	743.056	772.762	786.699

Hinweis: (*) Schätzung bzw. vorläufige Angaben; weitere Hinweise siehe Tabelle 1.

Quellen: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010;
eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 3.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2003 bis 2009

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Unternehmen						
		Anzahl 2003	Anzahl 2004	Anzahl 2005	Anzahl 2006	Anzahl 2007	Anzahl 2008	Anzahl 2009**
1. Musikwirtschaft								
92.31.5	Selbständige Musiker/-innen, Komponisten/Komponistinnen	2.148	2.213	2.303	2.337	2.392	2.461	2.489
92.31.2	Musik- und Tanzensembles	1.957	1.909	1.897	1.859	1.817	1.792	1.775
22.14.0	Verlage von bespielten Tonträgern und Musikverlage	1.302	1.370	1.401	1.478	1.494	1.536	1.560
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	1.088	1.151	1.200	1.268	1.290	1.305	1.324
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	204	200	204	207	216	260	271
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur-/ Unterhaltungswesens	954	1.060	1.210	1.358	1.404	1.411	1.448
52.45.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	2.364	2.342	2.354	2.291	2.269	2.254	2.238
	Teilmarkt insgesamt	**10.017**	**10.245**	**10.569**	**10.798**	**10.882**	**11.019**	**11.104**
2. Buchmarkt								
92.31.6	Selbständige Schriftsteller/-innen	5.035	5.336	5.654	5.915	6.118	6.422	6.561
22.11.1	Buchverlag	2.553	2.606	2.650	2.674	2.671	2.623	2.619
52.47.2	Einzelhandel mit Büchern	5.127	5.121	5.123	5.049	5.028	4.861	4.819
	Teilmarkt insgesamt	**12.715**	**13.063**	**13.427**	**13.638**	**13.817**	**13.906**	**13.999**
3. Kunstmarkt								
92.31.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	7.265	7.380	7.713	8.039	8.485	9.106	9.365
52.48.2***	Kunsthandel (Schätzung)	2.191	2.132	2.077	2.003	1.941	1.928	1.904
92.52.1	Museumsshops und Kunstausstellungen	829	869	902	943	936	969	981
	Teilmarkt insgesamt	**10.285**	**10.381**	**10.692**	**10.985**	**11.362**	**12.003**	**12.250**
4. Filmwirtschaft								
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/-innen	7.607	8.033	8.519	8.924	9.377	9.805	10.040
92.11.0	Film-/TV- und Videofilmherstellung	5.806	6.002	6.330	6.600	6.830	7.211	7.371
92.12.0	Filmverleih- und Videoprogrammanbieter	1.321	1.233	1.196	1.145	1.067	1.022	996
92.13.0	Kinos	1.007	990	987	985	960	944	937
	Teilmarkt insgesamt	**15.741**	**16.258**	**17.032**	**17.654**	**18.234**	**18.982**	**19.344**

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Unternehmen						
		Anzahl 2003	Anzahl 2004	Anzahl 2005	Anzahl 2006	Anzahl 2007	Anzahl 2008	Anzahl 2009**
5. Rundfunkwirtschaft								
92.40.2	*Selbständige Journalisten/ Journalistinnen	13.130	14.125	15.223	16.615	17.594	18.199	18.757
92.20.0	Rundfunkveranstalter, Hersteller von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	826	839	858	889	925	934	934
	Teilmarkt insgesamt	**13.956**	**14.964**	**16.081**	**17.504**	**18.519**	**19.133**	**19.691**
6. Markt für darstellende Künste								
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/-innen	7.607	8.033	8.519	8.924	9.377	9.805	10.040
92.31.8	Selbständige Artisten/Artistinnen	479	483	496	531	534	538	545
92.31.1	Theaterensembles	87	95	102	108	112	115	117
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	1.088	1.151	1.200	1.268	1.290	1.305	1.324
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	204	200	204	207	216	260	271
92.32.3	Varietes und Kleinkunstbühnen	198	194	200	203	214	212	214
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens	954	1.060	1.210	1.358	1.404	1.411	1.448
92.34.1	Tanzschulen/ab 2009 Kulturunterricht	1.381	1.441	1.466	1.522	1.568	1.618	1.645
92.34.2	Weitere Kultur-/Unterhaltungs einrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater)	2.394	2.631	2.936	3.199	3.332	3.506	3.613
	Teilmarkt insgesamt	**14.392**	**15.288**	**16.333**	**17.320**	**18.047**	**18.770**	**19.217**
7. Designwirtschaft								
74.20.6	Industriedesign	2.598	2.841	3.116	3.455	3.820	3.768	3.891
74.87.4	Produkt-/Mode-/Grafikdesign	11.306	11.974	12.855	13.445	13.804	14.544	14.849
74.40.1	*Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung	18.989	20.214	21.148	21.828	22.408	23.029	23.361
	Teilmarkt insgesamt	**32.893**	**35.029**	**37.119**	**38.728**	**40.032**	**41.341**	**42.101**
8. Architekturmarkt								
74.20.1	Architekturbüros für Hochbau und Innenarchitektur	31.890	32.191	32.841	34.124	34.308	34.542	34.835
74.20.2	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	2.683	2.786	2.913	3.132	3.252	3.398	3.487
74.20.3	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	2.216	2.256	2.324	2.481	2.594	2.684	2.750
	Teilmarkt insgesamt	**36.789**	**37.233**	**38.078**	**39.737**	**40.154**	**40.624**	**41.073**

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Unternehmen						
		Anzahl 2003	Anzahl 2004	Anzahl 2005	Anzahl 2006	Anzahl 2007	Anzahl 2008	Anzahl 2009**
9. Pressemarkt								
92.40.2	*Selbständige Journalisten/ Journalistinnen	13.130	14.125	15.223	16.615	17.594	18.199	18.757
92.40.1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	801	785	823	801	753	789	783
22.11.2	Verlage von Adressbüchern	157	165	162	169	165	164	164
22.12.0	Zeitungsverlage	688	711	702	700	698	741	748
22.13.0	Zeitschriftenverlage	1.784	1.790	1.744	1.732	1.696	1.713	1.708
22.15.0	Sonstiges Verlagswesen	2.872	2.902	2.905	2.900	2.918	2.900	2.912
	Teilmarkt insgesamt	**19.432**	**20.478**	**21.559**	**22.917**	**23.824**	**24.506**	**25.073**
10. Werbemarkt								
74.40.1	*Werbung/Werbegestaltung	18.989	20.214	21.148	21.828	22.408	23.029	23.361
74.40.2	Werbung/Werbevermittlung	18.231	17.977	17.889	17.679	17.633	17.798	17.783
	Teilmarkt insgesamt	**37.220**	**38.191**	**39.037**	**39.507**	**40.041**	**40.827**	**41.144**
11. Software-/Games-Industrie								
72.20.1	Verlegen von Software	571	593	615	641	704	706	723
72.20.2	Softwareberatung und -entwicklung	27.062	30.190	32.790	35.078	37.255	39.797	41.124
	Teilmarkt insgesamt	**27.633**	**30.783**	**33.405**	**35.719**	**37.959**	**40.503**	**41.847**
(-) Sonstiges								
92.31.4	Selbständige Restauratoren/ Restauratorinnen	1.070	1.115	1.209	1.266	1.288	1.304	1.321
92.51.0	Bibliotheken/Archive	66	70	69	74	90	92	97
92.52.2	Betrieb von Denkmalstätten	63	51	60	65	79	83	88
92.53.0	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	229	252	278	300	325	313	319
92.33.0	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks	3.438	3.431	3.388	3.364	3.374	3.373	3.371
	Teilmarkt insgesamt	**4.866**	**4.919**	**5.004**	**5.069**	**5.156**	**5.165**	**5.195**
	Mit Doppelzählung	**235.939**	**246.832**	**258.336**	**269.576**	**278.027**	**286.779**	**292.037**
	Doppelte Wirtschaftszweige	41.972	44.783	47.504	50.200	52.289	54.009	55.201
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1–12		**193.967**	**202.049**	**210.832**	**219.376**	**225.738**	**232.770**	**236.837**
Anteil an Gesamtwirtschaft		**6,7%**	**6,8%**	**6,9%**	**7,1%**	**7,2%**	**7,3%**	**7,4%**

Hinweise: * Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; ** Schätzwerte bzw. vorläufige Angaben; *** Schätzwerte für den gesamten Wirtschaftszweig; Journalisten auch bei Rundfunk (Änderung der Abgrenzung von 2009); Tanzschulen ab 2009 erweitert zu Kulturunterricht; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tabelle 1.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 3.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2003 bis 2009

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Umsatz						
		in Mio. € 2003	in Mio. € 2004	in Mio. € 2005	in Mio. € 2006	in Mio. € 2007	in Mio. € 2008	in Mio. € 2009**
1. Musikwirtschaft								
92.31.5	Selbständige Musiker/-innen, Komponisten/Komponistinnen	241	235	238	244	236	244	244
92.31.2	Musik- und Tanzensembles	201	222	215	214	216	241	241
22.14.0	Verlage von bespielten Tonträgern und Musikverlage	2.001	2.002	2.083	1.867	1.762	1.806	1.754
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	963	1.011	1.196	1.301	1.325	1.420	1.370
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	329	303	343	334	333	383	387
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur-/ Unterhaltungswesens	225	285	302	381	406	457	479
52.45.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	969	967	1.015	1.051	1.004	1.044	1.063
	Teilmarkt insgesamt	**4.930**	**5.025**	**5.391**	**5.392**	**5.282**	**5.596**	**5.538**
2. Buchmarkt								
92.31.6	*Selbständige Schriftsteller/-innen	384	409	446	456	481	505	505
22.11.1	Buchverlage	9.697	9.228	9.639	10.294	10.213	9.980	10.359
52.47.2	Einzelhandel mit Büchern	3.929	3.968	4.048	3.993	3.929	3.962	3.903
	Teilmarkt insgesamt	**14.010**	**13.605**	**14.133**	**14.743**	**14.623**	**14.446**	**14.766**
3. Kunstmarkt								
92.31.3	*Selbständige bildende Künstler/ -innen (Kunst)	607	623	665	713	768	898	898
52.48.2***	Kunsthandel (Schätzung)	583	590	608	588	589	600	492
92.52.1	Museumsshops und Kunstausstellungen	300	324	341	466	440	448	451
	Teilmarkt insgesamt	**1.490**	**1.536**	**1.614**	**1.767**	**1.798**	**1.946**	**1.840**
4. Filmwirtschaft								
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/-innen	646	678	714	754	807	847	847
92.11.0	Film-/TV- und Videofilmherstellung	4.291	3.964	4.083	3.788	3.534	3.668	3.441
92.12.0	Filmverleih- und Videoprogrammanbieter	1.428	1.317	1.465	1.621	1.372	1.451	1.361
92.13.0	Kinos	1.504	1.616	1.363	1.446	1.331	1.316	1.501
	Teilmarkt insgesamt	**7.869**	**7.576**	**7.625**	**7.609**	**7.044**	**7.283**	**7.150**

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Umsatz						
		in Mio. € 2003	in Mio. € 2004	in Mio. € 2005	in Mio. € 2006	in Mio. € 2007	in Mio. € 2008	in Mio. € 2009**
5. Rundfunkwirtschaft								
92.40.2	*Selbständige Journalisten/ Journalistinnen	941	1.018	1.066	1.197	1.255	1.307	1.307
92.20.0	Rundfunkveranstalter, Hersteller von Hörfunk-und Fernsehprogrammen	7.656	7.880	8.225	8.600	8.976	8.778	7.971
	Teilmarkt insgesamt	**8.597**	**8.898**	**9.290**	**9.797**	**10.232**	**10.085**	**9.277**
6. Markt für darstellende Künste								
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/-innen	646	678	714	754	807	847	847
92.31.8	Selbständige Artisten/Artistinnen	36	35	34	36	37	38	38
92.31.1	Theaterensembles	36	38	37	41	50	50	50
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	963	1.011	1.196	1.301	1.325	1.420	1.370
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	329	303	343	334	333	383	387
92.32.3	Varietes u. Kleinkunstbühnen	89	74	72	74	88	83	78
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur-/ Unterhaltungswesens	225	285	302	381	406	457	479
92.34.1	Tanzschulen/ab 2009 Kulturunterricht	166	173	183	198	205	209	219
92.34.2	Weitere Kultur-/Unterhaltungs-einrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater)	703	752	887	1.036	1.111	1.060	1.012
	Teilmarkt insgesamt	**3.192**	**3.350**	**3.769**	**4.154**	**4.360**	**4.548**	**4.481**
7. Designwirtschaft								
74.20.6	Industriedesign	437	484	538	680	793	761	730
74.87.4	Produkt-/Mode-/Grafikdesign	1.406	1.503	1.590	1.595	1.659	1.732	1.808
74.40.1	*Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung	9.012	9.576	11.188	12.594	13.355	13.489	12.679
	Teilmarkt insgesamt	**10.855**	**11.563**	**13.316**	**14.869**	**15.807**	**15.981**	**15.218**
8. Architekturmarkt								
74.20.1	Architekturbüros f. Hochbau u. Innenarchitektur	6.013	5.839	6.003	6.246	6.404	6.736	6.736
74.20.2	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung	660	525	544	626	699	762	762
74.20.3	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	385	370	387	414	429	504	504
	Teilmarkt insgesamt	**7.058**	**6.734**	**6.934**	**7.287**	**7.532**	**8.002**	**8.002**

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Umsatz						
		in Mio. € 2003	in Mio. € 2004	in Mio. € 2005	in Mio. € 2006	in Mio. € 2007	in Mio. € 2008	in Mio. € 2009**
9. Pressemarkt								
92.40.2	*Selbständige Journalisten/ Journalistinnen	941	1.018	1.066	1.197	1.255	1.307	1.307
92.40.1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	925	790	813	804	882	759	751
22.11.2	Verlage von Adressbüchern	1.107	1.074	1.068	1.102	1.113	1.232	1.262
22.12.0	Zeitungsverlage	8.505	8.634	10.833	10.617	10.896	8.873	8.465
22.13.0	Zeitschriftenverlage	12.785	12.652	10.651	10.172	10.165	12.271	11.707
22.15.0	Sonstiges Verlagswesen	3.618	3.762	3.362	3.419	3.605	3.623	3.669
	Teilmarkt insgesamt	**27.882**	**27.930**	**27.792**	**27.312**	**27.916**	**28.065**	**27.160**
10. Werbemarkt								
74.40.1	*Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung	9.012	9.576	11.188	12.594	13.355	13.489	12.679
74.40.2	Werbung/Werbevermittlung	13.828	13.771	12.838	13.203	13.859	13.699	12.877
	Teilmarkt insgesamt	**22.839**	**23.347**	**24.025**	**25.797**	**27.214**	**27.188**	**25.557**
11. Software-/Games-Industrie								
72.20.1	Verlegen von Software	476	732	834	751	901	988	938
72.20.2	Softwareberatung und -entwicklung	18.812	20.753	22.194	23.352	26.564	28.557	27.129
	Teilmarkt insgesamt	**19.288**	**21.485**	**23.028**	**24.103**	**27.465**	**29.545**	**28.067**
(-) Sonstiges								
92.31.4	Selbständige Restauratoren/ Restauratorinnen	106	106	118	136	133	133	133
92.51.0	Bibliotheken/Archive	22	18	19	20	23	29	28
92.52.2	Betrieb von Denkmalstätten	26	17	20	24	27	27	27
92.53.0	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	173	183	220	209	261	267	269
92.33.0	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks	827	814	858	894	952	964	964
	Teilmarkt insgesamt	**1.154**	**1.138**	**1.234**	**1.283**	**1.396**	**1.420**	**1.420**
	Mit Doppelzählung	**129.163**	**132.186**	**138.152**	**144.112**	**150.669**	**154.105**	**148.477**
	Doppelte WZ	12.115	12.872	14.808	16.561	17.481	17.903	17.070
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1–12		**117.047**	**119.314**	**123.344**	**127.552**	**133.187**	**136.202**	**131.407**
Anteil an Gesamtwirtschaft		**2,8%**	**2,7%**	**2,7%**	**2,6%**	**2,6%**	**2,5%**	**2,7%**

Hinweise: * Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; ** Schätzwerte bzw. vorläufige Angaben; *** Schätzwerte für den gesamten Wirtschaftszweig; Journalisten auch Rundfunk zugeordnet; Rundfunk Umsatz 2006 wurde wegen statistischer Veränderungen berichtigt; Gesamtwirtschaft Schätzung 2009 nach Produktionswert aus VGR -8,5 Prozent für 2009 (Tabelle 3.2.3); Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tabelle 1.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 3.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2003 bis 2009

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige						
		Anzahl 2003	Anzahl 2004	Anzahl 2005	Anzahl 2006	Anzahl 2007	Anzahl 2008	Anzahl 2009**
1. Musikwirtschaft								
92.31.5	Selbständige Musiker/-innen, Komponisten/Komponistinnen	2.280	2.338	2.438	2.471	2.532	2.623	2.665
92.31.2	Musik- und Tanzensembles	7.410	7.338	7.320	7.368	7.184	7.208	7.226
22.14.0	Verlage von bespielten Tonträgern u. Musikverlage	4.734	4.699	5.049	5.155	5.315	5.408	5.330
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	7.648	7.173	7.104	7.046	6.778	6.720	6.551
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	3.531	3.388	3.330	3.347	3.376	3.423	3.498
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens	3.116	3.392	3.576	3.677	4.379	4.620	4.964
52.45.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	6.249	6.043	5.835	5.920	6.016	6.079	6.109
	Teilmarkt insgesamt	**34.968**	**34.371**	**34.652**	**34.984**	**35.580**	**36.081**	**36.342**
2. Buchmarkt								
92.31.6	Selbständige Schriftsteller/-innen	5.270	5.598	5.898	6.179	6.388	6.746	6.903
22.11.1	Buchverlage	47.133	44.190	43.357	43.136	40.197	39.739	37.466
52.47.2	Einzelhandel mit Büchern	33.938	33.359	32.763	32.182	31.978	31.866	30.238
	Teilmarkt insgesamt	**86.341**	**83.147**	**82.018**	**81.497**	**78.563**	**78.351**	**74.607**
3. Kunstmarkt								
92.31.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	8.730	8.844	9.158	9.489	9.869	10.514	10.707
52.48.2***	Kunsthandel (Schätzung)	3.893	3.826	3.757	3.670	3.604	3.642	3.693
92.52.1	Museumsshops (mit, Schätzung) Kunstausstellungen	1.994	2.049	2.039	2.090	2.148	2.147	2.170
	Teilmarkt insgesamt	**14.617**	**14.719**	**14.953**	**15.249**	**15.621**	**16.303**	**16.570**
4. Filmwirtschaft								
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/-innen	8.708	9.202	10.393	10.369	10.873	11.331	11.558
92.11.0	Film-/TV- und Videofilmherstellung	29.963	31.215	31.664	30.682	31.779	33.472	33.682
92.12.0	Filmverleih- und Videoprogrammanbieter	4.054	4.001	3.697	3.641	3.643	3.745	3.410
92.13.0	Kinos	12.041	10.536	9.775	9.158	9.289	9.060	9.278
	Teilmarkt insgesamt	**54.766**	**54.954**	**55.529**	**53.850**	**55.584**	**57.608**	**57.927**

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige						
		Anzahl 2003	Anzahl 2004	Anzahl 2005	Anzahl 2006	Anzahl 2007	Anzahl 2008	Anzahl 2009**
5. Rundfunkwirtschaft								
92.40.2	*Selbständige Journalisten/ Journalistinnen	14.534	15.511	16.744	18.174	19.165	19.742	20.307
92.20.0	Rundfunkveranstalter, Hersteller von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	22.171	22.727	23.609	23.347	24.638	24.960	26.107
	Teilmarkt insgesamt	**36.705**	**38.238**	**40.353**	**41.521**	**43.803**	**44.702**	**46.413**
6. Markt für darstellende Künste								
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/ -innen	8.708	9.202	10.393	10.369	10.873	11.331	11.558
92.31.8	Selbständige Artisten/Artistinnen	559	573	590	626	628	637	621
92.31.1	*Theaterensembles	1.334	1.305	1.284	1.233	1.218	1.210	1.231
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	7.648	7.173	7.104	7.046	6.778	6.720	6.551
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	3.531	3.388	3.330	3.347	3.376	3.423	3.498
92.32.3	Varietes u. Kleinkunstbühnen	838	782	806	807	847	867	917
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens	3.116	3.392	3.576	3.677	4.379	4.620	4.964
92.34.1	Tanzschulen/ab 2009 Kulturunterricht	2.808	2.827	2.851	3.020	3.156	3.351	4.188
92.34.2	Weitere Kultur-/Unterhaltungs-einrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater)	4.401	4.806	6.271	6.774	6.956	7.621	7.728
	Teilmarkt insgesamt	**32.943**	**33.447**	**36.205**	**36.899**	**38.211**	**39.780**	**41.256**
7. Designwirtschaft								
74.20.6	Industriedesign	7.359	7.691	8.202	8.683	9.302	9.639	9.519
74.87.4	Produkt-/Mode-/Grafikdesign	16.578	17.193	18.011	19.133	19.681	20.894	22.075
74.40.1	*Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung	92.959	89.921	90.876	92.331	96.297	101.947	98.233
	Teilmarkt insgesamt	**116.896**	**114.805**	**117.089**	**120.147**	**125.280**	**132.480**	**129.827**
8. Architekturmarkt								
74.20.1	Architekturbüros f. Hochbau u. Innenarchitektur	93.101	88.494	85.609	84.251	84.339	87.010	86.950
74.20.2	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung	10.409	10.086	9.510	9.425	9.310	9.961	10.482
74.20.3	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	6.417	6.093	5.866	5.950	6.051	6.359	6.489
	Teilmarkt insgesamt	**109.927**	**104.673**	**100.985**	**99.626**	**99.700**	**103.330**	**103.921**

WZ-2003	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige						
		Anzahl 2003	Anzahl 2004	Anzahl 2005	Anzahl 2006	Anzahl 2007	Anzahl 2008	Anzahl 2009**
9. Pressemarkt								
92.40.2	*Selbständige Journalisten/ Journalistinnen	14.534	15.511	16.744	18.174	19.165	19.742	20.307
92.40.1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	8.543	8.294	7.428	7.201	7.390	7.779	7.773
22.11.2	Verlage von Adressbüchern	3.783	3.604	3.620	3.701	4.394	4.550	4.429
22.12.0	Zeitungsverlage	60.087	56.663	52.543	50.971	50.231	49.846	49.707
22.13.0	Zeitschriftenverlage	37.861	36.794	37.108	36.759	37.429	37.116	36.356
22.15.0	Sonstiges Verlagswesen	6.750	7.162	7.240	7.554	7.809	7.700	7.903
	Teilmarkt insgesamt	**131.558**	**128.028**	**124.683**	**124.360**	**126.418**	**126.733**	**126.475**
10. Werbemarkt								
74.40.1	*Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung	92.959	89.921	90.876	92.331	96.297	101.947	-
74.40.2	Werbung/Werbevermittlung	52.820	50.849	49.061	49.690	49.748	50.887	-
	Teilmarkt insgesamt	**145.779**	**140.770**	**139.937**	**142.021**	**146.045**	**152.834**	**149.216**
11. Software-/Games-Industrie								
72.20.1	Verlegen von Software	585	654	693	1.090	1.324	1.395	-
72.20.2	Softwareberatung und -entwicklung	278.059	276.375	290.613	304.715	325.038	345.528	-
	Teilmarkt insgesamt	**278.644**	**277.029**	**291.306**	**305.805**	**326.362**	**346.923**	**367.913**
(-) Sonstiges								
92.31.4	Selbständige Restauratoren/ Restauratorinnen	2.776	2.591	2.602	2.671	2.689	2.695	2.695
92.51.0	Bibliotheken/Archive	1.127	1.084	1.034	1.037	1.004	1.006	1.006
92.52.2	Betrieb von Denkmalstätten	230	228	219	188	180	187	187
92.53.0	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	733	748	731	770	811	807	807
92.33.0	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks	13.921	14.117	13.610	13.576	13.811	13.496	13.496
	Teilmarkt insgesamt	**18.787**	**18.768**	**18.196**	**18.242**	**18.494**	**18.191**	**18.189**
	Mit Doppelzählung	**1.061.932**	**1.042.949**	**1.055.906**	**1.074.201**	**1.109.662**	**1.153.315**	**1.168.656**
	Doppelte WZ	130.496	128.587	132.023	134.944	140.868	147.783	145.110
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1–12		**931.435**	**914.362**	**923.883**	**939.257**	**968.794**	**1.005.532**	**1.023.546**
Anteil an Gesamtwirtschaft		**3,1%**	**3,1%**	**3,2%**	**3,2%**	**3,2%**	**3,3%**	**3,3%**

Hinweise: *Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; **Schätzwert bzw. vorläufige Angaben; ***Schätzwerte für den gesamten Wirtschaftszweig; Journalisten auch Rundfunk zugeordnet; Rundfunk Schätzwert von 35% durch jährlich wechselnde Anteilswerte ersetzt: 35,36,38,37,39,39% für die Jahre 2003-2008, siehe dazu: Goldmedia: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009. im Auftrag von acht Landesmedienanstalten unter Federführung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) Berlin 2010; rote Werte anteilig für erwerbswirtschaftlichen Wirtschaftszweig geschätzt; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tab.1.

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

Tabelle 4.1: Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt 2006 und 2008

Unternehmenstyp	Größenklasse	Unternehmen Anzahl	%-Anteil Unterneh-men	Umsatz in Mio. Euro	%-Anteil Umsatz	Umsatz je Unternehmen In tsd. Euro
		2008	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**
Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	225.868	97%	36.382	26,7%	161
Kleinunternehmen	bis 10 Mio. Euro	5.336	2%	21.878	16,1%	4.100
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	1.083	0%	22.293	16,4%	20.581
Große Unternehmen	über 50 Mio. Euro	292	0%	55.649	40,9%	190.777
Alle Unternehmenstypen	**insgesamt**	**232.578**	**100%**	**136.201**	**100%**	**586**
Veränderung 2008 gegenüber 2006 in Prozent						
Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	6%	-	6%	-	0%
Kleinunternehmen	bis 10 Mio. Euro	10%	-	11%	-	1%
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	4%	-	3%	-	-1%
Große Unternehmen	über 50 Mio. Euro	7%	-	10%	-	2%
Alle Unternehmenstypen	**insgesamt**	**6%**	**-**	**8%**	**-**	**2%**
Unternehmenstyp	**Größenklasse**	**Unternehmen Anzahl**	**%-Anteil Unterneh-men**	**Umsatz in Mio. Euro**	**%-Anteil Umsatz**	**Umsatz je Unternehmen In tsd. Euro**
		2006	**2006**	**2006**	**2006**	**2006**
Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	213.225	97%	34.275	27,1%	161
Kleinunternehmen	bis 10 Mio. Euro	4.839	2%	19.726	15,6%	4.077
Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	1.041	0%	21.600	17,1%	20.753
Große Unternehmen	über 50 Mio. Euro	271	0%	50.776	40,2%	187.053
Alle Unternehmenstypen	insgesamt	**219.376**	**100%**	**126.378**	**100%**	**576**

Hinweise: Die Teilgruppen entsprechen folgenden statistischen Gruppen: Nr. 22.1, 92.1-5, 72.2, 74.20.1-3 u. 6, 744, 74.87.4 sowie 52.47 (Kulturhandel geschätzt 62,11 Prozent Unternehmen + 74,80 Prozent Umsatz); Differenzen zu Daten der Tabelle 1 wegen Schätzwerten zu Kulturhandel möglich; Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tabelle 1.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 4.2: Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (Auswahl) 2008

Teilmarkt Wz-Aus-wahl	Unternehmenstyp	Größenklasse	Unter-nehmen Anzahl	%-Anteil Unterneh-men	Umsatz in Mio. Euro	%-Anteil Umsatz	Umsatz je Unternehmen In tsd. Euro
			2008	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**
Musik	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	3.734	95%	897	25%	240
22141	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	139	4%	519	15%	3.731
52453	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	36	1%	574	16%	15.944
92321	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	12	0,3%	1.528	43%	127.333
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**3.921**	**100%**	**3.517**	**100%**	**897**
Buch	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	6.948	93%	2.220	16%	320
22111	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	382	5%	1.524	11%	3.990
52472	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	120	2%	2.416	17%	20.131
	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	34	0,5%	7.782	56%	228.894
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**7.484**	**100%**	**13.942**	**100%**	**1.863**
Kunst	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	927	96%	189	42%	203
92521	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	38	4%	159	35%	4.184
ohne	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	4	0,4%	101	23%	25.285
52482	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	-	-	-	-	-
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**969**	**100%**	**449**	**100%**	**463**
Film	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	8.736	95%	1.732	27%	198
921	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	381	4%	1.530	24%	4.016
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	39	0,4%	759	12%	19.467
	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	21	0,2%	2.415	38%	114.978
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**9.177**	**100%**	**6.436**	**100%**	**701**
Rundfunk	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	767	82%	286	3%	373
922	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	106	11%	478	5%	4.507
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	39	4%	860	10%	22.045
	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	22	2%	7.155	82%	325.218
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**934**	**100%**	**8.778**	**100%**	**9.398**
Darst. K.	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	42.863	99%	4.396	58%	103
923	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	298	1%	1.165	15%	3.911
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	60	0,1%	1.131	15%	18.855
	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	7	0,02%	840	11%	120.032
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**43.228**	**100%**	**7.533**	**100%**	**174**

Teilmarkt Wz-Aus-wahl	Unternehmenstyp	Größenklasse	Unter-nehmen Anzahl	%-Anteil Unterneh-men	Umsatz in Mio. Euro	%-Anteil Umsatz	Umsatz je Unternehmen In tsd. Euro
Design	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	18.200	99%	1.892	76%	104
74206	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	103	1%	398	16%	3.869
74874	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	8	0,04%	147	6%	18.375
ohne 74401	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	1	0,01%	55	2%	55.209
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**18.312**	**100%**	**2.493**	**100%**	**136**
Architektur	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	40.234	99%	6.063	76%	151
74201	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	354	1%	1.304	16%	3.683
74202	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	35	0,1%	585	7%	16.708
74203	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	1	0,002%	50	1%	50.000
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**40.624**	**100%**	**8.002**	**100%**	**197**
Presse	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	8.321	86%	2.534	7%	305
221	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	914	9%	3.959	10%	4.332
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	321	3,3%	6.935	18%	21.604
	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	121	1,3%	24.357	64%	201.296
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**9.677**	**100%**	**37.785**	**100%**	**3.905**
Werbung	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	39.247	96%	7.384	27%	188
744	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	1.333	3%	5.268	19%	3.952
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	194	0,5%	3.800	14%	19.586
	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	53	0,1%	10.736	39%	202.566
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**40.827**	**100%**	**27.188**	**100%**	**666**
Soft./Games	Kleinstunternehmen	bis 2 Mio. Euro	38.551	95%	7.605	26%	197
722	Kleine Unternehmen	bis 10 Mio. Euro	1.561	4%	6.540	22%	4.190
	Mittlere Unternehmen	bis 50 Mio. Euro	336	0,8%	6.904	23%	20.549
	Großunternehmen	ab 50 Mio. Euro	55	0,1%	8.495	29%	154.454
	Alle Unternehmenstypen	**Insgesamt**	**40.503**	**100%**	**29.545**	**100%**	**729**

Hinweise: Steuerpflichtige Unternehmen und Selbständige mit Jahresumsätzen ab 17.500 Euro. Presse abweichend zur Teilmarkt-Abgrenzung WZ-Nr. 221 insgesamt. Differenzen rundungsbedingt; weitere Hinweise siehe Tab.1.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 5.1: Entwicklung der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft 2003 – 2009

Teilmarkt	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2009*	Veränderung 2009* zu 2003	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2008	Veränderung 2008 zu 2003
Musikwirtschaft	**1,7%**	10,9%	**1,9%**	10,0%
Buchmarkt	**1,6%**	10,1%	**1,8%**	9,4%
Kunstmarkt	**3,0%**	19,1%	**3,1%**	16,7%
Filmwirtschaft	**3,5%**	22,9%	**3,8%**	20,6%
Rundfunkwirtschaft	**5,9%**	41,1%	**6,5%**	37,1%
Markt für darstellende Künste	**4,9%**	33,5%	**5,5%**	30,4%
Designwirtschaft	**4,2%**	28,0%	**4,7%**	25,7%
Architekturmarkt	**1,9%**	11,6%	**2,0%**	10,4%
Pressemarkt	**4,3%**	29,0%	**4,7%**	26,1%
Werbemarkt	**1,7%**	10,5%	**1,9%**	9,7%
Software-/Games-Industrie	**7,2%**	51,4%	**7,9%**	46,6%
Kultur- und Kreativwirtschaft	**3,4%**	**22,1%**	**3,7%**	**20,0%**
Gesamtwirtschaft	**1,6%**	10,2%	**1,8%**	9,3%

Hinweis: weitere Hinweise siehe Tabelle 1 und Tabelle 2.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 5.2: Entwicklung der Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2003 – 2009

Teilmarkt	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2009*	Veränderung 2009* zu 2003	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2008	Veränderung 2008 zu 2003
Musikwirtschaft	**2,0%**	12,3%	**2,6%**	13,5%
Buchmarkt	**0,9%**	5,4%	**0,6%**	3,1%
Kunstmarkt	**3,6%**	23,5%	**5,5%**	30,6%
Filmwirtschaft	**-1,6%**	-9,1%	**-1,5%**	-7,4%
Rundfunkwirtschaft	**1,3%**	7,9%	**3,2%**	17,3%
Markt für darstellende Künste	**5,8%**	40,4%	**7,3%**	42,5%
Designwirtschaft	**5,8%**	40,2%	**8,0%**	47,2%
Architekturmarkt	**2,1%**	13,4%	**2,5%**	13,4%
Pressemarkt	**-0,4%**	-2,6%	**0,1%**	0,7%
Werbemarkt	**1,9%**	11,9%	**3,5%**	19,0%
Software-/Games-Industrie	**6,5%**	45,5%	**8,9%**	53,2%
Kultur- und Kreativwirtschaft	**1,9%**	**12,3%**	**3,1%**	**16,4%**
Gesamtwirtschaft	**2,6%**	16,6%	**5,0%**	27,4%

Hinweis: 2009* = Schätzwerte bzw. vorläufige Angaben; weitere Hinweise siehe Tab.1. und Tab.2

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 5.3: Entwicklung der Erwerbstätigen (Selbständige und abhängig Beschäftigte) der Kultur- und Kreativwirtschaft 2003 – 2009

Teilmarkt	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2009*	Veränderung 2009* zu 2003	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2008	Veränderung 2008 zu 2003
Musikwirtschaft	**0,6%**	3,9%	**0,6%**	3,2%
Buchmarkt	**-2,4%**	-13,6%	**-1,9%**	-9,3%
Kunstmarkt	**2,1%**	13,4%	**2,2%**	11,5%
Filmwirtschaft	**0,9%**	5,8%	**1,0%**	5,2%
Rundfunkwirtschaft	**4,0%**	26,4%	**4,0%**	21,8%
Markt für darstellende Künste	**3,8%**	25,2%	**3,8%**	20,8%
Designwirtschaft	**1,8%**	11,1%	**2,5%**	13,3%
Architekturmarkt	**-0,9%**	-5,5%	**-1,2%**	-6,0%
Pressemarkt	**-0,7%**	-3,9%	**-0,7%**	-3,7%
Werbemarkt	**0,4%**	2,4%	**0,9%**	4,8%
Software-/Games-Industrie	**4,7%**	32,0%	**4,5%**	24,5%
Kultur- und Kreativwirtschaft	**1,6%**	**9,9%**	**1,5%**	**8,0%**
Gesamtwirtschaft	**0,4%**	2,4%	**0,5%**	2,6%

Hinweis: 2009* = Schätzwerte bzw. vorläufige Angaben; weitere Hinweise siehe Tab.1. und Tab.2

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

Tabelle 5.4: Entwicklung der abhängig Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2003–2009

Teilmarkt	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2009*	Veränderung 2009* zu 2003	Durchschnitt jährliche Veränderung 2003–2008	Veränderung 2008 zu 2003
Musikwirtschaft	**0,2%**	1,2%	**0,1%**	0,4%
Buchmarkt	**-3,2%**	-17,7%	**-2,6%**	-12,5%
Kunstmarkt	**0,0%**	-0,3%	**-0,1%**	-0,7%
Filmwirtschaft	**-0,2%**	-1,1%	**-0,2%**	-1,0%
Rundfunkwirtschaft	**2,7%**	17,5%	**2,4%**	12,4%
Markt für darstellende Künste	**2,9%**	18,8%	**2,5%**	13,3%
Designwirtschaft	**0,7%**	4,4%	**1,6%**	8,5%
Architekturmarkt	**-2,5%**	-14,1%	**-3,0%**	-14,3%
Pressemarkt	**-1,7%**	-9,6%	**-1,8%**	-8,8%
Werbemarkt	**-0,1%**	-0,4%	**0,6%**	3,2%
Software-/Games-Industrie	**4,5%**	29,9%	**4,1%**	22,1%
Kultur- und Kreativwirtschaft	**1,1%**	**6,7%**	**0,9%**	**4,8%**
Gesamtwirtschaft	**0,3%**	1,6%	**0,4%**	1,9%

Hinweis: 2009* = Schätzwerte bzw. vorläufige Angaben; weitere Hinweise siehe Tab.1. und Tab.2

Quelle: Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/ Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 6: Selbständige Künstler und Künstlerinnen nach Umsatzgrößenklassen und Berufsgruppen 2008

Absolutangaben	Komponisten Anzahl	Musik-/Tanz-ensembles Anzahl	Bildende Künstler Anzahl	Bühnen-künstler Anzahl	Schriftsteller Anzahl	Journalisten Anzahl
	2008	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**
Umsatzgrößenklasse						
17.500–50.000 Euro	1.312	1.087	5.095	5.649	3.644	10.611
50.000–100.000 Euro	628	368	2.264	2.347	1.647	4.974
100.000–250.000 Euro	364	203	1.232	1.318	846	2.056
250.000–500.000 Euro	99	73	336	316	196	387
500.000–1 Mio. Euro	39	27	114	114	60	137
ab 1 Million Euro	19	34	65	61	29	34
Insgesamt	**2.461**	**1.792**	**9.106**	**9.805**	**6.422**	**18.199**

Anteil in %	Komponisten %	Musik-/Tanz-ensembles %	Bildende Künstler %	Bühnen-künstler %	Schriftsteller %	Journalisten %
	2008	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**
Umsatzgrößenklasse						
17.500–50.000 Euro	53,3	60,7	56,0	57,6	56,7	58,3
50.000–100.000 Euro	25,5	20,5	24,9	23,9	25,6	27,3
100.000–250.000 Euro	14,8	11,3	13,5	13,4	13,2	11,3
250.000–500.000 Euro	4,0	4,1	3,7	3,2	3,1	2,1
500.000–1 Mio. Euro	1,6	1,5	1,3	1,2	0,9	0,8
ab 1 Million Euro	0,8	1,9	0,7	0,6	0,5	0,2
Insgesamt	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Veränderung der Absolutangaben 2008 gegenüber 2006 in %	Komponisten %	Musik-/Tanz-ensembles %	Bildende Künstler %	Bühnen-künstler %	Schriftsteller %	Journalisten %
	2008	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**	**2008**
Umsatzgrößenklasse						
17.500–50.000 Euro	0,6%	-5,6%	10,2%	6,8%	4,8%	7,1%
50.000–100.000 Euro	19,6%	0,5%	14,5%	12,0%	16,1%	13,3%
100.000–250.000 Euro	3,4%	-9,4%	19,5%	20,7%	9,6%	15,1%
250.000–500.000 Euro	0,0%	19,7%	27,3%	10,1%	10,7%	7,2%
500.000–1 Mio. Euro	11,4%	0,0%	25,3%	2,7%	39,5%	11,4%
ab 1 Million Euro	-13,6%	13,3%	25,0%	22,0%	7,4%	-24,4%
Insgesamt	**5,3%**	**-3,6%**	**13,3%**	**9,9%**	**8,6%**	**9,5%**

Hinweis: Selbständige Künstler/-innen mit Jahresumsätzen ab 17.500 Euro

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2010; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 7: Freiberufliche Künstler und Künstlerinnen 2000 – 2010, Versichertenbestand der Künstlersozialkasse

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

Quelle: Künstlersozialkasse 2010

5.4 Literaturliste

Bundesagentur für Arbeit (2010), Beschäftigtenstatistik, verschiedene Jahrgänge, Nürnberg

DCMS (2010): Creative Industries Economic Estimates. Statistical Bulletin February 2010

Destatis (2010): Dienstleistungen. Konjunkturstatistische Erhebung in bestimmten Dienstleistungsbereichen. Umsatz- und Beschäftigungsindizes 1. Vierteljahr 2010. Fachserie 9, Reihe 3, Wiesbaden

Destatis (2010): Jahresbericht für Betriebe 2009. Betriebe von Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden mit 20 und mehr tätigen Personen, Wiesbaden

Destatis (2010): Mikrozensus, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden

Destatis (2010): Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden

Destatis (2010): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Detailergebnisse 2007, Stand Mai 2010

Destatis (2010): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen 2009. Inlandsproduktsberechnung, detaillierte Jahresergebnisse. Fachserie 18 Reihe 1.4 Wiesbaden (Stand Mai 2010)

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

EU Commission (2010): Green Paper. Unlocking the potential of cultural and creative industries, Brussels, COM(2010) 183

EU Commission, DG Enterprise and Industry (2010): The Amsterdam Declaration. Addressed to regional, national and European policy-makers and adopted by the participants of the workshop “Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe” organised by the European Commission’s Enterprise & Industry Directorate-General in cooperation with the City of Amsterdam, the European Design Centre, the Association of Dutch Designers and IIP Create, March 2010

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

Eurostat, ESSnet Culture (2009): Task Force Cultural Industries, Luxembourg

Eurostat, Leadership Group (LEG) (2001): Task Force on Cultural Employment, Luxembourg

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

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

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

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

Söndermann, M. (2002): Die Darstellenden Künste in NRW, Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf

UNCTAD (2008): Creative Economy Report, Genf (Neuerscheinung des Reports 2010 voraussichtlich Dezember 2010)

Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009. Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten: BLM/Bayern, LFK/Baden-Württemberg, LfM/ Nordrhein-Westfalen, LMK/Rheinland-Pfalz, LPR/ Hessen, mabb/ Berlin-Brandenburg, MA HSH/ Hamburg- Schleswig-Holstein und SLM/Sachsen (Hrsg.) durchgeführt von: Goldmedia, TNS Infratest und Guido Schneider, Berlin 2010

Weitere Literatur- und Informationsquellen, siehe dazu in den Kapiteln 3.1-3.11 (elf Teilmärkte)

5.5 Liste der aktuellen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte in Deutschland

(Stand Oktober 2010)
Bundes- und Bundesländerberichte

Deutscher Bundestag:
Kultur- und Kreativwirtschaft, in: Kultur in Deutschland. Enquete-Kommission (2007) Schlussbericht. Deutscher Bundestag. Drucksache 16/7000, Berlin (5. Kapitel)

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

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

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

Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009 = Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2009

Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Forschungsbericht Nr. 577, Kurzfassung des Forschungsgutachtens, Hrsg.: Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2009

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

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

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

Bayern:
Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht Bayern (Sommer 2011), Auftraggeber: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie, München

Berlin:
Zweiter Kulturwirtschaftsbericht (2009). Kulturwirtschaft in Berlin - Entwicklungen und Potentiale, Hrsg.: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, der regierende Bürgermeister von Berlin, Senatskanzlei - Kulturelle Angelegenheiten, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Berlin

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

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

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

Hamburg:
Kreativwirtschaftsbericht 2011 der Freien und Hansestadt Hamburg, Auftraggeber: Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH (2011 in Vorbereitung)

Hessen:
Kulturwirtschaft in Hessen – Fortschreibung der wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen, Hrsg.: HA Hessen Agentur Werkstattbericht 67 Wiesbaden 2010

Dritter Kulturwirtschaftsbericht (2008), Hrsg.: Hessische Ministerien für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung sowie Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden

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

Niedersachsen:
Zweiter Kulturwirtschaftsbericht (2007), Hrsg.: Niedersächsische Ministerien für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr sowie Wissenschaft und Kultur, Hannover

Kulturwirtschaft in Niedersachsen. Quantitativer Befund und Schlussfolgerungen für die wirtschaftspolitische Diskussion (2002), Hrsg.: Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung, Hannover

Nordrhein-Westfalen:
Kultur- und Kreativwirtschaft, Ökonomische Impulse für Nordrhein-Westfalen (2009), Hrsg.: NRW.BANK, Düsseldorf

Fünfter Kulturwirtschaftsbericht (2007), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf

Rheinland-Pfalz:
Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Rheinland-Pfalz (2010), Hrsg.: Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz, Mainz

Saarland:
Kulturwirtschaftsbericht (2011 in Vorbereitung), Auftraggeber: Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft, Saarbrücken

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

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

Schleswig-Holstein:
Erster Kulturwirtschaftsbericht (2004) Hrsg.: Staatskanzlei (Kulturabteilung), Landesregierung Schleswig- Holstein, Kiel

Thüringen:
Potenzialanalyse für die Kreativwirtschaft in Thüringen (Frühjahr 2011), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie, Erfurt

Erster Kulturwirtschaftsbericht Thüringen (2008) – Kulturwirtschaft und öffentlicher Kultursektor: Verflechtungen und Entwicklungspotenziale, Hrsg.: Thüringer Kultusministerium, Erfurt

Auswahl aktueller kommunaler/regionaler Kulturwirtschaftsberichte (Stand: Oktober 2010)

Aachen:
Kulturwirtschaft in Aachen. Erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt (2005], Auftrageber: GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen

Kulturwirtschaft in Aachen. Potenziale einer Stadt (2007), Auftrageber: GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen

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

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

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

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

Dortmund:
Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht Dortmund (2007), Auftraggeber: Stadt Dortmund

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

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

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

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

Kreativwirtschaftsbericht Frankfurt (2008), Auftraggeber: Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH

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

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

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

Potenzialanalyse Kreativpark Karlsruhe (2010), Auftraggeber: Stadt Karlsruhe

Kassel:
Benchmark-Report. Initiativen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Projekt Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel: Identifizierung und Förderung regio-

naler Entwicklungspotentiale (2010), Herausgeber: Universität Kassel, Fachgebiet Umwelt- und Verhaltensökonomik

Köln:
Kulturwirtschaftsbericht Köln (2007), Auftraggeber: RheinEnergieStiftung Kultur

Kulturwirtschaftbericht Köln. Fortschreibung (2011), Auftraggeber: RheinEnergieStiftung Kultur

Leipzig:
(Bestandsaufnahme zur Kreativwirtschaft geplant)

München:
München – Standortfaktor Kreativität (2007), Auftraggeber: Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft

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

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

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

Ruhrgebiet:
Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet: eine vergleichende Analyse nach Stadttypen, Kurzstudie (2009), Auftraggeber: Regionalverband Ruhr

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr (2010), Auftraggeber: Wirtschaftsförderung Metropole Ruhr GmbH

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

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

Wiesbaden und Rhein-Main-Region:
Kreativcluster in Wiesbaden und der Rhein-Main-Region. Analyse der regionalen Wettbewerbsvorteile der Kreativwirtschaft mit drei Marktstudien zur Werbe- und Designwirtschaft, der Filmindustrie und dem Buchmarkt (2010), Auftraggeber: Landeshauptstadt Wiesbaden, Wirtschaftsförderung

5.6 Zukünftige Neuabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Vorläufige Abgrenzung nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008 im Vergleich mit den europäischen und internationalen Abgrenzungen NACE Rev.2 und ISIC Rev.4. Dieser Abstimmungsprozess wird mit Fachleuten im Arbeitskreis Kulturstatistik e. V. und internationalen Kollegen voraussichtlich zum Frühjahr/Sommer 2011 abgeschlossen sein.

A. Gliederung nach Systematik der Wirtschaftzweige – WZ 2008

ISIC Rev.4 4-digit-level	Nace Rev.2 4-digit-level	WZ2008 5-digit-level	NACE-/WZ-Description
Core activities of the Culture & Creative Industries (CCI)			
5811	58.11	**58.11.0**	Book publishing
5812	58.12	**58.12.0**	Publishing of directories and mailing lists
5813*	58.13	**58.13.0**	Publishing of newspapers
5813*	58.14	**58.14.0**	Publishing of journals and periodicals
5819	58.19	**58.19.0**	Other publishing activities
5820*	58.21	**58.21.0**	Publishing of computer games
5820*	58.29	**58.29.0**	Other software publishing
5911	59.11	**59.11.0**	Motion picture, video and television programme production activities
5912	59.12	**59.12.0**	Motion picture, video and television programme post-production activities
5913	59.13	**59.13.0**	Motion picture, video and television programme distribution activities
5914	59.14	**59.14.0**	Motion picture projection activities
5920	59.20	**59.20.1**	Activities of sound-recording studios and production of taped radio programming
		59.20.2	Publishing of sound recordings
		59.20.3	Publishing of printed music
6010	60.10	**60.10.0**	Radio broadcasting
6020	60.20	**60.20.0**	Television programming and broadcasting activities
6201	62.01	**62.01.1**	Web-page design and programming
		62.01.9	Other software development
	62.02	**62.02.0**	Computer consultancy activities
6312	63.12	**63.12.0**	Web portals
6391	63.91	**63.91.0**	News agency activities
7110*	71.11	**71.11.1**	Consulting architectural activities in building construction
		71.11.2	Consulting architectural activities in interior design
		71.11.3	Consulting architectural activities in town, city and regional planning
		71.11.4	Consulting architectural activities in landscape architecture
7310*	73.11	**73.11.0**	Advertising agencies
7310*	73.12	**73.12.0**	Media representation
7410	74.10	**74.10.1**	Activities of industrial, product and fashion designers
		74.10.2	Activities of graphics and communications designers
		74.10.3	Activities of interior decorators
7420	74.20	**74.20.1**	Activities of photographers
		74.20.2	Activities of photographic laboratories
7490*	74.30	**74.30.1**	Translation activities
		74.30.2	Interpretation activities
7722	77.22	**77.22.0**	Renting of video tapes and disks
8542	85.52	**85.52.0**	Cultural education
9000*	90.01	**90.01.1**	Activities of theatre ensembles
		90.01.2	Activities of ballet companies, orchestras, bands and choirs
		90.01.3	Activities of own-account performers and circus groups
		90.01.4	Activities of own-account stage, motion picture, radio and television artists and other performing arts activities

ISIC Rev.4 4-digit-level	Nace Rev.2 4-digit-level	WZ2008 5-digit-level	NACE-/WZ-Description
9000*	90.02	**90.02.0**	Support activities to performing arts
9000*	90.03	**90.03.1**	Activities of own-account composers, arranging of music
		90.03.2	Activities of own-account writers
		90.03.3	Activities of own-account visual artists
		90.03.4	Activities of own-account restorers
		90.03.5	Activities of own-account journalists and press photographers
9000*	90.04	**90.04.1**	Organisation of theatre performances and concerts
		90.04.2	Operation of opera houses, theatre and concert halls and similar facilities
		90.04.3	Operation of variety theatres and cabarets
9101	91.01	**91.01.0**	Library and archives activities
9102*	91.02	**91.02.0**	Museums activities
9102*	91.03	**91.03.0**	Operation of historical sites and buildings and similar visitor attractions
9103	91.04	**91.04.0**	Botanical and zoological gardens and nature reserves activities
Retail sale activities in the CCI			
4759*	47.59	**47.59.3**	Retail sale of musical instruments and scores in specialised stores
4761*	47.61	**47.61.0**	Retail sale of books in specialised stores
4761*	47.62	**47.62.1**	Retail sale of newspapers, journals and periodicals in specialised stores
		47.62.2	Retail sale of stationery, school and office supplies in specialised stores
4762	47.63	**47.63.0**	Retail sale of music and video recordings in specialised stores
4773*	47.78	**47.78.3**	Retail sale of art, pictures, craftwork, stamps, coins and gifts in specialised stores
Manufacturing activities in the CCI or related actitivies			
2310	23.13	**23.13.0**	Manufacture of hollow glass
2393*	23.41	**23.41.0**	Manufacture of ceramic household and ornamental articles
2393*	23.49	**23.49.0**	Manufacture of other ceramic products
3211*	32.12	**32.12.0**	Manufacture of jewellery and related articles
3220	32.20	**32.20.0**	Manufacture of musical instruments
???	???	**???**	further manufacturing activities

Notes: ISIC Rev.4 = International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, Rev.4, United Nations Statistics Division, 2008, *proportion of the class; NACE Rev.2 = Statistical classification of economic activities in the European Community, 2008; WZ 2008 = German Classification of Economic Activities, 2008. Draft version September 2010

Source: Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. /German Working Group on Cultural Statistics, Berlin/Cologne 2010

B. Gliederung der Teilmärkte und Wirtschaftzweige – WZ 2008

WZ2008 Germany	WZ-Description	Nace Rev.2 Europe	ISIC Rev.4 UN
1. Music Industry			
90.03.1	Activities of own-account composers, arranging of music	90.03*	9000*
90.01.2	Activities of ballet companies, orchestras, bands and choirs	90.01*	9000*
32.20.0	Manufacture of musical instruments	32.20	3220
59.20.1	**Activities of sound-recording studios, production of taped radio programming	59.20*	5920*
59.20.2	Publishing of sound recordings	59.20*	5920*
59.20.3	Publishing of printed music	59.20*	5920*
90.04.1	**Organisation of theatre performances and concerts	90.04*	9000*
90.04.2	**Operation of opera houses, theatre and concert halls and similar facilities	90.04*	9000*
90.02.0	**Support activities to performing arts	90.02	9000*
47.59.3	Retail sale of musical instruments and scores in specialised stores	47.59	4759*
47.63.0	Retail sale of music and video recordings in specialised stores	47.63	4762
2. Book Market			
90.03.2	Activities of own-account writers	90.03*	9000*
58.11.0	Book publishing	58.11	5811
47.61.0	Retail sale of books in specialised stores	47.61	4761*
91.01.0	Library and archives activities (only market oriented)	91.01	9101
3. Art Market			
90.03.3	Activities of own-account visual artists	90.03*	9000*
74.20.1	Activities of photographers	74.20*	7420*
47.78.3	***Retail sale of art, pictures, craftwork (proportion without stamps, coins and gifts in specialised stores)	47.78*	4773*
91.02.0	Museums activities (only market oriented)	91.02	9102*
4. Film Industry			
90.01.4	**Activities of own-account stage, motion picture, radio and television artists and other performing arts activities	90.01*	9000*
59.11.0	Motion picture, video and television programme production activities	59.11	5911
59.12.0	Motion picture, video and television programme post-production activities	59.12	5912
59.13.0	Motion picture, video and television programme distribution activities	59.13	5913
77.22.0	Renting of video tapes and disks	77.22	7722
59.14.0	Motion picture projection activities	59.14	5914
5. Broadcasting Industry			
90.03.5	**Activities of own-account journalists and press photographers	90.03*	9000*
59.20.1	**Activities of sound-recording studios and production of taped radio programming	59.20*	5920*
60.10.0	Radio broadcasting (only market oriented)	60.10	6010
60.20.0	Television programming and broadcasting activities (only market oriented)	60.20	6020

WZ2008 Germany	WZ-Description	Nace Rev.2 Europe	ISIC Rev.4 UN
6. Performing Arts Market			
90.01.4	**Activities of own-account stage, motion picture, radio and television artists and other performing arts activities	90.01*	9000*
90.01.1	Activities of theatre ensembles (only market oriented)	90.01*	9000*
90.01.3	Activities of own-account performers and circus groups	90.01*	9000*
90.02.0	**Support activities to performing arts	90.02	9000*
90.04.1	**Organisation of theatre performances and concerts	90.04*	9000*
90.04.2	**Operation of opera houses, theatre and concert halls and similar facilities (only market oriented)	90.04*	9000*
90.04.3	Operation of variety theatres and cabarets	90.04*	9000*
85.52.0	Cultural education (only market oriented)	85.52	8542
7. Design Industry			
74.10.1	Activities of industrial, product and fashion designers	74.10*	7410*
74.10.2	Activities of graphics and communications designers	74.10*	7410*
74.10.3	Activities of interior decorators	74.10*	7410*
71.11.2	**Consulting architectural activities in interior design	71.11*	7110*
73.11.0	**Advertising agencies	73.11	7310*
8. Architectural Market			
71.11.1	Consulting architectural activities in building construction	71.11*	7110*
71.11.2	**Consulting architectural activities in interior design	71.11*	7110*
71.11.3	Consulting architectural activities in town, city and regional planning	71.11*	7110*
71.11.4	Consulting architectural activities in landscape architecture	71.11*	7110*
9. Press Market			
90.03.5	**Activities of own-account journalists and press photographers	90.03*	9000*
63.91.0	News agency activities	63.91	6391
74.30.1	Translation activities	74.30*	7490*
74.30.2	Interpretation activities	74.30*	7490*
58.13.0	Publishing of newspapers	58.13	5813*
58.14.0	Publishing of journals and periodicals	58.14	5813*
47.62.1	Retail sale of newspapers, journals and periodicals in specialised stores	47.62*	4761*
10. Advertising Market			
73.11.0	**Advertising agencies	73.11	7310*
73.12.0	Media representation	73.12	7310*
11. Games-/Software Industry			
58.21.0	Publishing of computer games	58.21	5820*
63.12.0	Web portals	63.12	6312
62.01.1	Web-page design and programming	62.01*	6201*
62.01.9	Other software development	62.01*	6201*
58.29.0	Other software publishing	58.29	5820*
62.02.0	Computer consultancy activities	62.02	62.02*

WZ2008 Germany	WZ-Description	Nace Rev.2 Europe	ISIC Rev.4 UN
(-) Other Activities			
58.12.0	Publishing of directories and mailing lists	58.12	5812
58.19.0	Other publishing activities	58.19	5819
74.20.2	Activities of photographic laboratories	74.20*	7420*
47.62.2	Retail sale of stationery, school and office supplies in specialised stores	47.62*	4761*
91.04.0	Botanical and zoological gardens and nature reserves activities	91.04	9103
90.03.4	Activities of own-account restorers	90.03*	9000*
91.03.0	Operation of historical sites and buildings and similar visitor attractions (only market oriented)	91.03	9102*
23.13.0	Manufacture of hollow glass	23.13	2310
23.41.0	Manufacture of ceramic household and ornamental articles	23.41	2393*
23.49.0	Manufacture of other ceramic products	23.49	2393*
32.12.0	Manufacture of jewellery and related articles	32.12	3211*
???	further manufacturing activities	???	???

Notes: *proportion of 4-digit class, **allocated to more than one market, *** proportion of 5-digit subclass. ISIC Rev.4 = International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, Rev.4, United Nations Statistics Division, 2008, *proportion of the class; NACE Rev.2 = Statistical classification of economic activities in the European Community, 2008;
WZ 2008 = German Classification of Economic Activities, 2008. Draft version September 2010

Source: Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. /German Working Group on Cultural Statistics, Berlin/Cologne 2010

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.