



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010

Kurzfassung

Impressum

Herausgeber

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

Stand

Juli 2012

Druck

Druckerei Fritz Kriechbaumer, München

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Redaktion

Michael Söndermann
Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln



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.

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



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010

Kurzfassung

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1 Definition	1
2. Gesamtwirtschaftliche Bedeutung im Überblick	3
2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland	3
2.2 Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Wertschöpfung	5
2.3 Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich	7
3. Zusammenfassung der empirischen Befunde zur Kultur- und Kreativwirtschaft	9
4. Exkurs Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa	12
5. Zukünftige Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft	15
6. Anhang	16
6.1 Tabellen	16
6.2 Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland	25
6.3 Statistische Abgrenzung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft	28

1. Einleitung

Die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft nimmt im öffentlichen Diskurs einen immer größeren Raum ein. Die wachsende Anerkennung als eigenständiges Wirtschaftsfeld ermöglicht es den Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft eine neue Rolle im wirtschafts- und kulturpolitischen Raum einzunehmen. Auf allen lokalen, nationalen oder europäischen Ebenen entstehen Initiativen und Programme.

So widmete sich der im Jahr 2010 von der Europäischen Kommission vorgelegte „Europäische Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit“¹ erstmals ausführlich dem Thema Kultur- und Kreativwirtschaft und räumte ihr eine wichtige Rolle für die zukünftige Wirtschaftsentwicklung ein.

Im Umfeld des Wettbewerbsberichts wurden verschiedene Aktionen von der Generaldirektion Bildung und Kultur², der Generaldirektion Unternehmen und Industrie³, dem Europäischen Rat⁴ oder dem Europäischen Parlament⁵ angestoßen. Zu den strategisch wichtigsten Schritten dürfte die neue „Europäische Kreativwirtschaftsallianz (ECIA)“ zählen.

Die ECIA⁶ geht auf die Initiative der Generaldirektion Unternehmen und Industrie zurück und kann als „Herzstück“ der Bemühungen der Kommission um die Beförderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa bezeichnet werden. Sie soll eine Plattform für politische Entscheidungsträger und Interessenvertreter bieten, auf der diese gemeinsam geeignete und bessere Instrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft ausarbeiten. Sie soll damit auch ein Gegengewicht zu den hoch fragmentierten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft bilden und neue Forschungs- und Innovationsförderprogramme stimulieren.

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 zweiten Analysebericht wird neben der Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland erstmals auch eine Einführung in die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa vorgelegt und zur Diskussion gestellt.

1.1 Definition

Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und die 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 statistische Abgrenzung 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.

Das Kernmodell enthält mit dem Bereich „Sonstige“ ein Feld, in dem neue wirtschaftliche Aktivitäten aufgenommen und systematisch in das Abgrenzungsmo-

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

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

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

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

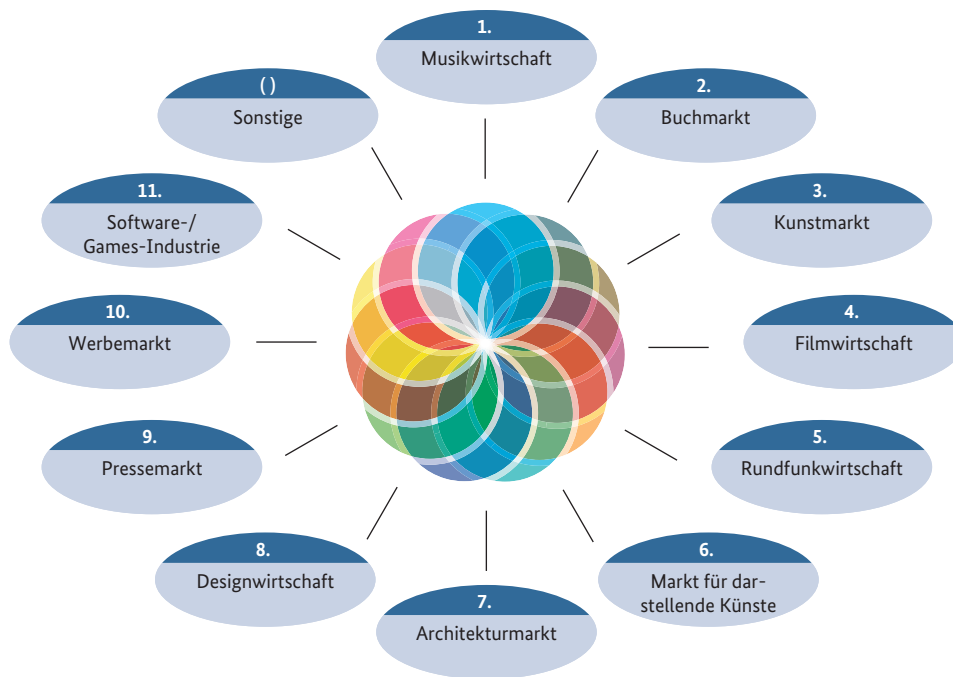
5 Resolution des Europäischen Parlaments zur Kultur- und Kreativwirtschaft (INI/2010/2156).

6 <https://www.howtogrow.eu/ecia/>

dell eingebunden werden. Hier können beispielsweise neue Wirtschaftszweige des Kunst- und Kulturhandwerks aufgenommen werden.

Die deutsche Abgrenzung ist sowohl mit den europäischen Abgrenzungen der ESSnet Culture Statistics, des European Cluster Observatory als auch mit dem 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics kompatibel.

Abbildung 1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

2. Gesamtwirtschaftliche Bedeutung im Überblick

Vorbemerkung: Die statistische Datengrundlage unterscheidet sich von dem vorgehenden Monitoringbericht und dem Forschungsgutachten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in einigen grundsätzlichen Aspekten:

Die Ablösung der alten Klassifikation WZ-2003 durch die neue Klassifikation WZ-2008 hat zu starken Verschiebungen und Neuordnung von einzelnen Wirtschaftszweigen geführt, weil nationale Aktivitäten international gebräuchlichen Aktivitäten zugeordnet wurden. So zählt das Verlagsgewerbe nicht mehr zu „Papier und Druck“ im Verarbeitenden Gewerbe, sondern zum Abschnitt „Information und Kommunikation“. Zugleich wurden die Software- und Games-Verlage entsprechend der internationalen Praxis dem Verlagsgewerbe zugeordnet.

Die Neuzusammenstellung von Wirtschaftsaktivitäten nutzten die amtlichen Stellen auch zur Überprüfung dessen, ob die einzelnen Unternehmen dem „richtigen“ Wirtschaftszweig zugeordnet sind. Dadurch kommt es zum Teil zu drastischen Veränderungen der Unternehmens- oder Leistungszahlen. So reduzierte sich zum Beispiel die Zahl der Film-/TV-Produktionsunternehmen von 7.200 (2008) auf rund 5.800 (2009). Auch in anderen Wirtschaftszweigen, wie zum Beispiel beim Rundfunk und beim Verlagsgewerbe mit starker Reduzierung bei den Beschäftigtenzahlen, hat es zum Teil starke Veränderungen bei den Grunddaten gegeben.

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

Eine abweichende Regelung wurde jedoch für die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Bundesamtes vorgenommen. Das Bundes-

amt konnte auf der Basis der neuen WZ 2008 eine Rückrechnung für das Wirtschaftsjahr anbieten, sodass hier die Daten zur Bruttowertschöpfung für die beiden Jahre 2008 und 2009 ausgewertet werden konnte. Zudem ermöglicht die Einführung der neuen Wirtschaftszweikklassifikation WZ 2008 erstmals, wichtige Gruppen der Kultur- und Kreativwirtschaft aus der VGR herauszurechnen. So liegen nunmehr Wertschöpfungsangaben für das Verlagsgewerbe (WZ-Nr. 58), die Musik-, Film- und Rundfunkwirtschaft (WZ-Nr. 59–60), den Werbemarkt (mit Marktforschung, WZ-Nr. 73) und für die Gruppe Kunst und Kultur (WZ-Nr. 90–92) vor. In letzterer sind vorwiegend die darstellenden Künste und die selbständigen Künstler/-innen erfasst – allerdings auch das Glücksspiel. Die genannten Gruppen werden im Folgenden erstmals zu einer vorläufigen Berechnung der bundesweiten Wertschöpfungseffekte der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammengefasst.

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.

Für die Interpretation der Ergebnisse sei an dieser Stelle auf die Gültigkeit der Daten hingewiesen. Bei allen Datenangaben der Jahre 2009 und 2010 handelt es sich in der Regel um endgültige statistische Daten, sofern sie der Umsatzsteuerstatistik entnommen sind.

Die statistischen Daten zu den Jahren 2009 und 2010 aus der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit (BA) gelten als so genannte vorläufige Daten. Sie können somit zu einem späteren Zeitpunkt 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 2008 bis 2009 wurden auf Basis der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) ermittelt.

Die absoluten Zahlen

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

Die prozentualen Anteilswerte

Gemessen an der Gesamtwirtschaft erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 bei den Unternehmen einen Anteil von knapp 7,6 Prozent, beim Umsatz einen Anteil von 2,6 Prozent, bei den abhängig Beschäftigten einen Anteil von 2,6 Prozent und bei den Erwerbstätigen einen Anteil von rund 3,1 Prozent. Der Anteil der Bruttowertschöpfung am Bruttoinlandsprodukt (BIP) liegt für die Jahre 2009 und 2010 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 verläuft im jüngsten Vergleichsjahr insgesamt in allen untersuchten Kategorien positiv.

- Im Einjahresvergleich 2009 zu 2010 steigt die Zahl der Selbständigen und Unternehmen um 0,4 Prozent an. Die Unternehmenslandschaft entwickelt sich damit deutlich schwächer als in der früheren Vergleichsperiode (2003–2008).
- Die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt aktuell einen Umsatzzuwachs an: Mit einem Plus von 2,2 Prozent wächst das

Umsatzvolumen des Jahres 2010 gegenüber dem Vorjahr 2009. Der aktuelle Umsatzzuwachs in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist Verbindung mit der konjunkturellen Erholung der Gesamtwirtschaft zu sehen, die im Jahr 2010 allerdings mit einem Plus von sieben Prozent erheblich besser zulegen kann, als die Kultur- und Kreativwirtschaft.

- Der Erwerbstätigenmarkt bietet im Vergleich zur wirtschaftlichen Entwicklung hingegen ein stagnierendes Bild. Im Jahr 2010 schrumpft die Zahl der Erwerbstätigen um 0,2 Prozent gegenüber 2009.

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

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

Die Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft machen deutlich, dass dieser Branchenkomplex durch einen hohen Anteil an Kleinst- und Kleinunternehmen gekennzeichnet ist. Der Umsatz je Unternehmen liegt zum Jahr 2010 bei 573.000 Euro und erreicht damit lediglich ein Drittel des Umsatzwertes eines durchschnittlichen Unternehmens in der Gesamtwirtschaft.

Wie der Vergleichswert zum Vorjahr anzeigt, ist der Umsatzwert je Kultur- oder Kreativunternehmen angestiegen. Dieser Durchschnittszuwachs ergibt sich jedoch im Jahr 2010 aus dem geringen Wachstum der Unternehmen, deren Zahl nur unwesentlich gestiegen ist.

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

2.2 Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Wertschöpfung

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

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

Im Jahr 2008 erwirtschaftet die Kultur- und Kreativwirtschaft nach dieser Abgrenzung eine Bruttowertschöpfung von schätzungsweise etwas mehr als 61 Milliarden Euro.⁷ Im Folgejahr 2009 steigt sie auf knapp 63 Milliarden Euro. Das macht einen Zuwachs von 1,9 Prozent aus. Der Anteil am Bruttoinlandsprodukt liegt im Jahr 2009 bei rund 2,6 Prozent.

Der positive Befund für das Krisenjahr 2009 überrascht, da der Monitoringbericht 2009⁸ noch von einem deutlichen Rückgang ausgegangen war. Möglicherweise liefert der Blick auf die Binnenergebnisse der ausgewählten Gruppen eine erste Erklärung für das Wachstum:

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

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

8 BMWi (Hrsg.): Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Berlin 2010.

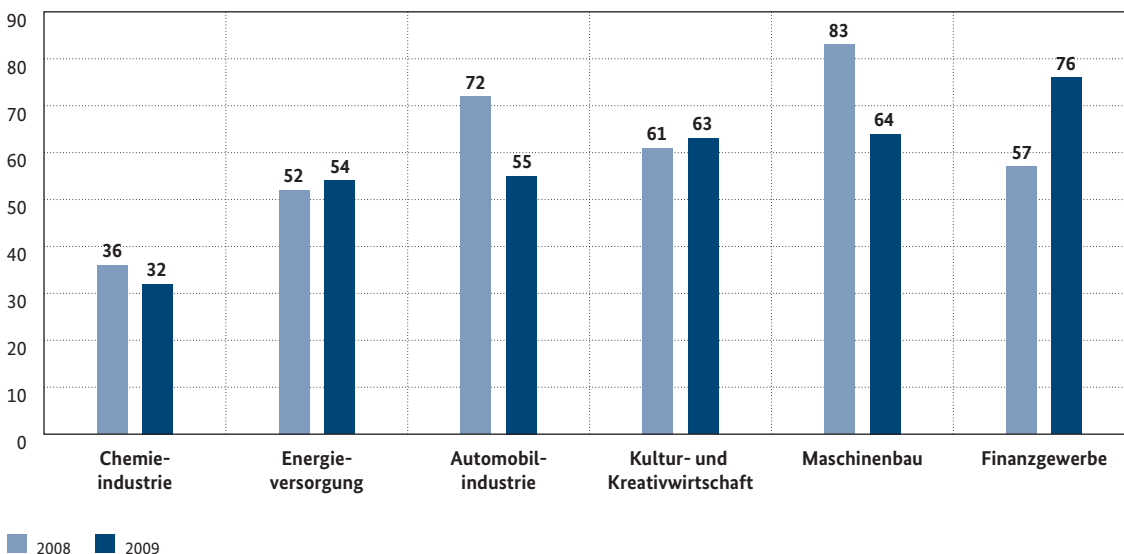
→ Ein Teil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Branchen (u. a. Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen, Architektur-, Ingenieur- und Designbüros) werden in den aufgeführten Gruppen Verlagsgewerbe bis Werbung erfasst bzw. sind noch nicht in diese Auswertung einbezogen.

Vergleicht man den Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft in der obigen Definition zur Wertschöpfung im Jahr 2009 mit wichtigen deutschen Wirtschaftszweigen, so ist das Ergebnis verblüffend. Die Chemische Industrie⁹ liegt bei nunmehr 32 Milliarden Euro, der Maschinenbau bei 64 Milliarden Euro, das Finanzgewerbe bei 76 Milliarden Euro. Besonders spektakulär ist der Vergleich mit dem Fahrzeugbau. Dieser schrumpfte von 72 Milliarden Euro (2008) auf nunmehr 55 Milliarden Euro. Für 2010 erwartet das Statistische Bundesamt allerdings eine deutliche Steigerung auf knapp 68 Milliarden Euro. Für 2011 rechnet es mit einem neuen Höchstwert von knapp 75 Milliarden Euro.

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

Die neue Klassifikation hat auch im europäischen Kontext zu erheblich besseren Grunddaten für die Kultur- und Kreativwirtschaft geführt. Eine Auswertung auf der Basis des statistischen Materials des europäischen Statistikamtes Eurostat ergibt für den Ländervergleich der zehn größten Mitgliedstaaten eine quantitative Spitzenstellung für Deutschland. Mit mehr als 60 Mil-

Abbildung 2: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2008–2009
(in Mrd. Euro)



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

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

liarden Euro Wertschöpfung zur Kultur- und Kreativwirtschaft liegt Deutschland im Jahr 2009 vor dem Vereinigten Königreich, welches nach den Eurostat-Daten einen Wertschöpfungsbeitrag von rund 51 Milliarden Euro erzielt, gefolgt von den französischen Nachbarn mit einem Wertschöpfungsbeitrag von rund 43 Milliarden Euro. Alle drei EU-Staaten erwirtschaften bereits deutlich mehr als die Hälfte der insgesamt in der Europäischen Union erzielten Bruttowertschöpfung in Höhe von rund 277 Milliarden.

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

2.3 Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich

Die Zahl der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht im Jahr 2009¹⁰ einen Umfang von 962.000 Personen. Rund 25 Prozent der Erwerbstätigen zählen zu den Selbständigen, während die restlichen 75 Prozent mit 723.000 Personen die Gruppe der abhängig Beschäftigten bilden. Insgesamt erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft damit einen Anteil von 3,2 Prozent an der Erwerbstätigkeit der Gesamtwirtschaft.

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

und Kreativwirtschaft mit den klassischen Wirtschaftsbranchen vorgestellt werden soll.

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

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

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

Bekanntermaßen bilden die großen nationalen und internationalen Unternehmen in den klassischen Industriebranchen für viele tausende Beschäftigte eine tragende Rolle als Arbeitgeber. Deshalb hatte die Wirtschaftskrise 2009 für viele Menschen dieser Branchen besondere schwerwiegende Folgen. So arbeiteten nach

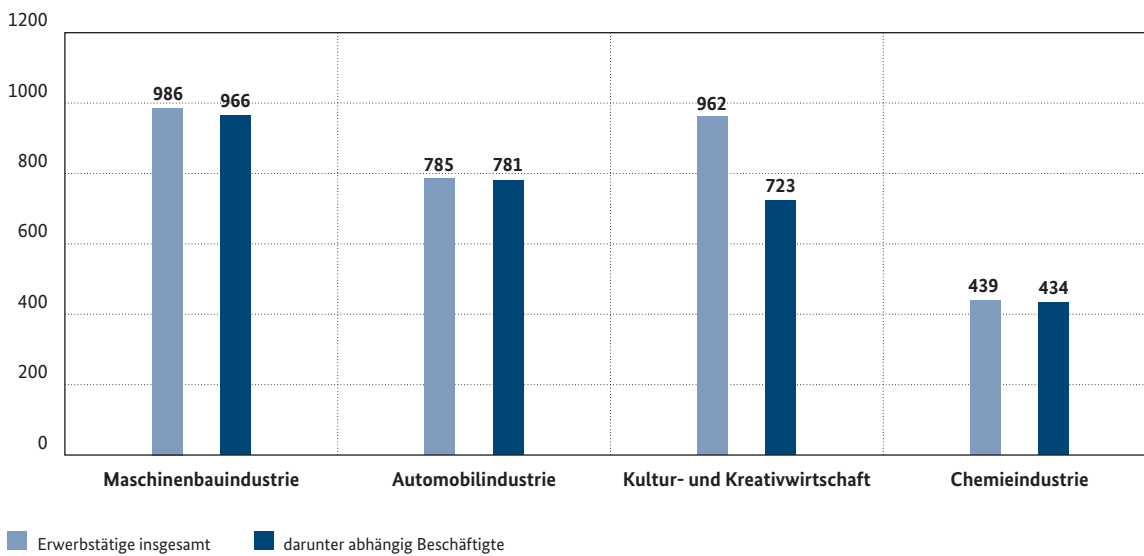
10 Die Darstellung der Erwerbstätigen bezieht sich in diesem Abschnitt abweichend auf das Jahr 2009, da die Vergleichsdaten der klassischen Wirtschaftsbranchen Maschinenbau etc. für das Jahr 2010 zum Redaktionsschluss noch nicht vorlagen.

der neuen Zählung (Klassifikation WZ-2008) in der Automobilindustrie im Jahr 2008 noch 813.000 abhängig Beschäftigte. Diese Zahl verringerte sich im Jahr 2009 auf 781.000 abhängig Beschäftigte. Die Automobilindustrie hat demnach mehr als 30.000 abhängig Beschäftigte in diesem Zeitraum verloren. Die Kultur- und Kreativwirtschaft musste nach neuer Zählung (WZ-2008) ebenfalls mit einem Beschäftigungsverlust zurechtkommen. So verloren rund 8.000 abhängig Beschäftigte zwischen den Jahren 2008 und 2009 ihre

Arbeitsplätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im direkten Vergleich mit der Automobilindustrie hat die Kultur- und Kreativwirtschaft allerdings erheblich weniger an Beschäftigten verloren.

Insgesamt soll mit diesem Branchenvergleich das relativ große Gewicht der Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar gemacht werden, da dieser Branchenkomplex nach wie vor um seine Anerkennung in der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit ringen muss.

Abbildung 3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich 2009 (in Tausend)



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

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

3. Zusammenfassung der empirischen Befunde zur Kultur- und Kreativwirtschaft

Die unerwartete Stagnation bei den Unternehmen

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

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

Betrachtet man die verschiedenen Wirtschaftszweige, dann fällt auf, dass es nicht die Zahl der selbständigen Künstler/-innen oder Mikrounternehmen war, die geschrumpft ist, sondern es verschwinden offensichtlich die kleineren gewerblichen Unternehmen oder GbR-Unternehmen aus dem Markt. Kleine Musik-, Buch- und Presseverlage, kleinere Einzelhändler mit kulturellen Gütern, kleinere Filmproduktionsfirmen und Filmvertriebsfirmen, kleinere Werbeagenturen und Games-Entwickler sind in nennenswerter Zahl nicht mehr am Markt vertreten. Mit Veränderungsraten von minus ein bis über minus neun Prozent in den einzelnen Wirtschaftszweigen sind sie aus dem Markt verschwunden.

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

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

Der erwartete wirtschaftliche Zuwachs

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

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

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

Die wirtschaftliche Gesamtdynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft wird am stärksten von den vier Teilmärkten Pressemarkt, Software-/Games-Industrie, Werbemarkt und Designwirtschaft geprägt, die rund zwei Drittel der gesamten Umsatzleistung abdecken. Die Software-/Games-Industrie und die Designwirtschaft sind die entscheidenden Wachstumsmärkte des Wirtschaftsjahres 2010, während die Presse- und Werbemärkte als stagnierende Märkte zu bezeichnen sind. Der Buchmarkt ist der einzige unter den elf Teilmärkten, der ein deutliches Umsatzminus mit 4,5 Prozent hinnehmen musste, während die Musikwirtschaft mit einem minimalen Minus von 0,6 Prozent ihr Umsatzniveau in etwa halten konnte.

Der Erwerbstätigenmarkt stagniert erstmalig

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

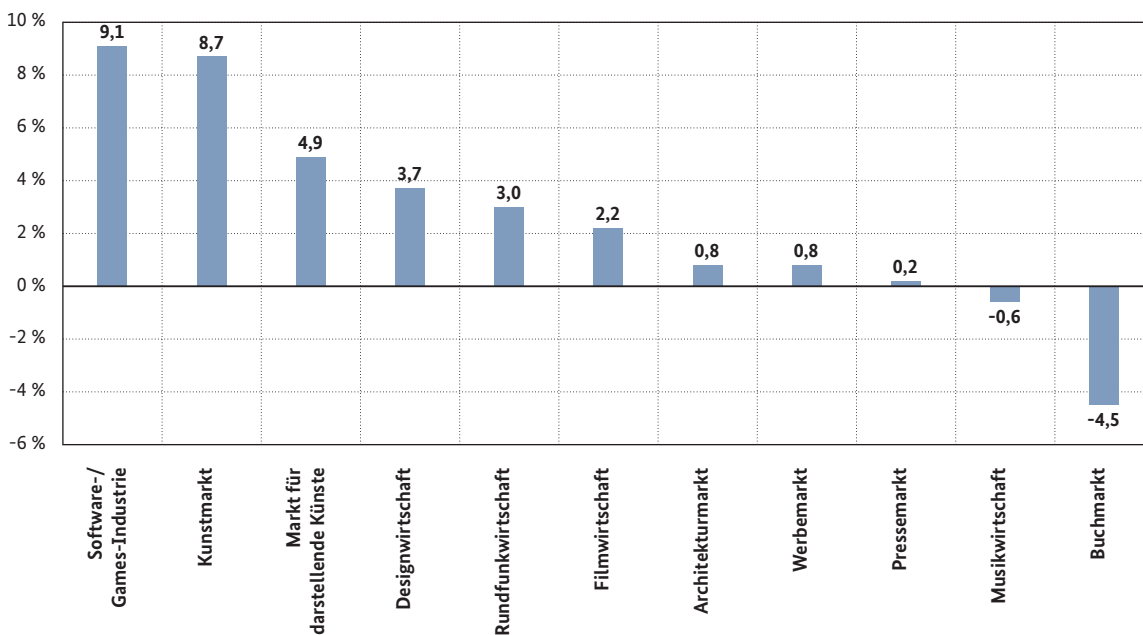
Sieben der elf Teilmärkte hatten Minusraten von 0,2 bis 3,1 Prozent zu verzeichnen, darunter wiederum die großen Teilmärkte Presse- und Werbemarkt, die 2010 rund drei Prozent der Erwerbstätigen verloren. Zu den Erwerbstätigenmärkten mit positiven Zuwachsraten zählen die Software-/Games-Industrie mit einem Plus von 3,2 Prozent, der Markt für darstellende Künste mit einem Plus von 2,7 Prozent und überraschenderweise der Architekturmarkt mit einem Plus von 1,8 Prozent.

Die Designwirtschaft hat mit dem Plus bei den Selbständigen und den Minusraten bei den abhängig Beschäftigten per Saldo ein stagnierendes Niveau erreicht (plus 0,1 Prozent).

Positive Aussichten für das Wirtschaftsjahr 2011

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

Abbildung 4: Entwicklung des Umsatzes der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010
(im Vergleich zum Vorjahr in Prozent)

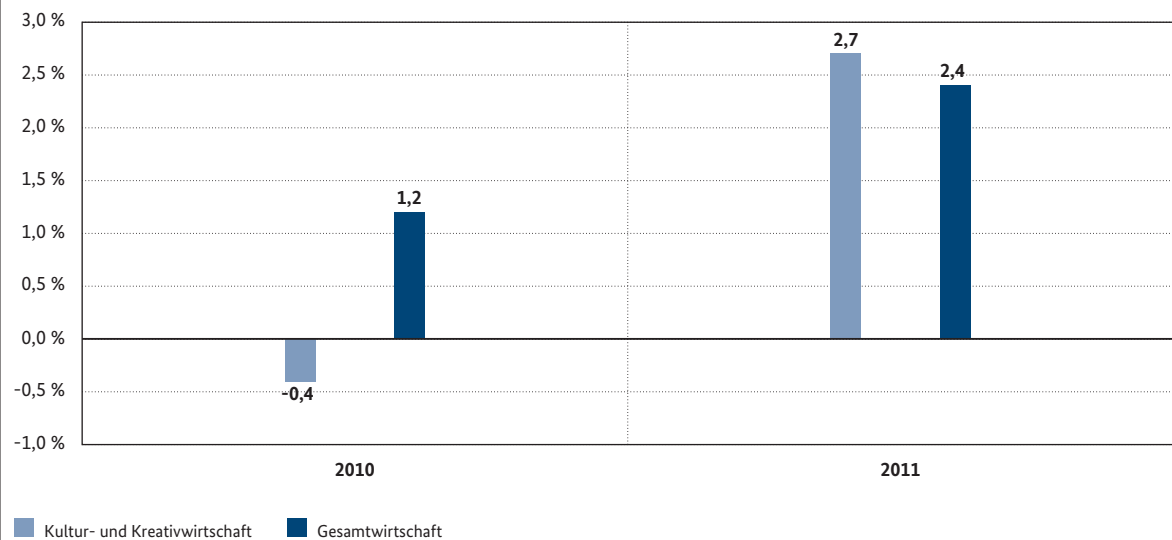


Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis 2012; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Erste Eckdaten für das Jahr 2011 zeigen an, dass auch der Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft wieder zulegen. So wird die Zahl der Beschäftigten mit sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen voraussichtlich um 2,7 Prozent im Jahr 2011 gegenüber 2010 zulegen. Sollte sich dieser Trend tatsächlich bestätigen, wäre dies ein außerordentlich starkes Signal aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Denn zum ersten würde die Kultur- und Kreativwirtschaft etwas schneller wachsen, als die Gesamtwirtschaft, die 2011

voraussichtlich einen Zuwachs von 2,4 Prozent erzielen wird. Zum zweiten würde dies bedeuten, dass sich die wirtschaftliche Lage der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter stabilisiert hätte, denn sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze sind in der Regel kostenintensiver als Freiberufler oder Werkdienstleister. Und zum dritten könnte dieser Trend auf ein neues Vertrauenspotenzial hinweisen, das sich in der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt hat.

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



Hinweis: Beschäftigung = sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Voll- und Teilzeit, ohne geringfügig Beschäftigte.

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

4. Exkurs Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa

Erstmals kann im Rahmen des Monitoringberichtes eine Kurzanalyse der Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa unter besonderer Betrachtung des deutschen Beitrages vorgestellt werden.

Auf der Basis der strukturellen Unternehmensstatistik (SBS, Eurostat) konnte für das Jahr 2009 eine Bruttowertschöpfung von rund 277 Milliarden Euro für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa ermittelt werden.¹¹ Das entspricht einem Anteil von 2,4 Prozent am gesamten BIP der europäischen Union. Der Wertschöpfungsbeitrag basiert auf Angaben von 23 der 27 Mitgliedstaaten.¹²

In Anlehnung an die aktuellen Definitionen zur Kultur- und Kreativwirtschaft¹³ entfällt auf die Teilgruppe Buch-/Presseverlage einschließlich der Games-/Software-Verlage ein Wertschöpfungsbeitrag von 58 Milliarden Euro oder ein Anteil von 21 Prozent an der gesamten europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Für die Filmwirtschaft und Musikindustrie wurden zusammen 20 Milliarden Euro oder ein Anteil von sieben Prozent ermittelt. Die verwandte Rundfunkwirtschaft erzielt mit 27 Milliarden Euro einen etwas höheren Wertschöpfungsbetrag und erreicht einen Anteil von zehn Prozent.

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

Die Gruppe der künstlerischen, kulturellen und kreativen Aktivitäten bringt es schätzungsweise auf einen Wertschöpfungsbeitrag von 22 Milliarden Euro oder

einem Anteil von acht Prozent. Hier ist zu beachten, dass das in den Statistiken mancher EU-Mitgliedstaaten einbezogene Glücksspiel (!) nicht berücksichtigt wurde. Der Kulturhandel mit Büchern, Presseerzeugnisse, Musikalien, Kunstwerken und kunsthandwerklichen Erzeugnissen leistet zusätzlich 18 Milliarden Euro Wertschöpfung und erreicht einen Anteil von sechs Prozent.

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

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

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

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

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

Die regionalen europäischen Märkte

Mit Blick auf die rund 500 Millionen Menschen im europäischen Raum, die als potenzielle Kunden und Nutzer der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden können, sind es vor allem die drei Staaten Deutschland, das Vereinigte Königreich und Frankreich, die erwartungsgemäß nach quantitativen Maßstäben zu den größten Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa zählen. Deutschland liegt mit einem Wertschöpfungsbeitrag von rund 62 Milliarden Euro an der Spitze, gefolgt vom Vereinigten Königreich mit 51 Milliarden Euro und Frankreich mit 43 Milliarden Euro. Diese drei Staaten umfassen bereits fast 60 Prozent der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft (27 Mitgliedstaaten).

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

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

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

Das relative Gewicht der Kultur- und Kreativwirtschaft

Bezogen auf das Gewicht der Kultur- und Kreativwirtschaft in den einzelnen Staaten, liegen die Niederlande, das Vereinigte Königreich und die skandinavischen Staaten vorne. Mit einem Anteil von 3,4 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandspro-

Tabelle 1: Die Rangfolge der Länder in der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft

Staat	Rang	Bruttowertschöpfung in Mrd. Euro	Anteil an EU in %
Deutschland	1	62,3	22 %
Vereinigtes Königreich	2	51,3	19 %
Frankreich	3	43,4	16 %
Italien	4	27,1	10 %
Spanien	5	21,9	8 %
Niederlande	6	19,2	7 %
Schweden	7	9,6	3 %
Dänemark	8	7,2	3 %
Polen	9	7,0	3 %
Belgien	10	6,4	2 %
Österreich	11	5,9	2 %
Finnland	12	5,0	2 %
übrige Staaten*	–	10,6	4 %
Europäische Union*	–	277,1	100 %

Hinweis: Abgrenzung in Anlehnung an 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, ESSnet Culture Statistics 2001, European Cluster Observatory: Creative Industries 2009.
* für Irland, Griechenland, die Tschechische Republik und Malta liegen zum Jahr 2009 keine EU-Daten vor. Alle Daten vorläufig und teilweise geschätzt.

Quellen: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat, nationale Statistikämter; eigene Berechnungen und Schätzungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

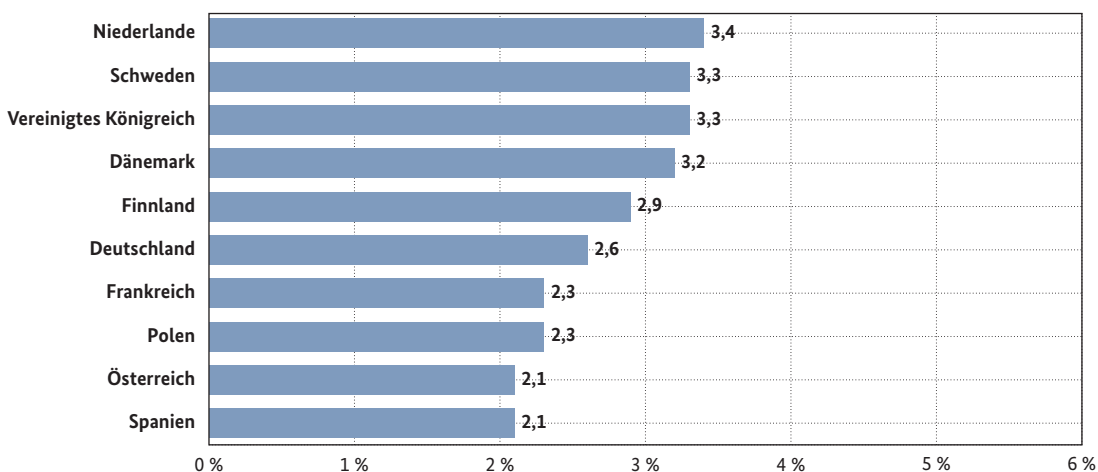
dukt stehen die Niederlande an der Spitze, dicht gefolgt von Schweden, dem Vereinigten Königreich und Dänemark mit 3,3 und 3,2 Prozent. Dieser Befund überrascht nicht, wenn man sich vergegenwärtigt, dass diese Staaten ihre Dienstleistungswirtschaft bereits stark entwickelt haben. Zudem zeichnen sich die Niederlande bereits durch eine europäisch ausgerichtete Exportstrategie aus, die ihre Kultur- und Kreativwirtschaft kennzeichnet. Dies gilt in gleichem Maße für das Vereinigte Königreich, das seine Strategie längst auch auf den globalen Markt konzentriert. Die skandinavischen Länder insgesamt verfügen über zahlreiche kleine aber wertschöpfungsstarke Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die in der Summe zu diesen überdurchschnittlichen Rangplätzen führen.

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

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

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

Abbildung 6: Die Rangfolge der Länder der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft (in relativen Werten 2009)
Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt der Länder in %



Hinweis: Abgrenzung in Anlehnung an 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, ESSnet Culture Statistics 2001, European Cluster Observatory: Creative Industries 2009. Alle Daten vorläufig und teilweise geschätzt.

Quellen: Strukturelle Unternehmensstatistik, Eurostat, nationale Statistikämter; eigene Berechnungen und Schätzungen, Michael Söndermann / Büro für Kulturwirtschaftsforschung

5. Zukünftige Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft

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

- In der Kultur- und Kreativwirtschaft wird schon heute in zukunftsorientierten Arbeits- und Geschäftsmodellen gearbeitet. Aufgrund der Produktionsweise z.B. in hybriden Arbeitsformen und einer im wesentlichen contentorientierten Produktion vieler Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ein Vorreiter auf dem Weg in eine wissensbasierte Ökonomie in Deutschland.
- In Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft bestehen sehr kurze Innovationszyklen für einzelne Produkte. Innovationsorientierte Geschäftsmodelle, die in der betriebswirtschaftlichen Finanzierung im Hochrisikobereich eingestuft werden, benötigen eine spezifische Unterstützung. Eine Wirtschaftspolitik mit dem Ziel der Unterstützung der Innovationskraft benötigt darauf abgestimmte Förderinstrumente.
- Wesentliche Produkttypen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Prototypen, Einzelanfertigungen, Kleinstserien und immaterielle Produkte. Die Art der Produktion sowie die Beschaffenheit der Produkte in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind wesentliche Charakteristika einer wissensbasierten Ökonomie.
- Eine sich schnell wandelnde Beschäftigungsstruktur und sich ständig verändernde Tätigkeitsfelder und Berufsbilder stellen wesentliche Merkmale innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft dar. Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann mit der dort vorherrschenden Beschäftigungsstruktur einen Modellcharakter für die Entwicklung in klassischen Branchen darstellen, in denen z.B. Freiberufler und Einzelunternehmer in Zukunft eine zunehmend wachsende Bedeutung einnehmen werden.
- Fast alle Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nutzen moderne Technologien, allen voran Informations- und Kommunikationstechnologien. 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 neuen Vision „Europa 2020“ das Ziel ausgegeben, ein „intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum“ anzustreben. Eine wirtschaftspolitische Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft, die zur Entfaltung des innovativen und ökonomischen Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft beiträgt, kann somit sowohl aufgrund der volkswirtschaftlichen Bedeutung als auch aufgrund des Modellcharakters für zukünftige Arbeitsformen einen erheblichen Beitrag auf dem Weg zur Erreichung dieses Zieles leisten.

6. Anhang

6.1 Tabellen

Tabelle 1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2009 und 2010

Kategorie	2009	2010*	Veränderung in % 2010/2009
Anzahl Unternehmen in Tausend¹			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	238	240	0,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,6 %	7,6 %	-
Umsatz in Milliarden Euro			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	134,3	137,3	2,2 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,7 %	2,6 %	-
Anzahl Beschäftigte in Tausend (svB)²			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	723	720*	-0,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,6 %	2,6 %	-
Anzahl Erwerbstätige in Tausend³			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	962	960*	-0,2 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,2 %	3,1 %	-
Anzahl geringfügig Tätige in Tausend⁴			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	194	205*	5,6 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,6 %	4,8 %	-
Anzahl geringfügig Beschäftigte in Tausend⁵			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	510	505*	-1,0 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,1 %	6,9 %	-
Anzahl Erwerbstätige total in Tausend⁶			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	1.666	1.675*	0,5 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,3 %	4,3 %	-
Bruttowertschöpfung in Milliarden Euro⁷			
- Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	62,7	63,7*	1,7 %
- Anteil KKW am BIP	2,6 %	2,6 %	-
- Bruttoinlandsprodukt (BIP)	2.374,5	2.476,8	4,3 %
Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft			
Umsatz je Unternehmen in Tausend Euro	563	573	1,8 %
Umsatz je Beschäftigter in Tausend Euro	186	191	2,6 %
Umsatz je Erwerbstätiger in Tausend Euro	140	143	2,4 %
Beschäftigte je Unternehmen	3,0	3,0	-0,8 %
Erwerbstätige je Unternehmen	4,0	4,0	-0,6 %
BWS je Erwerbstätiger in Tausend Euro	65,2	66,4	1,9 %

Hinweis: * vorläufige Angaben bzw. Schätzung. sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) und Erwerbstätige zu 2010 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.

3 Erwerbstätige umfassen: steuerpflichtige Unternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB).

4 Zusätzlich geringfügig Tätige (Freiberufler, Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz auf Basis Mikrozensus).

5 Zusätzlich statistisch nachweisbare geringfügig Beschäftigte und Schätzungen auf Basis Mikrozensus.

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

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

Quelle: Destatis 2012; Bundesagentur für Arbeit 2011; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Tabelle 2.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

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

→

Tabelle 2.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Unternehmen Anzahl 2009	Unternehmen Anzahl 2010
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	8.455	8.710
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe	564	573
90.01.1	Theaterensembles	126	124
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	1.414	1.400
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	228	228
90.04.3	Varietés und Kleinkunsth Bühnen	196	178
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	2.024	2.109
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	1.986	2.080
Teilmarkt insgesamt		14.993	15.402
7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	1.606	2.164
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	5.506	7.269
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	8.017	7.679
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	2.675	3.185
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50 %)*	18.060	17.125
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	3.777	3.706
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	8.691	8.983
Teilmarkt insgesamt		48.332	50.111
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	28.140	27.587
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	2.675	3.185
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	4.664	4.828
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	3.072	3.088
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	1.405	1.471
Teilmarkt insgesamt		39.956	40.159
9. Pressemarkt			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	17.500	17.401
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	995	989
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	211	200
58.13	Verlegen von Zeitungen	831	829
58.14	Verlegen von Zeitschriften	1.848	1.782
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.396	3.144
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	9.536	9.219
Teilmarkt insgesamt		34.317	33.564
10. Werbemarkt			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	36.120	34.250
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	962	1.080
Teilmarkt insgesamt		37.082	35.330

Tabelle 2.1: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Unternehmen Anzahl 2009	Unternehmen Anzahl 2010
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen	392	354
63.12	Webportale	190	271
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	7.457	8.256
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	18.625	19.172
58.29	Verlegen von sonstiger Software	354	474
Teilmarkt insgesamt		27.018	28.527
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive	111	100
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	104	95
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	262	265
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	6.006	6.237
74.20.2	Fotolabors	518	466
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	352	343
Sonstige insgesamt		7.353	7.506
Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung		289.073	289.974
Doppelte WZ		50.594	50.440
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.		238.479	239.534
<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>		<i>7,6 %</i>	<i>7,6 %</i>

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

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

Tabelle 2.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. Euro 2009	Umsatz in Mio. Euro 2010
1. Musikwirtschaft			
90.03.1	Selbständige Musiker/-innen etc.	261	261
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	225	210
59.20.1	Tonstudios etc.	93	109
59.20.2	Tonträgerverlage	1.215	989
59.20.3	Musikverlage	587	549
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter*	1.437	1.509
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	361	389
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	379	402
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.105	1.175
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	113	126
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	532	551
Teilmarkt insgesamt		6.307	6.270

→

Tabelle 2.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. Euro 2009	Umsatz in Mio. Euro 2010
2. Buchmarkt			
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	522	552
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	271	274
58.11	Buchverlage	9.590	8.848
47.61	Einzelhandel mit Büchern	3.667	3.600
47.79.2	Antiquariate	66	72
18.14	Buchbinderei etc.	732	836
Teilmarkt insgesamt		14.848	14.182
3. Kunstmarkt			
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	730	750
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.**	594	660
91.02	Museumsshops etc.	412	518
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	409	404
Teilmarkt insgesamt		2.146	2.332
4. Filmwirtschaft			
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	720	752
59.11	Film-/TV-Produktion	4.447	4.489
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	124	153
59.13	Filmverleih und -vertrieb	1.667	1.815
59.14	Kinos	1.315	1.276
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	113	126
77.22	Videotheken	348	315
Teilmarkt insgesamt		8.734	8.925
5. Rundfunkwirtschaft			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	1.208	1.219
60.10	Hörfunkveranstalter	1.004	965
60.20	Fernsehveranstalter	5.233	5.487
Teilmarkt insgesamt		7.445	7.671
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	720	752
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	51	55
90.01.1	Theaterensembles	53	54
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	1.437	1.509
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	361	389
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöfen	81	78
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	379	402
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	235	239
Teilmarkt insgesamt		3.316	3.478

Tabelle 2.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. Euro 2009	Umsatz in Mio. Euro 2010
7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	237	327
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	495	627
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	1.012	981
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	401	485
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50 %)*	12.132	12.112
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	2.216	2.531
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	1.102	1.179
Teilmarkt insgesamt		17.595	18.243
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	5.821	5.765
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	401	485
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	1.022	1.066
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	571	543
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	151	171
Teilmarkt insgesamt		7.967	8.031
9. Pressemarkt			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	1.208	1.219
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	516	513
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	1.369	1.415
58.13	Verlegen von Zeitungen	10.930	11.183
58.14	Verlegen von Zeitschriften	9.918	9.933
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.996	3.785
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	3.403	3.351
Teilmarkt insgesamt		31.341	31.398
10. Werbemarkt			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	24.264	24.223
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.244	1.491
Teilmarkt insgesamt		25.508	25.714
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen	4.135	3.040
63.12	Webportale	324	477
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	2.530	2.732
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	17.034	19.818
58.29	Verlegen von sonstiger Software	272	429
Teilmarkt insgesamt		24.296	26.496

→

Tabelle 2.2: Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Umsatz in Mio. Euro 2009	Umsatz in Mio. Euro 2010
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive	63	66
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	39	32
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	244	267
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	428	462
74.20.2	Fotolabors	567	518
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	238	243
Sonstige insgesamt		1.579	1.588
Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung		151.081	154.327
Doppelte WZ		16.751	16.993
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.		134.330	137.333
<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>		<i>2,7 %</i>	<i>2,6 %</i>

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

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

Tabelle 2.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige Anzahl 2009	Erwerbstätige Anzahl 2010
1. Musikwirtschaft			
90.03.1	Selbständige Musiker/-innen etc.	2.839	2.818
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	7.352	6.869
59.20.1	Tonstudios etc.	1.392	1.408
59.20.2	Tonträgerverlage	2.680	2.543
59.20.3	Musikverlage	2.937	3.202
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter*	6.388	6.392
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	3.499	3.546
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	5.543	5.824
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	6.127	6.168
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	1.647	1.678
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	6.632	6.323
Teilmarkt insgesamt		47.036	46.771
2. Buchmarkt			
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	6.967	7.296
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	4.704	4.711
58.11	Buchverlage	26.017	24.951
47.61	Einzelhandel mit Büchern	28.822	28.264
47.79.2	Antiquariate	817	780
18.14	Buchbinderei etc.	12.052	11.403
Teilmarkt insgesamt		79.379	77.405

Tabelle 2.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige Anzahl 2009	Erwerbstätige Anzahl 2010
3. Kunstmarkt			
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	10.214	10.158
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.**	3.609	3.599
91.02	Museumshops etc.	2.100	2.029
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	3.592	3.457
Teilmarkt insgesamt		19.515	19.243
4. Filmwirtschaft			
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	8.988	9.268
59.11	Film-/TV-Produktion	28.571	27.783
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	5.951	5.708
59.13	Filmverleih und -vertrieb	3.439	3.316
59.14	Kinos	9.174	8.961
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	1.647	1.678
77.22	Videotheken	3.983	3.678
Teilmarkt insgesamt		61.753	60.392
5. Rundfunkwirtschaft			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	18.455	18.273
60.10	Hörfunkveranstalter	13.776	13.782
60.20	Fernsehveranstalter	7.307	7.388
Teilmarkt insgesamt		39.537	39.444
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	8.988	9.268
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	1.294	1.283
90.01.1	Theaterensembles	1.243	1.331
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	6.388	6.392
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	3.499	3.546
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöfen	932	943
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	5.543	5.824
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	4.529	4.695
Teilmarkt insgesamt		32.416	33.282
7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	3.341	4.248
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	8.360	10.356
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	10.599	10.476
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	4.154	4.754
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50 %)*	67.623	65.084
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	14.858	13.849
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	17.166	17.518
Teilmarkt insgesamt		126.101	126.285

→

Tabelle 2.3: Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen 2009 und 2010

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Erwerbstätige Anzahl 2009	Erwerbstätige Anzahl 2010
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	74.905	75.523
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	4.154	4.754
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	11.405	11.653
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	7.056	7.338
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	2.905	2.945
Teilmarkt insgesamt		100.425	102.213
9. Pressemarkt			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*	18.455	18.273
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	9.131	8.917
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	5.102	5.071
58.13	Verlegen von Zeitungen	52.485	50.322
58.14	Verlegen von Zeitschriften	43.704	41.483
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	11.619	11.319
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	29.345	29.230
Teilmarkt insgesamt		169.841	164.615
10. Werbemarkt			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	135.245	130.168
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	6.832	7.532
Teilmarkt insgesamt		142.077	137.700
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.194	1.520
63.12	Webportale	2.309	3.578
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	25.588	29.573
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	202.997	202.298
58.29	Verlegen von sonstiger Software	12.527	15.413
Teilmarkt insgesamt		244.615	252.382
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive	1.032	995
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	221	210
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	773	775
74.30.2	Selbständige Dolmetscher	6.421	6.651
74.20.2	Fotolabors	5.622	5.070
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck	1.301	1.323
Sonstige insgesamt		15.370	15.023
Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung		1.078.065	1.074.755
Doppelte WZ		116.297	114.819
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.–12.		961.768	959.936
<i>Anteil der kultur- und kreativwirtschaftlichen Teilmärkte</i>		<i>3,2 %</i>	<i>3,1 %</i>

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

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

6.2 Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Abgrenzungsmodell für Monitoringbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 nach neuer WZ 2008

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

→

Abgrenzungsmodell für Monitoringbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 nach neuer WZ 2008

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert UST	Anteilswert SVB
6. Markt für darstellende Künste			
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*		
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe		
90.01.1	Theaterensembles		10 %
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*		
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*		10 %
90.04.3	Varietés und Kleinkunsth Bühnen		
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*		
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen		
7. Designwirtschaft			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design		
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign		
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung		
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*		
73.11	Werbegestaltung (Anteil 50 %)*	50 %	50 %
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren		
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen		
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau		
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*		
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung		
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung		
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen		
9. Pressemarkt			
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen*		
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros		
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.		
58.13	Verlegen von Zeitungen		
58.14	Verlegen von Zeitschriften		
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)		
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen		
10. Werbemarkt			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*		
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen		
11. Software-/Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen		
63.12	Webportale		
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen		
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung		
58.29	Verlegen von sonstiger Software		

Abgrenzungsmodell für Monitoringbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 nach neuer WZ 2008

Teilmarkt WZ-2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert UST	Anteilswert SVB
12. Sonstige			
91.01	Bibliotheken und Archive		8 %
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen		8 %
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks		8 %
74.30.2	Selbständige Dolmetscher		
74.20.2	Fotolabors		
32.11+13	Herstellung von Münzen, Fantasieschmuck		
Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung (Summe aller Wirtschaftszweige einschließlich Doppelzählung)			
Summe der doppelten Wirtschaftszweige			
Kultur- und Kreativwirtschaft Nr. 1.-12. (ohne Doppelzählung)			

Hinweise: * Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet; UST = Umsatzsteuerstatistik, SVB = Beschäftigtenstatistik; Anteilswerte = mit angegebenen Prozentwert dem Wirtschaftszweig zugeordnet.

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

6.3 Statistische Abgrenzung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Abgrenzung erfolgt nach der neuen europäischen Wirtschaftszweigklassifikation NACE Rev. 2. Sie wurde in Anlehnung an die verwandten Konzepte 2009

UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), ESS-net Culture Statistics und European Cluster Observatory zur Kultur- und Kreativwirtschaft erstellt.

European Culture and Creative Industries Statistics – NACE Rev.2

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

Notes: NACE Rev. 2 = Statistical classification of economic activities in the European Community, 2008; * proportion of the class

Source: Arbeitskreis Kulturstatistik e.V./German Working Group on Cultural Statistics, Berlin/Cologne 2011

Die vorliegende europäisch orientierte Abgrenzung ist darum bemüht, die Komplexität der verschiedenen Abgrenzungsmodelle zu reduzieren und in eine vereinfachte Form zu überführen. Deshalb wurden viele 4-Steller-Codes in 3-Steller-Codes übertragen, damit auch europäische Staaten, die ihre Wirtschaftsstatistiken nur auf 3-Steller-Ebene abbilden können, eine vergleichende Analyse auf europäischer Ebene durchführen können. Sofern der Einzelhandel nicht in 4-Steller-Codes erfasst werden kann, gilt ersatzweise

der 3-Steller Code 47.6. Die weitere Vereinfachung, mit dem Ziel eine vollständige Abbildung auf 3-Steller-Ebene für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu erreichen, wird zusammen mit europäischen und nationalen Experten aus verschiedenen Ländern in den Jahren 2012/2013 angestrebt. Damit soll ein Beitrag zur weiteren Stabilisierung des Definitions- und Statistikkonzepts der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft geleistet werden.

