



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Forschungsbericht Nr. 577

Forschungsberichte

Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Kurzfassung eines Forschungsgutachtens im Auftrag
des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

www.bmwi.de

Autoren

Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF)
Christoph Backes, Creative Business Consult (CBC)
Dr. Olaf Arndt, Daniel Brünink, Prognos AG

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Druck

Harzdruckerei, Wernigerode

Herausgeber

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

Stand

Februar 2009



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



Forschungsberichte

Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Kurzfassung eines Forschungsgutachtens im Auftrag
des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| 1. Gesamtwirtschaftliche Perspektive der Kultur- und Kreativwirtschaft | 3 |
| 1.1 Einführung | 3 |
| 1.2 Definition | 3 |
| 1.3 Die wirtschaftlichen Fakten und Trends | 4 |
| 2. Analyse der Förderrahmenbedingungen und Handlungsempfehlungen | 6 |
| 2.1 Analyse der Förderrahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft auf der Ebene des Bundes | 6 |
| 2.2 Strategische Handlungsempfehlungen | 7 |
| Anhang | 11 |

Mit der Erstellung der Studie „Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland“ wurden 2008 das Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF), Creative Business Consult (CBC) und die prognos AG durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie beauftragt. Die Langfassung der Studie steht als Download unter www.bmwi.de zur Verfügung.

1. Gesamtwirtschaftliche Perspektive der Kultur- und Kreativwirtschaft

1.1 Einführung

Die Debatte um die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland hat inzwischen eine hohe öffentliche Aufmerksamkeit erreicht. Kultur- und Kreativwirtschaft ist nicht mehr nur ein Imagefaktor, sondern sie wird als ein eigenständiges Wirtschaftsfeld begriffen, welches dauerhaft als Wachstumsbranche zu etablieren ist.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist Teil einer wissens- und contentorientierten Gesellschaft und übernimmt eine Vorreiterrolle auf dem Weg in eine wissensbasierte Ökonomie in Deutschland.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft wird schon heute in zukunftsorientierten Arbeits- und Geschäftsmodellen, wie z. B. in hybriden Arbeitsformen, gearbeitet. Darüber hinaus ist die Branche außerordentlich innovativ. Sie erweist sich als wichtige Quelle für originäre Innovationsideen. Die Produktion besteht im Wesentlichen aus Prototypen, Einzelanfertigungen, Kleinstserien sowie immateriellen Produkten. Es wird häufig projektspezifisch produziert und entwickelt. Fast alle Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nutzen moderne Technologien, allen voran Informations- und Kommunikationstechnologien. Sie sind dabei nicht nur passive Technologienutzer, sondern geben den Technologieherstellern und -entwicklern immer wieder wichtige Impulse für neue Technologievarianten.

Eine Innovations- und Wirtschaftspolitik mit dem Ziel der Unterstützung und dem Ausbau der Innovationskraft in Deutschland muss daher die Entwicklung der Querschnittsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft in ihre wirtschaftspolitische Ausrichtung integrieren.

Das Neue in der Studie

Die Studie führt zwei wesentliche neue Schwerpunkte in die Debatte der Kultur- und Kreativwirtschaft ein, die bisher nicht Gegenstand der vorliegenden Kulturwirtschaftsberichte waren.

Es wird erstmals die sogenannte **Binnensegmentierung** als Grundelement einer Untersuchung zur Kultur- und Kreativwirtschaft eingeführt. Damit ist gemeint, dass der Branchenkomplex erst durch die

grundlegend verschiedenen Unternehmenstypen mit ihren jeweiligen strukturellen Besonderheiten geprägt wird. Die Binnensegmentierung unterteilt die Unternehmenstypen nach den Großunternehmen, den klein- und mittelständischen Unternehmen und den Kleinstunternehmen bzw. Freiberuflern. Jeder dieser Akteure wird sowohl in empirischer Hinsicht als auch in seinen strukturellen Besonderheiten untersucht.

Zum Zweiten wird erstmals ein **abgestimmtes Grundmodell zur Definition und Abgrenzung** der Kultur- und Kreativwirtschaft vorgelegt. Dieses Grundmodell stimmt mit den Festlegungen der Wirtschaftsministerkonferenz der Länder als auch mit den Ergebnissen der Enquetekommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages überein. Damit kann erstmals ein verlässlicher empirisch-quantitativer Rahmen für den bislang heterogenen Branchenkomplex der Kultur- und Kreativwirtschaft vorgelegt werden.

Durch die Verständigung der drei Ebenen: Bundesregierung, Bundestag und Bundesländer über einen einheitlichen Kern und eine einheitliche Branchenabgrenzung (mit eindeutiger Benennung der Wirtschaftszweige) konnte endlich die bisherige Zwiespältigkeit über den Begriff Kultur- und Kreativwirtschaft überwunden werden.

1.2 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.

Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der sogenannte 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 im Übrigen sowohl mit der europäischen Kernabgrenzung der EU-Kommission als auch mit dem weltweiten Referenzmodell, dem britischen Creative Industries Konzept kompatibel.

1.3 Die wirtschaftlichen Fakten und Trends

Anteil an der Wertschöpfung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft leistet zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung in Deutschland im Jahr 2006 einen Beitrag in Höhe von 61 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 erreicht 2006 einen Bruttowertschöpfungsbetrag von 71 Milliarden Euro und einem Anteil von 3,1 Prozent, die Chemieindustrie einen Betrag von 49 Milliarden Euro und einem Anteil von 2,1 Prozent. Auf der Basis der positiven Erwerbstätigenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Jahren 2006 bis 2008 wird der Bruttowertschöpfungsbetrag konservativ geschätzt für das Jahr 2008 eine Höhe von 63 Milliarden Euro erreichen.

Erwerbstätige

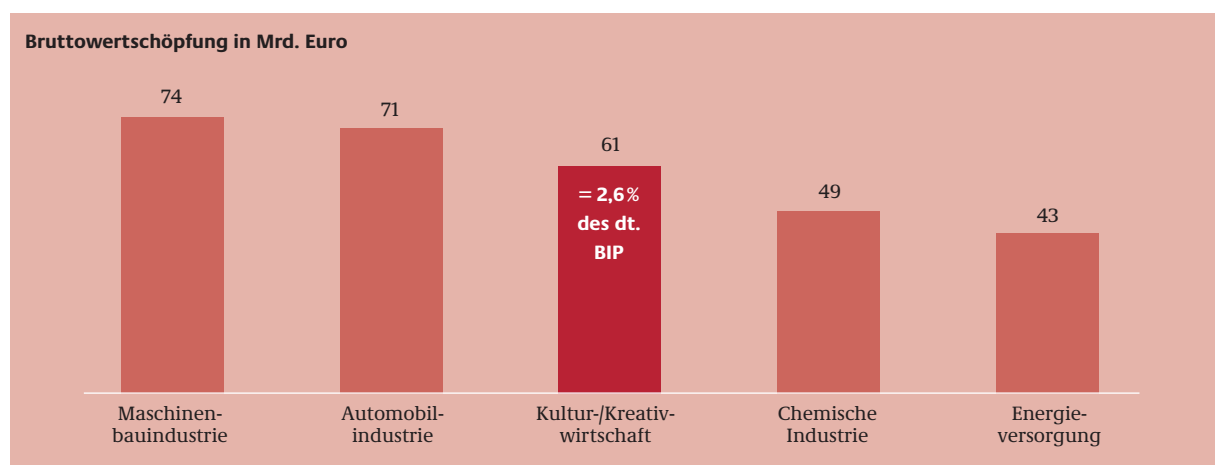
Die Zahl der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht im Jahr 2006 ein Volumen von 938.000 Personen (Selbständige und abhängig Beschäftigte). Die Zahl steigt zum Jahr 2007 um mehr als 30.000 Personen auf knapp 970.000 und bis 2008 erneut mit gleicher Dynamik auf einen neuen Höchststand von über eine Million Erwerbstätige. Damit sind 3,3 Prozent aller Erwerbstätigen der Gesamtwirtschaft in der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt.

Im direkten Zahlenvergleich der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze nimmt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen hervorragenden Mittelplatz ein und liegt mit 719.000 abhängig Beschäftigten fast gleichauf mit der Automobilindustrie, die 720.000 abhängig Beschäftigte im Jahr 2006 aufweist. Die Chemieindustrie und die Energieversorgung erreichen mit rund 448.000 sowie 234.000 Erwerbstätigen deutlich geringere Absolutwerte als die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Selbständige Künstler und Künstlerinnen

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

Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2006



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

Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

Nicht zuletzt bewegen sich die selbständigen Künstler selbst in einer Künstler-, Kultur- oder Kreativszene, die durch Vielfaltsproduktion gekennzeichnet ist. Diese Vielfalt unterschiedlichster Produktionsformen wird von Professionellen, Semiprofessionellen oder Autodidakten geprägt, die in hartem, zum Teil ruinösem Wettbewerb zueinander stehen.

Die Vielfaltsproduktion wird außerdem durch die Nutzung neuer Technologien, durch Digitalisierung und durch Internet ständig weiter entfacht. Die selbständigen Künstlerberufe stehen somit in einem komplizierten Wirtschaftsumfeld, die zukünftig eine erweiterte wirtschaftspolitische und kulturpolitische Beachtung benötigen.

Anteil der Frauen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist von einem überdurchschnittlichen Anteil an weiblichen Erwerbspersonen geprägt. Die Frauen sind in fast allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativbranchen stärker vertreten als die Männer. Lediglich die Software-/Games-Industrie verfügt bislang nur über ein Viertel an Frauenarbeitsplätzen.

Der Anteil der Frauen bei der Gruppe der Selbständigen liegt zwischen 40 Prozent und 44 Prozent. Dieser Anteil ist ebenfalls bereits sehr hoch, wenn man den Frauenanteil der Gesamtwirtschaft zum Vergleich nimmt: lediglich 7 Prozent der Frauen sind dort als Selbständige registriert.

Zusammenfassung der empirischen Befunde

Im Jahr 2008 existierten in der Kultur- und Kreativwirtschaft rund **238.300 Unternehmen und Selbständige**. Sie erzielten zusammen ein **Umsatzvolumen**

von insgesamt 132 Milliarden Euro und konnten rund **763.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** einen Voll- oder Teilzeitarbeitsplatz bieten. Zusammen mit den Selbständigen arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland **rund eine Million Erwerbstätige**. Insgesamt konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft damit im Jahr 2008 schätzungsweise einen Beitrag in Höhe von rund **63 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung** leisten.

Zu den Teilmärkten mit starker wirtschaftlicher Stellung der **Großunternehmen** zählen die Rundfunkwirtschaft sowie der Buch- und der Pressemarkt. Zugleich ist im Pressemarkt und in der Rundfunkwirtschaft die relative Bedeutungslosigkeit von Kleinunternehmen zu beobachten.

Die wichtigsten Märkte für **Kleinstunternehmen** sind der Kunstmarkt, der Markt für darstellende Künste, die Designwirtschaft, sowie der Architekturmarkt. Hier erwächst ein hoher Marktanteil des Umsatzes durch die große Zahl der Kleinstunternehmen, die als Einpersonenernehmen 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 Unternehmensgrößenklassen mehr oder weniger gleiche Umsatzanteile aufweisen, zählen die Software-/Games-Industrie – sowie die Filmwirtschaft.

Die im Hinblick auf die Wachstumsdynamik wichtigsten Teilmärkte der letzten Jahre sind die Software-/Games-Industrie, die Designwirtschaft, der Markt für darstellende Künste und der Kunstmarkt.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft – Kennzahlen, 2008

| | Absolutangaben 2008 | Anteil an Gesamt- wirtschaft 2008 | Veränderung gegenüber Vorjahr 2008/2007 |
|---|------------------------|--------------------------------------|--|
| Unternehmen/Selbständige in Tausend | 238,3 | 7,4% | 4,3% |
| Umsatz in Milliarden Euro | 131,7 | 2,5% | 1,8% |
| Erwerbstätige in Tausend | 1.001,7 | 3,3% | 3,4% |
| Sozialversicherungspfl. Beschäftigte in Tausend | 763,4 | 2,8% | 3,1% |
| Bruttowertschöpfung in Milliarden Euro | 63,4 | 2,5% | 2,2% |

Hinweise: Alle Kennzahlen basieren auf vorläufigen Angaben und Schätzungen der Umsatzsteuer- und Beschäftigtenstatistik sowie der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen

Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

2. Analyse der Förderrahmenbedingungen und Handlungsempfehlungen

2.1 Analyse der Förderrahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft auf der Ebene des Bundes

Die Relationsanalyse der bestehenden Förderangebote zur Entwicklung der Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft seitens Bundesregierung und der identifizierten Förderbedarfe der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt ein differenziertes Ergebnis. Zwischen den heterogenen Größenklassen der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es wesentliche Unterschiede sowohl in der Bedarfsstruktur der einzelnen Akteure als auch in den identifizierten Förderangeboten.

Die einzelnen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft werden bisher sehr divergent von den bestehenden Förderprogrammen angesprochen. Während im Bereich der technologieorientierten Teilbranchen über alle Größenklassen hinweg eine gezielte Ansprache mit spezifischen Förderprogrammen besteht, ist dies im Bereich der nicht-technologieorientierten Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht hinreichend der Fall.

Die aufgezeigten Förderlücken in den heterogenen Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind daher stets zielgruppenspezifisch zu betrachten. Für die aufgezeigten Förderlücken und nicht hinreichend gedeckten Förderbedarfe gilt es, vor dem Hintergrund bestehender Förderbeispiele auf Ebene der Kommunen, der Länder und anderer europäischer Staaten Handlungsoptionen abzuleiten, um eine effektive Förderkulisse zur Entwicklung des volkswirtschaftlichen Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland zu entwickeln.

Kleinstunternehmen und Freiberufler in der Kultur- und Kreativwirtschaft können von individueller, persönlicher Förderung sehr stark profitieren. Eine ausreichende Professionalisierung erfolgt derzeit weder durch die Marktmechanismen noch durch Förderprogramme. Aufgrund der Vielzahl dieser Unternehmen wird ein enormes ökonomisches Potenzial somit nicht optimal genutzt. Bestehende Förderangebote sind oft nicht auf die spezifischen Besonderheiten

und divergierenden Problemstellungen der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgerichtet und bieten den Akteuren daher nicht die benötigte Unterstützung. Es bestehen häufig Informationsdefizite und Hemmnisse, die eine Beteiligung an diesen Förderprogrammen verringern.

Trotz zahlreicher finanzieller Förderangebote ist festzuhalten, dass der spezifische Finanzierungsbedarf der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die Bundesprogramme nicht vollständig gedeckt wird. So existieren bislang auf Bundesebene keine Fördermodelle, die eine an die Kultur- und Kreativwirtschaft angepasste projektorientierte Finanzierung oder Zwischenfinanzierung ermöglichen. Die Entwicklung des volkswirtschaftlichen Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft wird daher oftmals durch fehlende Innovations- und Wachstumsfinanzierung beeinträchtigt. Ursächlich dafür sind oftmals bislang ungelöste Bewertungsschwierigkeiten von Investitionen, einerseits durch Banken, andererseits auch durch Wirtschaftsförderungen. Für viele Wirtschaftsförderungen in Deutschland ist der Umgang mit Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft noch kein alltägliches Geschäft. Die Bewertung der Geschäftsideen und die Vermittlung effektiver Unterstützungen bereiten daher noch Probleme und verhindern teilweise eine mögliche effektive Förderung mit vorhandenen Förderinstrumenten.

Ein weiteres Hemmnis hinsichtlich der bestehenden Förderprogramme liegt in der Definition des Innovationsbegriffs für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Anteil von „Hidden Innovations“ ist in der Kreativwirtschaft, wie im Dienstleistungssektor allgemein, besonders hoch, was die Bewertung der Innovationsaktivitäten und -wirkungen von Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft per se erschwert. Vielfach entspricht die Vorstellung von Innovationen in den dargestellten Förderprogrammen nicht der Arbeits- und Produktionsweise der Kultur- und Kreativwirtschaft. So werden vielfach contentorientierte Innovationsprozesse für immaterielle Produkte oder Dienstleistungen nicht als Innovation berücksichtigt. Eine ähnliche Situation zeigt sich im Bereich der Förderung immaterieller Güter. Mit den Förderrichtlinien in den bestehenden Förderangeboten ist eine

passgenaue Förderung immaterieller Güter und Ausgaben, wie sie in der Kultur- und Kreativwirtschaft wesentlich sind, nicht möglich.

Es zeigt sich, dass ein mangelndes Zugehörigkeitsbewusstsein der Akteure, eine nicht hinreichende Außendarstellung der Querschnittsbranche und fehlende Vernetzungsmöglichkeiten die Entwicklungen der Akteure einschränken. Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung greift diese identifizierten Problemfelder der Akteure auf und bietet somit erste wichtige Ansätze zur verbesserten Entwicklung der Branche.

Ein weiteres Handlungsfeld zur Entwicklung der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft ist die Heranführung und Vermittlung zwischen den verschiedenen zuständigen institutionellen Ebenen der Kommunen, Städte, Länder des Bundes und den Kleinstunternehmen in Bezug auf Wirtschafts- und Kulturförderung. Vor dem Hintergrund einer bisher kaum entwickelten Wertschöpfungstiefe in der Kultur- und Kreativwirtschaft wird in der Forschung insbesondere die Entwicklung der ökonomischen Potenziale von Kleinstunternehmen als zentraler Stellhebel erkannt. In der Analyse konnte festgestellt werden, dass es zur optimalen Entwicklung der Kleinstunternehmen mit ihren besonderen Förderbedürfnissen einer stärkere Heranführung der Kleinstunternehmen an die institutionelle Ebene der fördernden Institutionen mit speziell zu entwickelnden Ansprüchen – und Förderprogrammatiken bedarf. Das volkswirtschaftliche Potenzial von kulturwirtschaftlichen Innovationen kann durch die gleichzeitige Professionalisierung der Akteure und die Vermittlung zwischen den oftmals hermetischen Strukturen von Kultur und Wirtschaft stärker entfaltet werden.

Insgesamt ergeben sich aus der Analyse der von der Bundesregierung initiierten Förderlandschaft drei wesentliche Ansatzpunkte:

- ▶ Auf die Kultur- und Kreativwirtschaft bezogen müssen spezifische und neue Unterstützungsmöglichkeiten und -formen entwickelt werden.

- ▶ Es muss eine Vermittlung zwischen den kreativen Akteuren und den verschiedenen fördernden Institutionen erfolgen, um eine hinreichende Förderwirkung bestehender Unterstützungsformen für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu erreichen.

- ▶ Nötig ist außerdem eine formale und inhaltliche Öffnung bestehender Förderprogramme der Bundesregierung für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Hinsichtlich der allgemeinen Rahmenbedingungen konnte in der Analyse gezeigt werden, dass diese aus Sicht der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft wesentliche Faktoren für eine optimale Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland darstellen. Aufgrund der Komplexität der Rahmenbedingungen konnte in dieser Grundsatzstudie jedoch keine vertiefende Analyse zum Einfluss der Rahmenbedingungen auf die Akteure erfolgen. Eine ausführliche Diskussion, Bewertung und Ableitung von Handlungsmöglichkeiten zur Verbesserung von allgemeinen Rahmenbedingungen muss weiteren Vertiefungsstudien vorbehalten werden. Als zentrale Themen, die weiteren Forschungsbedarf besitzen konnten jedoch insbesondere das Thema der Bildung, z. B. der kultur- und kreativwirtschaftsnahen Ausbildungs- und Studiengängen, der Steuergesetzgebung und des Urheberrechts identifiziert werden. Besonders im Zusammenhang mit der zunehmenden Digitalisierung der Güter nimmt die Gestaltung des Urheberrechtes eine wesentliche Bedeutung für die unternehmerischen Tätigkeiten und einer marktgerechten Entlohnung der Akteure in vielen Teilbereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft ein. Im Bereich der Sozialpolitik wird von den Akteuren die immense Bedeutung der Künstlersozialkasse hervorgehoben.

2.2 Strategische Handlungsempfehlungen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft bietet überdurchschnittlich viele Beschäftigungschancen für Dienstleister, Selbständige und Freiberufler. Die Nachfrage nach künstlerischen und kreativen Inhalten steigt. Die häufig projektabhängige vernetzte Form der Arbeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft greift zunehmend auf andere Wirtschaftsbereiche über

und verdeutlich den Modellcharakter der Kultur- und Kreativwirtschaft für eine moderne Wirtschaft. Auf dieser Basis empfehlen die Gutachter folgende Maßnahmen zur Unterstützung der Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft:

Öffnung bestehender Förderprogramme für innovative Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die hohe Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Volkswirtschaft allgemein und deren Innovationsfähigkeit im Besonderen sowie ihre eigene Innovationsaktivitäten verlangen nach einer stärkeren Einbindung der Unternehmen in wirtschafts- und technologiepolitische Programme. Aus gutachterlicher Sicht sollte die Bundesregierung die bestehenden formalen und inhaltlichen Anforderungen für existierende Förderprogramme der Bundesregierung anpassen, um vermehrt Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer Entwicklung fördern zu können.

Aufbau eines Expertennetzwerks als Beratung für die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Gutachter empfehlen der Bundesregierung, ein Expertennetzwerk zu initiieren. Aufgabe dieses Expertennetzwerks ist die Beratung der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft. Daneben fungiert das Netzwerk als Vermittler zu den vielfältigen institutionell-fördernden Ebenen in Deutschland. Die branchenkundigen Berater im Netzwerk bieten den Kleinunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Professionalisierung in Form von „Coachings on the job“ an, um z. B. Produktionsprozesse zu optimieren oder Markterschließungen vorzubereiten und Marketingstrategien zu entwickeln. Die Kombination betriebswirtschaftlicher Beratung mit den vorhandenen monetären Unterstützungsinstrumenten führt insbesondere bei Kleinunternehmen zu einer weiteren Professionalisierung.

Definierter Innovationsbegriff für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Nicht nur die technologischen Innovationen treiben die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft an, sondern ebenso deutlich wird, dass es auch Ideen, kreative Inhalte oder eben die nicht-technologischen Innovationen sind, die ihrer-

seits eine Rasananz der wirtschaftlichen Entwicklung bewirken. Hier werden zukünftig alle Instrumente einer Innovationsstrategie von Bedeutung sein. Eine Beschränkung auf die vorwiegend technologische Innovationsförderung würde dann viele Wertschöpfungspotenziale ungenutzt lassen. Die Europäische Kommission hat deshalb das Jahr der Kreativität und Innovation ausgerufen, um die Sensibilisierung für die Bedeutung der Innovation zu werben. Die Kommission setzt dabei auf einen Plan zur „EU-Innovationsstrategie“ an, den sie bereits beim Gipfeltreffen der Staats- und Regierungschefs am 15.12.2006 beraten und beschlossen hat. Die Bundesregierung sollte diesen Plan insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Förderung der nicht-technologischen Innovation für die Kultur- und Kreativwirtschaft prüfen und unterstützend einsetzen.

Aufbau einer bundesweiten Branchenplattform der Kultur- und Kreativwirtschaft

Aus gutachterlicher Perspektive sollte die Bundesregierung die bisherige Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft zu einer Branchenplattform der Kultur- und Kreativwirtschaft ausbauen. Die Plattform sollte eine zentrale Anlaufstelle für die Branchenvertreter, regionale Cluster und Wirtschaftsförderer sowie für die Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft selbst sein. Aufgaben der Branchenplattform sind Erstberatungen der Akteure, die Bereitstellung von Informationen sowie regelmäßige Branchengespräche und Panels. Die Branchenplattform sollte den Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft situations- und ortsspezifische Erstberatungen bieten. Freelancer, Unternehmen und politische Vertreter können Informationen zu Ansprechpartnern und Kontakte zur Fördermittelberatung abfragen. Hierfür ist eine Geschäftsstellenfunktion einzurichten.

Entwicklung von Bewertungsmaßstäben für Banken und Wirtschaftsförderer

Zur Verbesserung der finanziellen Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft und zum Abbau der Berührungängste zwischen der Branche und Banken muss auf Kooperationen zur gezielten Beratung gesetzt werden. Die Gutachter empfehlen der Bundesregierung, zusammen mit Beratern, Banken und Wirtschaftsförderern ein Manual zu erarbeiten, das eine Verbesserung der Einordnung der Kultur- und Kreativwirt-

schaft für bisher nicht sensibilisierte Akteure auf den institutionellen Ebenen ermöglicht. In diesem Manual sollen Bewertungsgrundsätze und -empfehlungen für die Besonderheiten der unternehmerischen Tätigkeit in den einzelnen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft beschrieben werden.

Ausweitung der Bundespreise

Der Bundesregierung wird als ergänzende Maßnahme empfohlen, die Bundespreise auf bisher nicht berücksichtigte Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft auszuweiten. Einhergehend mit einer starken Vermarktung und Verbreiterung der geförderten Unternehmen der Bundespreise kann die Bundesregierung die bestehende wesentliche Unterstützung zur Markterschließung von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter ausbauen.

Ausweitung der Messförderung

Die Gutachter empfehlen ebenfalls als ergänzende Maßnahme und zur gezielten Förderung der Internationalisierung der Kultur- und Kreativwirtschaft, die bestehende Messförderung anzupassen. Zur effektiven Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft sollten insbesondere die förderfähigen Ausgaben in den Förderprogrammen Auslandsmesseprogramm und Teilnahme junger, innovativer Unternehmen an internationalen Leitmesse angepasst werden. Für eine Förderung der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sollte es möglich sein, u. a. Künstlerreisen zu Auftritten auf Auslandsmessen entsprechend zum Versand von materiellen Ausstellungsstücken zu fördern. Darüber hinaus wird empfohlen, die Teilnahme am Förderprogramm zur Teilnahme an internationalen Leitmesse in Deutschland für alle jungen Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu ermöglichen. Darüber hinaus sollte innerhalb der Programme geprüft werden, inwiefern sich für die Kultur- und Kreativwirtschaft relevante Messen in den Programmen befinden.

Weiterentwicklung von Programmen mit kleinteiligen Förderbeträgen

Die Gutachter empfehlen der Bundesregierung, die bestehenden Förderprogramme mit kleinteiligen Förderbeträgen, wie das KfW-Startgeld, an die Bedürfnisse der Kultur- und Kreativwirtschaft anzupassen. Das derzeitige Hausbankprinzip und die damit ein-

hergehenden Anforderungen innerhalb des Förderprogramms verhindern oftmals die hinreichende Teilnahme der Kultur- und Kreativwirtschaftsunternehmen. Die Gutachter empfehlen der Bundesregierung daher eine Öffnung dieses Prinzips.

Ein weiterer Ansatzpunkt könnte darüber hinaus die unbürokratische Vergabe von Kleinstkrediten bis 5.000 Euro ohne Verwendung des Hausbankprinzips z. B. direkt über ein Internetportal sein. Die Vergabe könnte mit einem vereinfachten Vergabeverfahren erfolgen indem lediglich eine Checklistenabfrage nach Aufträgen, Absichtserklärungen oder Kooperationen erfolgt. Dadurch würde die Vergabe vereinfacht und aufwandseffizient durchführbar sein. Die projektorientierte Finanzierungssituation von Kleinstunternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft würde somit deutlich verbessert.

Monitoring und Fortschreibung der quantitativen Analysen zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Es muss eine Aufgabe der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft sein, die Fortschritte und Veränderungen sowie das bestehende Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft kontinuierlich zu erfassen und zu dokumentieren. Dieses Know-how über die Branche ist wesentlich für das Profil einer Dialogplattform für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Analysen und statistischen Auswertungen zu nationalen und internationalen Besonderheiten der Branche geben wichtige Anhaltspunkte für die Wahrnehmung der Branche. Durch die kontinuierliche Erhebung und Veröffentlichung von Daten zu spezifischen Charakteristika und Stärken der Kultur- und Kreativwirtschaft wird es gelingen, auch traditionelle Wirtschaftssektoren und weite Teile der Öffentlichkeit auf die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland und darüber hinaus aufmerksam zu machen.

Weiterführende und vertiefende Analysen zur Verbesserung der allgemeinen Rahmenbedingungen

Im Rahmen dieser Untersuchung konnte keine ausführliche Analyse der hier als allgemeine Rahmenbedingungen definierten Einflussfaktoren erfolgen. Vielmehr gilt es, die in der vorliegenden Analyse

identifizierten Themen als Anregungen von der Bundesregierung aufzunehmen. Eine Bewertung der Themen erfordert aufgrund der enormen Komplexität dieser allgemeinen Rahmenbedingungen jedoch eigene Untersuchungen.

Wesentliche Themen im Bereich der allgemeinen Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft werden, die es weiter zu prüfen gilt, sind insbesondere in den Bereichen der Bildungs- und Steuerpolitik sowie auf dem Feld der gesetzlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen, insbesondere des Urheberrechtes angesiedelt.

Anhang

Abgrenzungsmodelle

1. Abgrenzungsmodell der EU-Kommission 12
2. Abgrenzungsmodell der Enquetekommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages 13
3. Abgrenzungsmodell der Wirtschaftsministerkonferenz nach statistischen Teilgruppen 14
4. Umsortierung der statistischen Teilgruppen nach Teilmärkten 15

Statistische Daten

5. Kultur- und Kreativwirtschaft 2006 nach statistischer Teilgruppengliederung 17
6. Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2003 – 2008 18
7. Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2003 – 2008 20
8. Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2003 – 2008 22
9. Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft 2006 24
10. Selbständige Künstler und Künstlerinnen nach Umsatzgrößenklassen 2006 26
11. Freiberufliche Künstler und Künstlerinnen 2000 – 2008, Versichertenbestand der Künstlersozialkasse 27

Literaturquellen

12. Literaturliste 28
13. Übersicht der Länderberichte zur Kultur- und Kreativwirtschaft 30

Neuabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft ab 2009

14. Statistische Neu-Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland nach der neuen WZ 2008 (gültig ab 2009) 31

1. Abgrenzungsmodell der EU-Kommission

Statistische Abgrenzung des Kultursektors in Europa. Abgrenzung der EU-Kommission nach der offiziellen europäischen Wirtschaftszweigklassifikation NACE Rev.1

| Nace 2-digits | Nace 3-digits | Inclusion in the cultural field |
|--|---|---------------------------------|
| 22 – Publishing, printing and reproduction of recorded media | 22.1 – Publishing | Yes |
| | 22.2 – Printing and service activities related to printing | No |
| | 22.3 – Reproduction of recorded media | No |
| 92 – Recreational, cultural and sporting activities | 92.1 – Motion picture and video activities | Yes |
| | 92.2 – Radio and television activities | Yes |
| | 92.3 – Other entertainment activities | Yes |
| | 92.4 – News agency activities | Yes |
| | 92.5 – Library, archive, museums and other cultural activities | Yes |
| | 92.6 – Sporting activities | No |
| | 92.7 – Other recreational activities | No |
| 74 – Other business activities | 74.1 – Legal, accounting, bookkeeping and auditing activities; tax consultancy; market research and public opinion polling; business and management consultancy; holdings | No |
| | 74.2 – Architectural and engineering activities and related technical consultancy | Direct estimation* |
| | 74.3 – Technical testing and analysis | No |
| | 74.4 – Advertising | Yes |
| | 74.5 – Labour recruitment and provision of personnel | No |
| | 74.6 – Investigation and security activities | No |
| | 74.7 – Industrial cleaning | No |
| | 74.8 – Miscellaneous business activities not elsewhere classified. | Yes |

Hinweis: As the Nace nomenclature doesn't allow isolating architectural activities from engineering activities and related technical consultancy, the DEPS used estimator calculated from professional sources. European definition of cultural sector without NACE-code 52.47 Retail sale of books, newspapers and stationery, code 36.3 Manufacture of musical instruments, 22.3 Reproduction of sound, video, computer media recording. NACE Rev.1 = "Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne" – Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft.

Quelle: EU-Kommission, „The Economy of Culture in Europe“, (study, October 2006) nach: EU-Kulturstatistik/ Task Force Employment/EUROSTAT und französisches Kulturministerium/Forschungsabteilung DEPS

2. Abgrenzungsmodell der Enquetekommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages

Das Grundmodell der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Gliederung nach statistischen Teilgruppen und Wirtschaftszweigen (NACE Rev.1, WZ 2003)

Statistische Abgrenzung der Kernbranchen der Kulturwirtschaft*

| NACE-CODE 2-stellig | NACE/WZ/Nr. 3-stellig | NACE/WZ WZ-Nr. 4-stellig (teilweise 5-stellig) |
|--|---|--|
| 22 – Publishing, printing and reproduction of recorded media | 22.1 – Verlagsgewerbe | 22.11 – Verlegen von Büchern 22.12 – Verlegen von Zeitungen 22.13 – Verlegen von Zeitschriften 22.14 – Verlegen von bespielten Tonträgern u. Musikalien 22.15 – Sonstiges Verlagsgewerbe |
| 92 – Recreational, cultural and sporting activities | 92.1 – Film- u. Videofilmherstellung, -verleih, -vertrieb; Kinos | 92.11 – Film- und Videofilmherstellung 92.12 – Filmverleih und Videoprogrammanbieter 92.13 – Kinos |
| | 92.2 – Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk-, Fernsehprog. | 92.20 – Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk-, Fernsehprogrammen |
| | 92.3 – Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen | 92.31 – Künstler. U. schriftstellerische Tätigkeiten bzw. Darbietungen 92.32 – Theater-, Opern-Musicalbetrieb, Hilfsdienste für kulturelle u. ä. Leistungen 92.34 – Erbringung von kulturell. U. unterhalt. Leistungen |
| | 92.4 – Korrespondenz-, Nachrichtenbüros, selbst. Journalisten | 92.40 – Korrespondenz-, Nachrichtenbüros, selbständige Journalisten |
| | 92.5 – Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zool. Gärten | 92.51 – Bibliotheken und Archiv 92.52 – Museen und Denkmalschutzeinrichtungen |
| 52 – Retail Trade | 52.4 – Sonstiger Facheinzelhandel | 52.47 – Einzelhandel mit Büchern usw. 52.45.3 – Einzelhandel mit Musikinstrumenten, Musikalien 52.47.2 – Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften 52.48.2 – Einzelhandel mit Kunstgegenständen (ohne Antiquität, Teppich, Briefmarke, Münze, Geschenkartikel) |
| 74 – Other business activities | 74.2 – Architektur- und Ingenieurbüros | 74.2x – Architekturaktivitäten 74.20.1 – Architekturbüros für Hochbau und Innenausbau (ohne Ingenieurbüros) 74.20.2 – Architekturbüros für Orts- und Landesplanung 74.20.3 – Architekturbüros Garten-, Landschaftsgestaltung |
| | 74.8 – Sonstige Unternehmensaktivitäten | 74.8x – Designaktivitäten 74.20.6 – Industriedesign 74.40.1 – Kommunikationsdesign/Werbegestaltung 74.87.4 – Mode-, Grafikdesign, sonstiges Design |
| | 74.4 – Werbung | 74.20.2 – Werbevermittlung (Werbeberatung in Design enthalten) |
| 72 – Computer and related Activity | 72.2 – Software/Games | 72.2 – Entwicklung und Verlegen von Software/Games |

Hinweis: Deutsche Kultursektorabgrenzung ohne WZ-Nr. 36.3 Herstellung von Musikinstrumenten, WZ-Nr. 22.3 Vervielfältigung von Musik-, Video und Datenträger. WZ 2003 = Deutsche Klassifikation der Wirtschaftszweige, Basiert auf europäischer NACE Rev.1 = „Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne“ – Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft

* Abgrenzung des Arbeitskreises Kulturstatistik e.V. nach offizieller Wirtschaftszweigklassifikation WZ.

3. Abgrenzungsmodell der Wirtschaftsministerkonferenz nach statistischen Teilgruppen

Von der Wirtschaftsministerkonferenz als verbindlicher Rahmen des Kernbereichs der Kultur- und Kreativwirtschaft verabschiedet. (Beschluss Juni 2008)

Grundmodell der Kultur- und Kreativwirtschaft nach statistischen Gruppen und WZ-Nummern (WZ 2003)

| | | |
|---|------------------------------------|---|
| KULTURWIRTSCHAFT | | |
| I. | Verlagsgewerbe | WZ-Nr. 22.1 |
| II. | Filmwirtschaft | WZ-Nr. 92.1 |
| III. | Rundfunkwirtschaft | WZ-Nr. 92.2 |
| IV. | Künstlerische und sonstige Gruppen | WZ-Nr. 92.3 |
| V. | Journalisten-/Nachrichtenbüros | WZ-Nr. 92.4 |
| VI. | Museen/Kunstaustellungen | WZ-Nr. 92.5 |
| VII. | Handel mit Kulturgütern* | WZ-Nr. 52.4* oder 52.45.3, 52.47.2, 52.48.2** |
| VIII. | Architekturmarkt | WZ-Nr. 74.2* oder 74.20.1, 74.20.2, 74.20.3 |
| IX. | Designwirtschaft | WZ-Nr. 74.8* oder 74.20.6, 74.40.1***, 74.87.4 |
| KREATIVBRANCHEN | | |
| X. | Werbemarkt | WZ-Nr. 74.4 einschließlich 74.40.1*** |
| XI. | Software-/Games-Industrie | WZ-Nr. 72.2 |
| KREATIVWIRTSCHAFT = (KULTURWIRTSCHAFT + KREATIVBRANCHEN) | | |

Hinweise: *3-Steller-Wirtschaftsgruppen werden durch ausgewählte 5-Steller-Wirtschaftszweige ersetzt, sofern vorhanden, ansonsten anteiliger Wert der Gruppe. **Schätzwert 20% für Kunsthandel, da Wirtschaftszweig Nr. 52.48.2 hohe Anteile von nicht-kulturellen Aktivitäten enthält. ***Wirtschaftszweig wird mehrfach zugeordnet, Endsumme einfach berechnet.

4. Umsortierung der statistischen Teilgruppen nach Teilmärkten (WZ 2003)

| | | Anteilswerte |
|---|---|----------------|
| 1. Musikwirtschaft | | |
| 92.31.5 | Selbständige Musiker/innen, Komponist/innen | |
| 92.31.2 | Musik- und Tanzensembles | |
| 22.14.0 | Verlag von bespielten Tonträgern u. Musikverlage | |
| 92.32.1 | *Theater-/Konzertveranstalter | |
| 92.32.2 | *Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw. | 10% (SVB) |
| 92.32.5 | *Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und 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% (UST, SVB) |
| 92.52.1 | Museumshops (Schätzung) und Kunstausstellungen | 8% (SVB) |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| 4. Filmwirtschaft | | |
| 92.31.7 | *Selbständige Bühnenkünstler/innen | |
| 92.11.0 | Film-/TV- und Videofilmherstellung | |
| 92.12.0 | Filmverleih- und Videoprogrammanbieter | |
| 92.13.0 | Kinos | |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| 5. Rundfunkwirtschaft | | |
| 92.20.0 | Rundfunkveranst., Herstellung von Hörfunk-, Fernsehprogrammen | 35% (SVB) |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| 6. Markt für darstellende Künste | | |
| 92.31.7 | *Selbständige Bühnenkünstler/innen | |
| 92.31.8 | Selbständige Artist/innen | |
| 92.31.1 | Theaterensembles | 10% (SVB) |
| 92.32.1 | *Theater-/Konzertveranstalter | |
| 92.32.2 | *Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw. | 10% (SVB) |
| 92.32.3 | Varietes u. Kleinkunsth Bühnen | |
| 92.32.5 | *Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens | |
| 92.34.1 | Tanzschulen | |
| 92.34.2 | Weitere Kultur-/Unterhaltungseinrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater) | |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| 7. Designwirtschaft | | |
| 74.20.6 | Industriedesign | |
| 74.87.4 | Produkt-/Mode-/Grafikdesign | |
| 74.40.1 | *Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung | |
| Teilmarkt insgesamt | | |



| | | Anteilswerte |
|--------------------------------------|--|--------------|
| 8. Architekturmarkt | | |
| 74.20.1 | Architekturbüros f. Hochbau u. Innenarchitektur | |
| 74.20.2 | Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung | |
| 74.20.3 | Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung | |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| 9. Pressemarkt | | |
| 92.40.2 | Selbständige Journalist/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 | |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| 10. Werbemarkt | | |
| 74.40.1 | *Werbung/ Werbegestaltung | |
| 74.40.2 | Werbung/ Werbevermittlung | |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| 11. Software-/Games-Industrie | | |
| 72.20.1 | Verlegen von Software | |
| 72.20.2 | Softwareberatung und -entwicklung | |
| Teilmarkt insgesamt | | |
| (-) Sonstiges | | |
| 92.31.4 | Selbständige Restaurator/innen | |
| 92.51.0 | Bibliotheken/Archive | 8% (SVB) |
| 92.52.2 | Betrieb von Denkmalstätten | 8% (SVB) |
| 92.53.0 | Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks | 8% (SVB) |
| 92.33.0 | Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks | |
| Teilmarkt insgesamt | | |

Hinweise: *Teilmärkten mehrfach zugeordnet. %-Anteil SVB = Beschäftigtenstatistik, UST = Umsatzsteuerstatistik

5. Kultur- und Kreativwirtschaft 2006 nach statistischer Teilgruppengliederung

| | | Unter- nehmen (1) | Umsatz (2) | Erwerbs- tätige (3) | Beschäf- tigte (4) | geringfügig Beschäftigte (5) | Beschäftigte im Nebenjob (6) |
|--|---|----------------------|-------------------|------------------------|-----------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| | | Anzahl 2006 | in Mio. € 2006 | Anzahl 2006 | Anzahl 2006 | Anzahl 2006 | Anzahl 2006 |
| 1. Gruppe Verlagsgewerbe/Tonträger | | | | | | | |
| 22.1 | Verlagsgewerbe | 9.653 | 37.471,1 | 147.276 | 137.623 | 62.433 | 19.646 |
| 2. Gruppe Filmwirtschaft | | | | | | | |
| 92.1 | Film-u.Videofilmherst., -verleih, -vertrieb; Kinos | 8.730 | 6.854,9 | 43.481 | 34.751 | 12.643 | 5.822 |
| 3. Gruppe Rundfunkwirtschaft | | | | | | | |
| 92.1 | Rundfunkveranst., H.v. -Hörfunk-, Fernsehprogrammen | 889 | 7.426,4 | 22.133 | 21.244 | 586 | 353 |
| 4. Künstlerische und sonstige Gruppen | | | | | | | |
| 92.3 | Erbrg. von sonst. kulturellen und unterh. Leistungen | 40.100 | 6.811,8 | 78.653 | 38.653 | 14.698 | 6.924 |
| 5. Gruppe Journalisten-/Nachrichtenbüros | | | | | | | |
| 92.4 | Korrespondenz-, Nachrichten- büros, selbst. Journal. | 17.416 | 2.000,5 | 25.375 | 7.959 | 2.163 | 964 |
| 6. Gruppe Museumshops, Kunstausstellungen | | | | | | | |
| 92.5 | Bibliotheken, Archive, Museen, bot. und zoolog. Gärten | 1.382 | 719,1 | 4.085 | 2.703 | 378 | 93 |
| 7. Gruppe Handel mit kulturellen Gütern | | | | | | | |
| aus 52.4 | Sonstiger Facheinzelhandel | 9.343 | 5.631,9 | 41.772 | 32.429 | 12.323 | 3.005 |
| 8. Gruppe Architekturmarkt | | | | | | | |
| aus 74.2 | Architektur- und Ingenieur- büros | 39.737 | 7.286,5 | 99.626 | 59.889 | 13.858 | 5.594 |
| 9. Gruppe Designwirtschaft* | | | | | | | |
| aus 74.8 | Erbrg. von sonst.wirtschaftl. Dienstleistungen, ang. | 38.728 | 14.869 | 120.147 | 81.419 | 29.141 | 12.124 |
| 10. Gruppe Werbemarkt* | | | | | | | |
| aus 74.4 | Werbung | 39.507 | 25.797 | 142.021 | 102.514 | 80.907 | 25.003 |
| 11. Gruppe Software-/Games-Industrie | | | | | | | |
| 72.2 | Softwarehäuser | 35.719 | 24.103,2 | 305.805 | 270.086 | 20.372 | 10.960 |
| Kultur- und Kreativwirtschaft | | | | | | | |
| (Gruppe Nr.1-11.) | | 219.376 | 126.378 | 938.043 | 718.667 | 222.970 | 79.442 |
| <i>Anteil an Gesamtwirtschaft</i> | | <i>7,1%</i> | <i>2,6%</i> | <i>3,2%</i> | <i>2,7%</i> | <i>4,6%</i> | <i>4,2%</i> |

Hinweise: *Wirtschaftszweig doppelt zugeordnet, in Endsumme einfach gezählt. Rot markierte Daten anteilig berechnet. (1) steuerpflichtige Unternehmen mit (2) Jahresumsätzen ab 17.500 Euro, (3) Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, (5) ausschließlich geringfügig Beschäftigte, (6) geringfügig Beschäftigte im Nebenjob.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis; Beschäftigtenstatistik und Statistik der geringfügig Beschäftigten, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/AG Kultur- und Kreativwirtschaft 2008

6. Unternehmen(1) der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2003–2008

| | Anzahl 2003 | Anzahl 2004 | Anzahl 2005 | Anzahl 2006 | Anzahl 2007*** | Anzahl 2008*** | |
|---|--|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|---------------|
| 1. Musikwirtschaft | | | | | | | |
| 92.31.5 | Selbständige Musiker/innen, Komponist/innen | 2.148 | 2.213 | 2.303 | 2.337 | 2.372 | 2.407 |
| 92.31.2 | Musik- und Tanzensembles | 1.957 | 1.909 | 1.897 | 1.859 | 1.822 | 1.785 |
| 22.14.0 | Verlag von bespielten Tonträgern u. Musikverlage | 1.302 | 1.370 | 1.401 | 1.478 | 1.559 | 1.645 |
| 92.32.1 | *Theater-/Konzertveranstalter | 1.088 | 1.151 | 1.200 | 1.268 | 1.340 | 1.416 |
| 92.32.2 | *Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw. | 204 | 200 | 204 | 207 | 210 | 213 |
| 92.32.5 | *Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens | 954 | 1.060 | 1.210 | 1.358 | 1.524 | 1.711 |
| 52.45.3 | Einzelhandel mit Musikinstrumenten u. Musikalien | 2.364 | 2.342 | 2.354 | 2.291 | 2.230 | 2.170 |
| | Teilmarkt insgesamt | 10.017 | 10.245 | 10.569 | 10.798 | 11.056 | 11.346 |
| 2. Buchmarkt | | | | | | | |
| 92.31.6 | Selbständige Schriftsteller/innen | 5.035 | 5.336 | 5.654 | 5.915 | 6.188 | 6.474 |
| 22.11.1 | Buchverlag | 2.553 | 2.606 | 2.650 | 2.674 | 2.698 | 2.723 |
| 52.47.2 | Einzelhandel mit Büchern | 5.127 | 5.121 | 5.123 | 5.049 | 4.976 | 4.904 |
| | Teilmarkt insgesamt | 12.715 | 13.063 | 13.427 | 13.638 | 13.862 | 14.101 |
| 3. Kunstmarkt | | | | | | | |
| 92.31.3 | Selbständige bildende Künstler/innen | 7.265 | 7.380 | 7.713 | 8.039 | 8.379 | 8.733 |
| 52.48.2** | Kunsthandel (Schätzung) | 2.191 | 2.132 | 2.077 | 2.003 | 1.932 | 1.864 |
| 92.52.1 | Museumshops (Schätzung) und Kunstausstellungen | 829 | 869 | 902 | 943 | 986 | 1.031 |
| | Teilmarkt insgesamt | 10.285 | 10.381 | 10.692 | 10.985 | 11.297 | 11.628 |
| 4. Filmwirtschaft | | | | | | | |
| 92.31.7 | *Selbständige Bühnenkünstler/innen | 7.607 | 8.033 | 8.519 | 8.924 | 9.348 | 9.793 |
| 92.11.0 | Film-/TV- und Videofilmherstellung | 5.806 | 6.002 | 6.330 | 6.600 | 6.882 | 7.175 |
| 92.12.0 | Filmverleih- und Videoprogrammanbieter | 1.321 | 1.233 | 1.196 | 1.145 | 1.096 | 1.049 |
| 92.13.0 | Kinos | 1.007 | 990 | 987 | 985 | 983 | 981 |
| | Teilmarkt insgesamt | 15.741 | 16.258 | 17.032 | 17.654 | 18.309 | 18.998 |
| 5. Rundfunkwirtschaft | | | | | | | |
| 92.20.0 | Rundfunkveranst., Herstellung v.- Hörfunk-, Fernsehprogrammen | 826 | 839 | 858 | 889 | 921 | 954 |
| | Teilmarkt insgesamt | 826 | 839 | 858 | 889 | 921 | 954 |
| 6. Markt für darstellende Künste | | | | | | | |
| 92.31.7 | *Selbständige Bühnenkünstler/innen | 7.607 | 8.033 | 8.519 | 8.924 | 9.348 | 9.793 |
| 92.31.8 | Selbständige Artist/innen | 479 | 483 | 496 | 531 | 568 | 609 |
| 92.31.1 | Theaterensembles | 87 | 95 | 102 | 108 | 114 | 121 |
| 92.32.1 | *Theater-/Konzertveranstalter | 1.088 | 1.151 | 1.200 | 1.268 | 1.340 | 1.416 |
| 92.32.2 | *Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw. | 204 | 200 | 204 | 207 | 210 | 213 |
| 92.32.3 | Varietes u. Kleinkunstabühnen | 198 | 194 | 200 | 203 | 206 | 209 |
| 92.32.5 | *Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens | 954 | 1.060 | 1.210 | 1.358 | 1.524 | 1.711 |
| 92.34.1 | Tanzschulen | 1.381 | 1.441 | 1.466 | 1.522 | 1.580 | 1.640 |
| 92.34.2 | Weitere Kultur-/Unterhaltungseinrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater) | 2.394 | 2.631 | 2.936 | 3.199 | 3.486 | 3.798 |
| | Teilmarkt insgesamt | 14.392 | 15.288 | 16.333 | 17.320 | 18.377 | 19.509 |

| | Anzahl 2003 | Anzahl 2004 | Anzahl 2005 | Anzahl 2006 | Anzahl 2007*** | Anzahl 2008*** |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|
| 7. Designwirtschaft | | | | | | |
| 74.20.6 Industriedesign | 2.598 | 2.841 | 3.116 | 3.455 | 3.831 | 4.248 |
| 74.87.4 Produkt-/Mode-/Grafikdesign | 11.306 | 11.974 | 12.855 | 13.445 | 14.062 | 14.707 |
| 74.40.1 *Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung | 18.989 | 20.214 | 21.148 | 21.828 | 22.530 | 23.254 |
| Teilmarkt insgesamt | 32.893 | 35.029 | 37.119 | 38.728 | 40.423 | 42.209 |
| 8. Architekturmarkt | | | | | | |
| 74.20.1 Architekturbüros f. Hochbau u. Innenarchitektur | 31.890 | 32.191 | 32.841 | 34.124 | 35.457 | 36.842 |
| 74.20.2 Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung | 2.683 | 2.786 | 2.913 | 3.132 | 3.367 | 3.621 |
| 74.20.3 Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung | 2.216 | 2.256 | 2.324 | 2.481 | 2.649 | 2.828 |
| Teilmarkt insgesamt | 36.789 | 37.233 | 38.078 | 39.737 | 41.473 | 43.290 |
| 9. Pressemarkt | | | | | | |
| 92.40.2 Selbständige Journalist/innen | 13.130 | 14.125 | 15.223 | 16.615 | 18.134 | 19.792 |
| 92.40.1 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros | 801 | 785 | 823 | 801 | 780 | 759 |
| 22.11.2 Verlegen von Adressbüchern | 157 | 165 | 162 | 169 | 176 | 184 |
| 22.12.0 Zeitungsverlag | 688 | 711 | 702 | 700 | 698 | 696 |
| 22.13.0 Zeitschriftenverlag | 1.784 | 1.790 | 1.744 | 1.732 | 1.720 | 1.708 |
| 22.15.0 Sonstiges Verlagswesen | 2.872 | 2.902 | 2.905 | 2.900 | 2.895 | 2.890 |
| Teilmarkt insgesamt | 19.432 | 20.478 | 21.559 | 22.917 | 24.403 | 26.029 |
| 10. Werbemarkt | | | | | | |
| 74.40.1 *Werbung/ Werbegestaltung | 18.989 | 20.214 | 21.148 | 21.828 | 22.530 | 23.254 |
| 74.40.2 Werbung/ Werbevermittlung | 18.231 | 17.977 | 17.889 | 17.679 | 17.471 | 17.266 |
| Teilmarkt insgesamt | 37.220 | 38.191 | 39.037 | 39.507 | 40.001 | 40.521 |
| 11. Software-/Games-Industrie | | | | | | |
| 72.20.1 Verlegen von Software | 571 | 593 | 615 | 641 | 668 | 696 |
| 72.20.2 Softwareberatung und -entwicklung | 27.062 | 30.190 | 32.790 | 35.078 | 37.526 | 40.144 |
| Teilmarkt insgesamt | 27.633 | 30.783 | 33.405 | 35.719 | 38.194 | 40.840 |
| (-) Sonstiges | | | | | | |
| 92.31.4 Selbständige Restaurator/innen | 1.070 | 1.115 | 1.209 | 1.266 | 1.326 | 1.388 |
| 92.51.0 Bibliotheken/Archive | 66 | 70 | 69 | 74 | 79 | 85 |
| 92.52.2 Betrieb von Denkmalstätten | 63 | 51 | 60 | 65 | 70 | 76 |
| 92.53.0 Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks | 229 | 252 | 278 | 300 | 324 | 349 |
| 92.33.0 Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks | 3.438 | 3.431 | 3.388 | 3.364 | 3.340 | 3.317 |
| Teilmarkt insgesamt | 4.866 | 4.919 | 5.004 | 5.069 | 5.139 | 5.215 |
| Mit Doppelzählung | 222.809 | 232.707 | 243.113 | 252.961 | 263.456 | 274.642 |
| Doppelte Wirtschaftszweige | 28.842 | 30.658 | 32.281 | 33.585 | 34.952 | 36.386 |
| Kultur- und Kreativwirtschaft | 193.967 | 202.049 | 210.832 | 219.376 | 228.504 | 238.256 |
| <i>Anteil an Gesamtwirtschaft</i> | <i>6,7%</i> | <i>6,8%</i> | <i>6,9%</i> | <i>7,1%</i> | <i>7,2%</i> | <i>7,4%</i> |

Hinweise: *Wirtschaftszweig doppelt zugeordnet, in Endsumme einfach gezählt. **Wirtschaftszweig Kunsthandel anteilig geschätzt. ***vorläufig oder Schätzwerte. Rot markierte Daten anteilig berechnet. (1) steuerpflichtige Unternehmen mit Jahresumsätzen von 17.500 Euro und mehr.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis; eigene Berechnungen Michael Söndermann/AG Kultur- und Kreativwirtschaft 2008

7. Umsätze(1) der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2003–2008

| | Mio. € 2003 | Mio. € 2004 | Mio. € 2005 | Mio. € 2006 | Mio. € 2007*** | Mio. € 2008*** |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|
| 1. Musikwirtschaft | | | | | | |
| 92.31.5 | 241 | 235 | 238 | 244 | 247 | 249 |
| 92.31.2 | 201 | 222 | 215 | 214 | 214 | 214 |
| 22.14.0 | 2.001 | 2.002 | 2.083 | 1.867 | 1.770 | 1.724 |
| 92.32.1 | 963 | 1.011 | 1.196 | 1.301 | 1.358 | 1.388 |
| 92.32.2 | 329 | 303 | 343 | 334 | 330 | 327 |
| 92.32.5 | 225 | 285 | 302 | 381 | 432 | 460 |
| 52.45.3 | 969 | 967 | 1.015 | 1.051 | 1.069 | 1.079 |
| Teilmarkt insgesamt | 4.930 | 5.025 | 5.391 | 5.392 | 5.420 | 5.442 |
| 2. Buchmarkt | | | | | | |
| 92.31.6 | 384 | 409 | 446 | 456 | 461 | 464 |
| 22.11.1 | 9.697 | 9.228 | 9.639 | 10.294 | 10.643 | 10.824 |
| 52.47.2 | 3.929 | 3.968 | 4.048 | 3.993 | 3.966 | 3.952 |
| Teilmarkt insgesamt | 14.010 | 13.605 | 14.133 | 14.743 | 15.070 | 15.240 |
| 3. Kunstmarkt | | | | | | |
| 92.31.3 | 607 | 623 | 665 | 713 | 738 | 752 |
| 52.48.2** | 583 | 590 | 608 | 588 | 578 | 573 |
| 92.52.1 | 300 | 324 | 341 | 466 | 552 | 603 |
| Teilmarkt insgesamt | 1.490 | 1.536 | 1.614 | 1.767 | 1.868 | 1.928 |
| 4. Filmwirtschaft | | | | | | |
| 92.31.7 | 646 | 678 | 714 | 754 | 775 | 786 |
| 92.11.0 | 4.291 | 3.964 | 4.083 | 3.788 | 3.651 | 3.585 |
| 92.12.0 | 1.428 | 1.317 | 1.465 | 1.621 | 1.708 | 1.753 |
| 92.13.0 | 1.504 | 1.616 | 1.363 | 1.446 | 1.489 | 1.512 |
| Teilmarkt insgesamt | 7.869 | 7.576 | 7.625 | 7.609 | 7.624 | 7.637 |
| 5. Rundfunkwirtschaft | | | | | | |
| 92.20.0 | 7.656 | 7.880 | 8.225 | 7.426 | 7.649 | 7.879 |
| Teilmarkt insgesamt | 7.656 | 7.880 | 8.225 | 7.426 | 7.649 | 7.879 |
| 6. Markt für darstellende Künste | | | | | | |
| 92.31.7 | 646 | 678 | 714 | 754 | 775 | 786 |
| 92.31.8 | 36 | 35 | 34 | 36 | 37 | 37 |
| 92.31.1 | 36 | 38 | 37 | 41 | 43 | 44 |
| 92.32.1 | 963 | 1.011 | 1.196 | 1.301 | 1.358 | 1.388 |
| 92.32.2 | 329 | 303 | 343 | 334 | 330 | 327 |
| 92.32.3 | 89 | 74 | 72 | 74 | 75 | 75 |
| 92.32.5 | 225 | 285 | 302 | 381 | 432 | 460 |
| 92.34.1 | 166 | 173 | 183 | 198 | 205 | 209 |
| 92.34.2 | 703 | 752 | 887 | 1.036 | 1.122 | 1.169 |
| Teilmarkt insgesamt | 3.192 | 3.350 | 3.769 | 4.154 | 4.377 | 4.496 |

| | Mio. € 2003 | Mio. € 2004 | Mio. € 2005 | Mio. € 2006 | Mio. € 2007*** | Mio. € 2008*** | |
|---|--|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|----------------|
| 7. Designwirtschaft | | | | | | | |
| 74.20.6 | Industriedesign | 437 | 484 | 538 | 680 | 770 | 821 |
| 74.87.4 | Produkt-/Mode-/Grafikdesign | 1.406 | 1.503 | 1.590 | 1.595 | 1.597 | 1.599 |
| 74.40.1 | *Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung | 9.012 | 9.576 | 11.188 | 12.594 | 13.385 | 13.805 |
| | Teilmarkt insgesamt | 10.855 | 11.563 | 13.316 | 14.869 | 15.752 | 16.225 |
| 8. Architekturmarkt | | | | | | | |
| 74.20.1 | Architekturbüros f. Hochbau u. Innenarchitektur | 6.013 | 5.839 | 6.003 | 6.246 | 6.373 | 6.438 |
| 74.20.2 | Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung | 660 | 525 | 544 | 626 | 673 | 698 |
| 74.20.3 | Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung | 385 | 370 | 387 | 414 | 429 | 436 |
| | Teilmarkt insgesamt | 7.058 | 6.734 | 6.934 | 7.287 | 7.475 | 7.572 |
| 9. Pressemarkt | | | | | | | |
| 92.40.2 | Selbständige Journalist/innen (Presse) | 941 | 1.018 | 1.066 | 1.197 | 1.270 | 1.309 |
| 92.40.1 | Korrespondenz- und Nachrichtenbüros | 925 | 790 | 813 | 804 | 799 | 797 |
| 22.11.2 | Verlegen von Adressbüchern | 1.107 | 1.074 | 1.068 | 1.102 | 1.120 | 1.129 |
| 22.12.0 | Zeitungsverlag | 8.505 | 8.634 | 10.833 | 10.617 | 10.512 | 10.459 |
| 22.13.0 | Zeitschriftenverlag | 12.785 | 12.652 | 10.651 | 10.172 | 9.944 | 9.832 |
| 22.15.0 | Sonstiges Verlagswesen | 3.618 | 3.762 | 3.362 | 3.419 | 3.449 | 3.463 |
| | Teilmarkt insgesamt | 27.882 | 27.930 | 27.792 | 27.312 | 27.094 | 26.990 |
| 10. Werbemarkt | | | | | | | |
| 74.40.1 | *Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung | 9.012 | 9.576 | 11.188 | 12.594 | 13.385 | 13.805 |
| 74.40.2 | Werbung/Werbevermittlung | 13.828 | 13.771 | 12.838 | 13.203 | 13.391 | 13.487 |
| | Teilmarkt insgesamt | 22.839 | 23.347 | 24.025 | 25.797 | 26.776 | 27.292 |
| 11. Software-/Games-Industrie | | | | | | | |
| 72.20.1 | Verlegen von Software | 476 | 732 | 834 | 751 | 677 | 610 |
| 72.20.2 | Softwareberatung und -entwicklung | 18.812 | 20.753 | 22.194 | 23.352 | 24.570 | 25.851 |
| | Teilmarkt insgesamt | 19.288 | 21.485 | 23.028 | 24.103 | 25.247 | 26.461 |
| (-) Sonstiges | | | | | | | |
| 92.31.4 | Selbständige Restaurator/innen | 106 | 106 | 118 | 136 | 147 | 153 |
| 92.51.0 | Bibliotheken/Archive | 22 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 92.52.2 | Betrieb von Denkmalstätten | 26 | 17 | 20 | 24 | 26 | 27 |
| 92.53.0 | Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks | 173 | 183 | 220 | 209 | 204 | 201 |
| 92.33.0 | Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks | 827 | 814 | 858 | 894 | 912 | 922 |
| | Teilmarkt insgesamt | 1.154 | 1.138 | 1.234 | 1.283 | 1.310 | 1.325 |
| | *Mit Doppelzählung | 128.222 | 131.168 | 137.086 | 141.742 | 145.663 | 148.486 |
| | Doppelte Wirtschaftszweige | 11.175 | 11.854 | 13.742 | 15.364 | 16.279 | 16.767 |
| Kultur- und Kreativwirtschaft Nr.1-12) | | 117.047 | 119.314 | 123.344 | 126.378 | 129.383 | 131.720 |
| <i>Anteil an Gesamtwirtschaft</i> | | <i>2,8%</i> | <i>2,7%</i> | <i>2,7%</i> | <i>2,6%</i> | <i>2,5%</i> | <i>2,5%</i> |

Hinweise: (1) steuerbare Umsätze = Lieferungen und Leistungen und ohne Umsatzsteuer; 2) Jahre 2003 u. 2004 geschätzt wegen Anpassungen der amtlichen Statistik. *Wirtschaftszweig doppelt zugeordnet, in Endsumme einfach gezählt. **Wirtschaftszweig Kunsthandel anteilig geschätzt. ***vorläufig oder Schätzwerte. Rot markierte Daten anteilig berechnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis; eigene Berechnungen Michael Söndermann/AG Kultur- und Kreativwirtschaft 2008

8. Erwerbstätige(1) der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2003–2008

| | Anzahl 2003 | Anzahl 2004 | Anzahl 2005 | Anzahl 2006 | Anzahl 2007*** | Anzahl 2008*** | |
|---|---|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|---------------|
| 1. Musikwirtschaft | | | | | | | |
| 92.31.5 | Selbständige Musiker/innen, Komponist/innen | 2.280 | 2.338 | 2.438 | 2.471 | 2.512 | 2.565 |
| 92.31.2 | Musik- und Tanzensembles | 7.410 | 7.338 | 7.320 | 7.368 | 7.189 | 7.166 |
| 22.14.0 | Verlag von bespielten Tonträgern u. Musikverlage | 4.734 | 4.699 | 5.049 | 5.155 | 5.380 | 5.574 |
| 92.32.1 | *Theater-/Konzertveranstalter | 7.648 | 7.173 | 7.104 | 7.046 | 6.828 | 6.998 |
| 92.32.2 | *Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw. | 3.531 | 3.388 | 3.330 | 3.347 | 3.370 | 3.436 |
| 92.32.5 | *Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens | 3.116 | 3.392 | 3.576 | 3.677 | 4.499 | 4.835 |
| 52.45.3 | Einzelhandel mit Musikinstrumenten u. Musikalien | 6.249 | 6.043 | 5.835 | 5.920 | 5.977 | 6.022 |
| | Teilmarkt insgesamt | 34.968 | 34.371 | 34.652 | 34.984 | 35.754 | 36.595 |
| 2. Buchmarkt | | | | | | | |
| 92.31.6 | Selbständige Schriftsteller/innen | 5.270 | 5.598 | 5.898 | 6.179 | 6.458 | 6.783 |
| 22.11.1 | Buchverlag | 47.133 | 44.190 | 43.357 | 43.136 | 40.224 | 39.850 |
| 52.47.2 | Einzelhandel mit Büchern | 33.938 | 33.359 | 32.763 | 32.182 | 31.926 | 32.268 |
| | Teilmarkt insgesamt | 86.341 | 83.147 | 82.018 | 81.497 | 78.608 | 78.901 |
| 3. Kunstmarkt | | | | | | | |
| 92.31.3 | Selbständige bildende Künstler/innen | 8.730 | 8.844 | 9.158 | 9.489 | 9.763 | 10.095 |
| 52.48.2** | Kunsthandel (Schätzung) | 3.893 | 3.826 | 3.757 | 3.670 | 3.595 | 3.549 |
| 92.52.1 | Museumshops (Schätzung) und Kunstausstellungen | 1.994 | 2.049 | 2.039 | 2.090 | 2.198 | 2.184 |
| | Teilmarkt insgesamt | 14.617 | 14.719 | 14.953 | 15.249 | 15.556 | 15.827 |
| 4. Filmwirtschaft | | | | | | | |
| 92.31.7 | *Selbständige Bühnenkünstler/innen | 8.708 | 9.202 | 10.393 | 10.369 | 10.844 | 11.355 |
| 92.11.0 | Film-/TV- und Videofilmherstellung | 29.963 | 31.215 | 31.664 | 30.682 | 31.831 | 31.978 |
| 92.12.0 | Filmverleih- und Videoprogrammanbieter | 4.054 | 4.001 | 3.697 | 3.641 | 3.672 | 3.779 |
| 92.13.0 | Kinos | 12.041 | 10.536 | 9.775 | 9.158 | 9.312 | 9.126 |
| | Teilmarkt insgesamt | 54.766 | 54.954 | 55.529 | 53.850 | 55.659 | 56.238 |
| 5. Rundfunkwirtschaft | | | | | | | |
| 92.20.0 | Rundfunkveranst., Herstell.v.-Hörfunk-, Fernsehprogrammen | 22.171 | 22.119 | 21.813 | 22.133 | 22.202 | 22.497 |
| | Teilmarkt insgesamt | 22.171 | 22.119 | 21.813 | 22.133 | 22.202 | 22.497 |
| 6. Markt für darstellende Künste | | | | | | | |
| 92.31.7 | *Selbständige Bühnenkünstler/innen | 8.708 | 9.202 | 10.393 | 10.369 | 10.844 | 11.355 |
| 92.31.8 | Selbständige Artist/innen | 559 | 573 | 590 | 626 | 662 | 710 |
| 92.31.1 | *Theaterensembles | 1.334 | 1.305 | 1.284 | 1.233 | 1.221 | 1.234 |
| 92.32.1 | *Theater-/Konzertveranstalter | 7.648 | 7.173 | 7.104 | 7.046 | 6.828 | 6.998 |
| 92.32.2 | *Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw. | 3.531 | 3.388 | 3.330 | 3.347 | 3.370 | 3.436 |
| 92.32.3 | Varietes u. Kleinkunstabühnen | 838 | 782 | 806 | 807 | 839 | 937 |
| 92.32.5 | *Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens | 3.116 | 3.392 | 3.576 | 3.677 | 4.499 | 4.835 |
| 92.34.1 | Tanzschulen | 2.808 | 2.827 | 2.851 | 3.020 | 3.168 | 3.398 |
| 92.34.2 | Weitere Kultur-/Unterhaltungs-einrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater) | 4.401 | 4.806 | 6.271 | 6.774 | 7.110 | 7.406 |
| | Teilmarkt insgesamt | 32.943 | 33.447 | 36.205 | 36.899 | 38.541 | 40.308 |

| | Anzahl 2003 | Anzahl 2004 | Anzahl 2005 | Anzahl 2006 | Anzahl 2007*** | Anzahl 2008*** |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|
| 7. Designwirtschaft | | | | | | |
| 74.20.6 Industriedesign | 7.359 | 7.691 | 8.202 | 8.683 | 9.313 | 10.032 |
| 74.87.4 Produkt-/Mode-/Grafikdesign | 16.578 | 17.193 | 18.011 | 19.133 | 19.939 | 21.051 |
| 74.40.1 *Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung | 92.959 | 89.921 | 90.876 | 92.331 | 96.419 | 101.331 |
| Teilmarkt insgesamt | 116.896 | 114.805 | 117.089 | 120.147 | 125.671 | 132.414 |
| 8. Architekturmarkt | | | | | | |
| 74.20.1 Architekturbüros f. Hochbau u. Innenarchitektur | 93.101 | 88.494 | 85.609 | 84.251 | 85.488 | 88.624 |
| 74.20.2 Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung | 10.409 | 10.086 | 9.510 | 9.425 | 9.425 | 10.111 |
| 74.20.3 Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung | 6.417 | 6.093 | 5.866 | 5.950 | 6.106 | 6.364 |
| Teilmarkt insgesamt | 109.927 | 104.673 | 100.985 | 99.626 | 101.019 | 105.098 |
| 9. Pressemarkt | | | | | | |
| 92.40.2 *Selbständige Journalist/innen | 14.534 | 15.511 | 16.744 | 18.174 | 19.705 | 21.372 |
| 92.40.1 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros | 8.543 | 8.294 | 7.428 | 7.201 | 7.417 | 7.860 |
| 22.11.2 Verlegen von Adressbüchern | 3.783 | 3.604 | 3.620 | 3.701 | 4.405 | 4.533 |
| 22.12.0 Zeitungsverlag | 60.087 | 56.663 | 52.543 | 50.971 | 50.231 | 49.461 |
| 22.13.0 Zeitschriftenverlag | 37.861 | 36.794 | 37.108 | 36.759 | 37.453 | 37.718 |
| 22.15.0 Sonstiges Verlagswesen | 6.750 | 7.162 | 7.240 | 7.554 | 7.786 | 7.692 |
| Teilmarkt insgesamt | 131.558 | 128.028 | 124.683 | 124.360 | 126.997 | 128.636 |
| 10. Werbemarkt | | | | | | |
| 74.40.1 *Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung | 92.959 | 89.921 | 90.876 | 92.331 | 96.419 | 101.331 |
| 74.40.2 Werbung/ Werbevermittlung | 52.820 | 50.849 | 49.061 | 49.690 | 49.586 | 50.382 |
| Teilmarkt insgesamt | 145.779 | 140.770 | 139.937 | 142.021 | 146.005 | 151.714 |
| 11. Software-/Games-Industrie | | | | | | |
| 72.20.1 Verlegen von Software | 585 | 654 | 693 | 1.090 | 1.288 | 1.373 |
| 72.20.2 Softwareberatung und -entwicklung | 278.059 | 276.375 | 290.613 | 304.715 | 325.309 | 343.725 |
| Teilmarkt insgesamt | 278.644 | 277.029 | 291.306 | 305.805 | 326.597 | 345.098 |
| (-) Sonstiges | | | | | | |
| 92.31.4 *Selbständige Restaurator/innen | 2.776 | 2.591 | 2.602 | 2.671 | 2.727 | 2.697 |
| 92.51.0 Bibliotheken/Archive | 1.127 | 1.084 | 1.034 | 1.037 | 993 | 1.007 |
| 92.52.2 Betrieb von Denkmalstätten | 230 | 228 | 219 | 188 | 171 | 173 |
| 92.53.0 Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks | 733 | 748 | 731 | 770 | 810 | 820 |
| 92.33.0 Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks | 13.921 | 14.117 | 13.610 | 13.576 | 13.777 | 11.604 |
| Teilmarkt insgesamt | 18.787 | 18.768 | 18.196 | 18.242 | 18.478 | 16.301 |
| Mit Doppelzählung | 1.047.398 | 1.026.830 | 1.037.366 | 1.054.813 | 1.091.088 | 1.129.629 |
| Doppelte WZ | 115.962 | 113.076 | 115.279 | 116.770 | 121.960 | 127.954 |
| Kultur- und Kreativwirtschaft | 931.435 | 913.754 | 922.087 | 938.043 | 969.128 | 1.001.674 |
| <i>Anteil an Gesamtwirtschaft</i> | <i>3,1%</i> | <i>3,1%</i> | <i>3,2%</i> | <i>3,2%</i> | <i>3,2%</i> | <i>3,3%</i> |

Hinweise: (I) Erwerbstätige = Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte; *Wirtschaftszweig doppelt zugeordnet, in Endsumme einfach gezählt. Rot markierte Daten anteilig berechnet. **Wirtschaftszweig Kunsthandel anteilig geschätzt. ***vorläufig oder Schätzwerte. Rot markierte Daten anteilig berechnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/AG Kultur- und Kreativwirtschaft 2008

9. Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

| Teilmarkt Auswahl WZ-Nr | Unternehmenstyp | Größenklasse | Unter- nehmen Anzahl | Umsatz in Mio.€ | Umsatz je Unter- nehmen in Tsd.€ | Anteil Unter- nehmen in % | Anteil Umsatz in % |
|--------------------------------------|-------------------------------|------------------|----------------------------|--------------------|---|------------------------------------|--------------------------|
| | | | 2006 | 2006 | 2006 | 2006 | 2006 |
| Musikwirtschaft | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 3.694 | 896 | 243 | 95% | 26% |
| 22.14.1 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 150 | 609 | 4.061 | 4% | 17,5% |
| 52.45.3 | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 31 | 592 | 19.103 | 1% | 17,0% |
| | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 9 | 1.391 | 154.544 | 0% | 40% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 3.884 | 3.488 | 898 | 100% | 100% |
| Buchmarkt | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 7.168 | 2.382 | 332 | 93% | 16,7% |
| 22.11.1 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 402 | 1.587 | 3.947 | 5% | 11% |
| 52.47.2 | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 119 | 2.456 | 20.635 | 2% | 17,2% |
| | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 34 | 7.863 | 231.259 | 0% | 55% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 7.723 | 14.287 | 1.850 | 100% | 100% |
| Kunstmarkt | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 898 | 183 | 203 | 95% | 39% |
| 92.52.1 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 42 | 159 | 3.783 | 4% | 34% |
| ohne | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 2 | 50 | 25.000 | 0% | 11% |
| 52.48.2 | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 1 | 75 | 75.000 | 0% | 16% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 943 | 467 | 495 | 100% | 100% |
| Filmwirtschaft | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 8.281 | 1.693 | 204 | 95% | 25% |
| 92.1 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 381 | 1.604 | 4.209 | 4% | 23% |
| | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 49 | 1.072 | 21.868 | 1% | 16% |
| | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 19 | 2.487 | 130.872 | 0% | 36% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 8.730 | 6.855 | 785 | 100% | 100% |
| Rundfunkwirtschaft | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 736 | 290 | 394 | 83% | 4% |
| 92.2 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 97 | 432 | 4.458 | 11% | 6% |
| | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 36 | 764 | 21.214 | 4% | 10% |
| | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 20 | 5.941 | 297.027 | 2% | 80% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 889 | 7.426 | 8.354 | 100% | 100% |
| Markt für darstellende Künste | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 39.770 | 3.997 | 100 | 99% | 59% |
| 92.3 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 267 | 1.068 | 4.000 | 1% | 16% |
| | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 57 | 1.049 | 18.409 | 0% | 15% |
| | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 6 | 698 | 116.283 | 0% | 10% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 40.100 | 6.812 | 170 | 100% | 100% |
| 7. Designwirtschaft | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 16.791 | 1.714 | 102 | 99% | 75% |
| 74.20.6 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 99 | 359 | 3.622 | 1% | 16% |
| 74.87.4 | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 10 | 203 | 20.265 | 0% | 9% |
| ohne | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | - | - | - | - | - |
| 74.40.1 | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 16.900 | 2.275 | 135 | 100% | 100% |

| Teilmarkt Auswahl WZ-Nr | Unternehmenstyp | Größenklasse | Unter- nehmen Anzahl | Umsatz in Mio.€ | Umsatz je Unter- nehmen in Tsd.€ | Anteil Unter- nehmen in % | Anteil Umsatz in % |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------|----------------------------|--------------------|---|------------------------------------|--------------------------|
| | | | 2006 | 2006 | 2006 | 2006 | 2006 |
| Architekturmarkt | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 39.420 | 5.697 | 145 | 99% | 78% |
| 74.20.1 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 283 | 1.005 | 3.551 | 1% | 14% |
| 74.20.2 | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 34 | 585 | 17.202 | 0% | 8% |
| 74.20.3 | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | - | - | - | - | - |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 39.737 | 7.287 | 183 | 100% | 100% |
| Pressemarkt | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 830 | 104 | 125 | 52% | 0,5% |
| 22.1 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 489 | 2.277 | 4.657 | 30% | 10% |
| ohne | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 203 | 4.657 | 22.940 | 13% | 21% |
| 22.11.1 | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 83 | 15.011 | 180.853 | 5% | 68% |
| 22.14 | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 1.605 | 22.049 | 13.737 | 100% | 100% |
| Werbemarkt | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 38.072 | 7.222 | 190 | 96% | 28% |
| 74.4 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 1.189 | 4.675 | 3.932 | 3% | 18% |
| | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 193 | 3.827 | 19.831 | 0% | 15% |
| | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 53 | 10.073 | 190.053 | 0% | 39% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 39.507 | 25.797 | 653 | 100% | 100% |
| Software-/Games-Industrie | | | | | | | |
| | __ Kleinstunternehmen | bis 2 Mio. € | 34.071 | 6.562 | 193 | 95% | 27% |
| 72.2 | __ Kleine Unternehmen | bis 10 Mio. € | 1.325 | 5.446 | 4.110 | 4% | 23% |
| | __ Mittlere Unternehmen | bis 50 Mio. € | 280 | 5.750 | 20.536 | 1% | 24% |
| | __ Großunternehmen | ab 50 Mio. € | 43 | 6.346 | 147.573 | 0% | 26% |
| | Alle Unternehmenstypen | Insgesamt | 35.719 | 24.103 | 675 | 100% | 100% |

Hinweis: Steuerpflichtige Unternehmen und Selbständige mit Jahrsumsätzen ab 17.500 Euro

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis; eigene Berechnungen Michael Söndermann/AG Kultur- und Kreativwirtschaft 2008

10. Selbständige Künstler und Künstlerinnen nach Umsatzgrößenklassen 2006

| Umsatzgrößenklasse in € | Komponist | Musik-/Tanz- | Bildende | Bühnen- | Schrift- | Journalist |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | % | ensemble | Künstler | künstler | steller | % |
| | 2006 | % | % | % | % | 2006 |
| | 2006 | 2006 | 2006 | 2006 | 2006 | 2006 |
| 17.500–50.000 | 55,8 | 61,9 | 57,5 | 59,3 | 58,8 | 59,6 |
| 50.000–100.000 | 22,5 | 19,7 | 24,6 | 23,5 | 24,0 | 26,4 |
| 100.000–250.000 | 15,1 | 12,0 | 12,8 | 12,2 | 13,1 | 10,8 |
| 250.000–500.000 | 4,2 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,0 | 2,2 |
| 500.000–1 Mio. | 1,5 | 1,5 | 1,1 | 1,2 | 0,7 | 0,7 |
| ab 1 Mio. | 0,9 | 1,6 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,3 |
| Insgesamt | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

| Umsatzgrößenklasse in € | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | absolut | absolut | absolut | absolut | absolut | absolut |
| 17.500–50.000 | 1.304 | 1.151 | 4.624 | 5.289 | 3.477 | 9.908 |
| 50.000–100.000 | 525 | 366 | 1.977 | 2.095 | 1.419 | 4.391 |
| 100.000–250.000 | 352 | 224 | 1.031 | 1.092 | 772 | 1.787 |
| 250.000–500.000 | 99 | 61 | 264 | 287 | 177 | 361 |
| 500.000–1 Mio. | 35 | 27 | 91 | 111 | 43 | 123 |
| ab 1 Mio. | 22 | 30 | 52 | 50 | 27 | 45 |
| Insgesamt | 2.337 | 1.859 | 8.039 | 8.924 | 5.915 | 16.615 |

Hinweis: Selbständige Künstler/innen mit Jahrumsätzen ab 17.500 Euro

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis; eigene Berechnungen Michael Söndermann/AG Kultur- und Kreativwirtschaft 2008

11. Freiberufliche Künstler und Künstlerinnen 2000–2008, Versichertenbestand der Künstlersozialkasse

| | Anzahl 2000 | Anzahl 2002 | Anzahl 2004 | Anzahl 2006 | Anzahl 2008 |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| männlich | 63.418 | 68.493 | 75.121 | 82.849 | 85.831 |
| weiblich | 43.751 | 50.476 | 58.849 | 68.555 | 73.691 |
| insgesamt | 107.169 | 118.969 | 133.970 | 151.404 | 159.522 |

Quelle: Künstlersozialkasse 2008

12. Literaturliste

- ▶ Anderson, C. (2007): The Long Tail. Der lange Schwanz. Nischenprodukte statt Massenmarkt. Das Geschäft der Zukunft, München
- ▶ Betzelt, S. (2006): Flexible Wissensarbeit: AlleindienstleisterInnen zwischen Privileg und Prekariat, Bremen
- ▶ Börsenverein (2008): Buch und Buchhandel in Zahlen 2008, Hrsg. Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Frankfurt
- ▶ Bundesarchitektenkammer (2007/2008): Jahresbericht 2007/2008, Berlin
- ▶ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2008): Exportstarke Industrie, <http://lexikon.bmwi.de/BMWi/Navigation/Wirtschaft/Industrie/exportstarke-industrie.html> [27.12.2008]
- ▶ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2008): <http://lexikon.bmwi.de/BMWi/Navigation/Wirtschaft/dienstleistungswirtschaft.html> [27.12.2008]
- ▶ Bundesregierung (2008): Gemeinsame Pressemitteilung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie und des Beauftragten für Kultur und Medien vom 13.11.2008 zum 3. Branchenhearing im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft
- ▶ Bundesregierung (2008): Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, Berlin, 7. Mai 2008.
- ▶ Bundesregierung (2008): Pressemitteilung NR.: 380 vom 29.10.2008, Deutscher Computerspielepreis wird erstmals in München vergeben
- ▶ Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (2008): Zur Lage der deutschen Zeitungen 2008, Berlin
- ▶ Das Parlament (2006): Kulturwirtschaft, in: Beilage Aus Politik und Zeitgeschichte Nr. 34-35/21.08.2006.
- ▶ Department for Culture, Media and Sports (DCMS) (2009): Creative Industries Economic Estimates. Statistical Bulletin January 2009
- ▶ Department of Culture, Media and Sports (DCMS) (1998): Creative Industries. Mapping Document, London, 2. erneuerte Auflage 2001
- ▶ Deutscher Bundestag (2007): Drucksache 16/5110 vom 25.04.2007: Antrag d. Fraktionen CDU/CSU, SPD.
- ▶ Deutscher Musikrat (2009): Musikwirtschaft, in Themenportal: http://www.themen.miz.org/static_de/themenportle/einfuehrungstexte_pdf/07_Musikwirtschaft/soendermann.pdf [03.01.2009]
- ▶ Enquetekommission (2007): Enquetekommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“, Kapitel Thema Kultur- und Kreativwirtschaft, S.333-376, Drucksache 16/7000 Deutscher Bundestag – 16. Wahlperiode
- ▶ Ertel, R./ Gaulhofer, M./ Haselbach, D. (2007): Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2007. Ein ökonomischer Blick auf den Kultur- und Musiksektor, Berlin/Hannover
- ▶ EU-Kommission (1998): Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung, GD Beschäftigung und Kultur, Brüssel
- ▶ EU-Kommission (2001): Ausschöpfung und Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor im Zeitalter der Digitalisierung, GD Beschäftigung, Brüssel
- ▶ EU-Kommission (2006): The Economy of Culture in Europe, Brüssel, DG Kultur
- ▶ EU-Parlament (2008): Bericht zur Kulturwirtschaft, Brüssel (A6-0063/2008)
- ▶ Eurostat (2001): LEG Cultural Statistics, Task force on Cultural Employment, Luxemburg.
- ▶ Eurostat (2007): Cultural Statistics 2007, Luxemburg
- ▶ EUROSTAT (2007): Die Kulturwirtschaft und kulturelle Aktivitäten in der EU27, News 146/2007
- ▶ Fesel, B./Söndermann, M. (2008): Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007, Hrsg. RheinEnergieStiftung Kultur, Köln
- ▶ Florida, R. (2002): The Rise of the Creative Class, New York
- ▶ Fohrbeck, K./Wiesand, J.A. (1975): Künstlerreport, München

- ▶ Frontier Economics Ltd. (2008): Creative Industry Performance. A statistical analysis for the DCMS, London, im Auftrag des Department for Culture, Media and Sports der britischen Regierung (DCMS)
- ▶ G.A.M.E. Bundesverband der Entwickler von Computerspielen e. V., Berlin
- ▶ Girard, A. (1978): Industries Culturelles, in: Futuribles, 17, Paris, S. 597–605
- ▶ Gutachten der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“ (2007): Existenzgründung und Existenzsicherung für selbstständig und freiberuflich arbeitende Künstlerinnen und Künstler, Aachen
- ▶ Higgs, P./Cunningham, S./Bakhshi, H. (2008): Beyond the Creative Industries. Mapping the Creative Economy. NESTA, London
- ▶ Howkins, J. (2001): The Creative Economy: How People Make Money from Ideas, New York
- ▶ Howkins, J. (o.J.): Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy: Donna Ghelfi (WIPO) im Interview mit John Howkins, http://www.wipo.int/sme/en/documents/cr_interview_howkins.html [20.07.2008].
- ▶ Jahrbuch für Kulturpolitik 2008 (2008): Thema: Kulturwirtschaft und kreative Stadt, hrsg. vom Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Bonn
- ▶ Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie (o.J.): Create. NRW. Gesucht: Die besten Ideen für Kultur- und Kreativwirtschaft, Düsseldorf, S. 7
- ▶ OECD (2005): Culture and Local Development, Paris
- ▶ OECD (2005): Digital broadband content. The online computer and video game industry, Paris
- ▶ OECD (2006): International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture, Paris
- ▶ OECD (2008): Information Technology Outlook 2008.
- ▶ Seufert, Wolfgang (2008): Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2006/2007, Hrsg. Landesmedienanstalten, Berlin
- ▶ Söndermann, Michael (2002): Die Darstellenden Künste in NRW, Hrsg. Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf
- ▶ Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (2008): Filmstatistisches Jahrbuch 2008, Baden-Baden
- ▶ UNCTAD (2008): Creative Economy Report 2008, Geneva.
- ▶ Verband deutscher Zeitungsverleger (2008): Der Zeitschriftenmarkt in Deutschland in Zahlen, Berlin
- ▶ Weckerle, C./Gerig, M./Söndermann, M. (2008): Kreativwirtschaft Schweiz. Daten. Modelle. Szenen, Basel
- ▶ Weckerle, C./Söndermann, M. (2003): Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz, Zürich, S. 7.
- ▶ Wiesand, A. J. (2008): Götterdämmerung der Kulturpolitik? Anmerkungen zur Karriere der „Creative Industries“, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2008): Jahrbuch für Kulturpolitik 2008, Essen
- ▶ WIPO (2003): Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries, Genf
- ▶ Wirtschaftsministerkonferenz (2008): Beschluss der Wirtschaftsministerkonferenz der Länder am 09./10. Juni 2008 in Regensburg zu Top 5 „Kreativwirtschaft - Verbesserung der Rahmenbedingungen für eine Wachstumsbranche“.
- ▶ Wirtschaftsministerkonferenz (2008): Gutachten zur Erstellung eines Leitfadens für die statistische Erfassung der Kultur- und Kreativwirtschaft, im Auftrag der WMK federführend durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen des Landes Berlin
- ▶ Zimmermann, O./Schulz, G./Ernst, S. (2009): Zukunft Kulturwirtschaft. Zwischen Künstlertum und Kreativwirtschaft, Essen

13. Übersicht der Länderberichte zur Kultur- und Kreativwirtschaft

- ▶ Baden-Württemberg: Kreativwirtschaft (2007), MFG Baden-Württemberg
- ▶ Bayern: Interpellation - Bericht über die Bayerische Kulturwirtschaft (2001), Hrsg.: Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst
- ▶ Berlin: 2. Kulturwirtschaftsbericht (2009), Hrsg.: Land Berlin
- ▶ Brandenburg: 1. Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft (2009 in Vorbereitung); Hrsg.: Ministerien für Wirtschaft sowie Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg
- ▶ Bremen: 2. Kulturwirtschaftsbericht (2009 in Vorbereitung), Hrsg.: Senator für Kultur Hansestadt Bremen
- ▶ Hamburg: 1. Kulturwirtschaftsbericht (2006), Kulturbehörde Hansestadt Hamburg
- ▶ Hessen: 3. Kulturwirtschaftsbericht (2008), Hrsg.: Hessische Ministerien für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung sowie Wissenschaft und Kunst
- ▶ Mecklenburg-Vorpommern: 1. Kulturwirtschaftsbericht 1997, Hrsg.: Wirtschaftsministerium des Landes Mecklenburg-Vorpommern
- ▶ Niedersachsen: 2. Kulturwirtschaftsbericht (2007), Hrsg.: Niedersächsische Ministerien für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr sowie Wissenschaft und Kultur
- ▶ Nordrhein-Westfalen: 5. Kulturwirtschaftsbericht 2007, Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen
- ▶ Rheinland-Pfalz: Kulturwirtschaft (2009 in Vorbereitung), Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz
- ▶ Sachsen: 1. Kulturwirtschaftsbericht 2008 (2009 in Vorbereitung), Hrsg.: Sächsische Staatsministerien für Wirtschaft und Arbeit sowie Wissenschaft und Kunst
- ▶ Sachsen-Anhalt: 2. Kulturwirtschaftsbericht (2007), Hrsg.: Ministerien für Wirtschaft und Arbeit sowie Kultus des Landes Sachsen-Anhalt
- ▶ Schleswig-Holstein: 1. Kulturwirtschaftsbericht (2004) Hrsg.: Staatskanzlei (Kulturabteilung), Landesregierung Schleswig-Holstein
- ▶ Thüringen: 1. Kulturwirtschaftsbericht 2008 (2009 in Vorbereitung), Hrsg.: Ministerien für Kultus sowie Wirtschaft, Technologie und Arbeit
- ▶ Saarland: Noch keine Initiativen bekannt geworden.
- ▶ Kulturwirtschaftsberichte aus folgenden Metropolregionen und Städten (Auswahl ohne Anspruch auf Vollständigkeit): Aachen, Bochum, Dortmund, Frankfurt, Karlsruhe, Köln, Offenbach, Stuttgart

14. Statistische Neu-Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland nach der neuen WZ 2008

(gültig für alle Datenauswertungen ab 2009)

Abgrenzung des Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. nach der offiziellen deutschen Wirtschaftszweigklassifikation WZ2008


| WZ-Nr. 2-stellig | WZ-Nr. 3-stellig | WZ-Nr. 4-stellig (teilweise 5-stellig) |
|--|--|---|
| Verlagsgewerbe | | |
| 58 – Verlagswesen | 58.1 – Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software) | 58.11 – Verlegen von Büchern 58.12 – Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen 58.13 – Verlegen von Zeitungen 58.14 – Verlegen von Zeitschriften 58.19 – Sonstiges Verlagswesen (ohne Software) |
| Filmwirtschaft | | |
| 59 – Filmwirtschaft; Tonstudios u. Verlegen von Musik | 59.1 – Herstellung von Filmen und Fernsehprogrammen, deren Verleih und Vertrieb; Kinos | 59.11 – Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen 59.12 – Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik 59.13 – Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken) 59.14 – Kinos |
| Tonträgerindustrie/Musikverlage | | |
| | 59.2 – Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien | 59.20 – Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien 59.20.1 – Tonstudios und Herstellung von Hörfunkbeiträgen 59.20.2 – Verlegen von bespielten Tonträgern 59.20.3 – Verlegen von Musikalien |
| Rundfunkwirtschaft | | |
| 60 – Rundfunkveranst. | 60.1 – Hörfunkveranstalter 60.2 – TV-Veranstalter | 60.10 – Hörfunkveranstalter 60.20 – Fernsehveranstalter |
| Kulturelle Wirtschaftszweige | | |
| 90 – Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten | 90.0 – Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten | 90.01 – Darstellende Kunst 90.01.1 – Theaterensembles 90.01.2 – Ballett, Orchester, Kapellen und Chöre 90.01.3 – Selbständige Artist/innen, Zirkusgruppen 90.01.4 – Selbständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler/innen sowie sonstige darst. Kunst 90.02 – Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst 90.02.0 – Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst 90.03 – Künstlerisches u. schriftstell. Schaffen 90.03.1 – Selbständige Komponistinnen, Komponisten, Musikbearbeiter/innen 90.03.2 – Selbständige Schriftsteller/innen 90.03.3 – Selbständige bildende Künstler/innen 90.03.4 – Selbständige Restaurator/innen 90.03.5 – Selbständige Journalist/innen, Pressefotograf/innen 90.04 – Betrieb von Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen 90.04.1 – Theater- und Konzertveranstalter 90.04.2 – Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen 90.04.3 – Varietés und Kleinkunstbühnen |



| WZ-Nr. 2-stellig | WZ-Nr. 3-stellig | WZ-Nr. 4-stellig (teilweise 5-stellig) |
|--|--|---|
| Bibliotheken/Museen | | |
| 91 – Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten | 91.0 – Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten | 91.01 – Bibliotheken und Archive 91.02 – Museen 91.03 – Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen |
| Handel mit Kulturgütern | | |
| 47 – Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen) | 47.6 – Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren | 47.59.3 – Einzelhandel m. Musikinstrum. und Musikalien 47.61 – Einzelhandel mit Büchern 47.62.1 – Einzelhandel m. Zeitschriften und Zeitungen 47.63 – Einzelhandel m. bespielten Ton- und Bildträgern 47.78.3 – Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerbl. Erzeugnissen, (Anteil ohne Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln) |
| Architektur | | |
| 71 – Architektur- und Ingenieurbüros; techn., physikalische und chem. Untersuchung | 71.1 – Architektur- und Ingenieurbüros | 71.11 – Architekturbüros 71.11.1 – Architekturbüros für Hochbau 71.11.2 – Büros für Innenarchitektur 71.11.2 – Büros für Innenarchitektur 71.11.3 – Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung 71.11.4 – Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung |
| Design | | |
| 74 – Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten | 74.1 – Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design | 74.10 – Ateliers f. Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design 74.10.1 – Industrie-, Produkt- und Mode-Design 74.10.2 – Grafik- und Kommunikationsdesign 74.10.3 – Interior Design und Raumgestaltung 74.12.2 – Ingenieurbüros für technische Fachplanung und Ingenieurdesign (Anteil) |
| Werbung | | |
| 73 – Werbung und Marktforschung | 73.1 – Werbung | 73.11 – Werbeagenturen 73.12 – Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen |
| Software/Games | | |
| | 58.2 – Verlegen von Software 62.0 – Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie | 58.21 – Verlegen von Computerspielen 58.29 – Verlegen von sonstiger Software 62.01 – Programmierungstätigkeiten 62.01.1 – Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen 62.01.9 – Sonstige Softwareentwicklung |

Hinweis: WZ 2008 = Deutsche Klassifikation der Wirtschaftszweige, Basiert auf europäischer NACE Rev.2 = "Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne" – Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, Ausgabe 2008

Quelle: Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.



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.