



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017

Kurzfassung



Impressum

Herausgeber

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

Redaktion

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW),
Mannheim

Projektteam

Prof. Dr. Irene Bertschek (ZEW, Projektleitung)
Dr. Jörg Ohnemus (ZEW)
Dr. Daniel Erdsiek (ZEW)
Dr. Simone Kimpeler (Fraunhofer ISI)
Dr. Christian Rammer (ZEW)

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Stand

Dezember 2017

Bildnachweis

Jesse Records/EyeEm – Getty Images (Titel)

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



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



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

Zentraler Bestellservice:

Telefon: 030 182722721
Bestellfax: 030 18102722721

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
1.1	Auftrag.....	3
1.2	Definition.....	3
2	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick	5
2.1	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.....	5
2.2	Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Wertschöpfung.....	8
2.3	Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	10
2.4	Exportquoten der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft.....	11
3	Arbeit und Qualifikation in der Kultur- und Kreativwirtschaft	14
4	Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft	20
5	Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich	24
6	Zusammenfassung	28
7	Anhang	34
7.1	Ausführliche Tabellen.....	34
7.2	Literaturverzeichnis.....	46

Die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft 2016 im Überblick

253.200 Unternehmen		98,8 Mrd. € Bruttowertschöpfung	4,8 Mrd. € jährliche Innovationsausgaben	
4,2% mehr Bruttowertschöpfung (im Vergleich zu 2015)		154,4 Mrd. € Umsatz	5,2% Gründungsrate – leicht über gesamtdeutschem Niveau	
1.117.047 Kernerwerbstätige				
138.200 € Umsatz pro Kern- erwerb- stätigem	88.470 € Bruttowertschöpfung pro Kernerwerb- stätigem	9,5% export- aktive Unterneh- men	863.844 sozialversiche- rungs- pflichtig Beschäftigte	
ca. 9.900 Unternehmens- neugründungen		3,8% Auslands- umsatz	3% mehr Kernerwerbs- tätige (im Vergleich zu 2015)	3,5% mehr sozial- versiche- rungspflichtig Beschäftigte (im Vergleich zu 2015)
		609.700 € Umsatz je Unternehmen		520.900 geringfügig Erwerb- stätige
3,1% der gesamt- deutschen Innovations- ausgaben	3,1% Anteil am Brutto- inlands- produkt	22,7% Selbständige (Anteil an Kernerwerb- stätigen)	1.637.961 Gesamt- erwerb- stätige	

1 Einleitung

1.1 Auftrag

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, und das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Karlsruhe, führen inzwischen zum fünften Mal im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) das jährliche Monitoring der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland durch. Der aktuelle Monitoringbericht 2017 setzt das Monitoring der vergangenen Jahre fort.¹ Er untersucht die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Gesamtwirtschaft und stellt die Entwicklung wirtschaftlicher Kennzahlen überwiegend für den Zeitraum 2011 bis 2016 dar.² Grundlage für diese Analysen sind Daten aus öffentlich zugänglichen Quellen, Datenbestände am ZEW sowie aus einer repräsentativen Erhebung, die das ZEW im Frühjahr 2017 in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland durchgeführt hat.

Folgende Fragestellungen stehen im Zentrum des aktuellen Monitorings:

- Welche ökonomische Bedeutung hat die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft und im Vergleich zu anderen klassischen Branchen in Deutschland?
- Was zeichnet die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Besonderen aus?
- Wie haben sich die Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Teilmärkte in den letzten Jahren hinsichtlich der Kernindikatoren (Umsatz, Wertschöpfung, Unternehmen, Beschäftigung) und der Exportaktivität entwickelt?
- Wie entwickeln sich die Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland?
- Wie stellt sich die Innovationsleistung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich dar?
- Wie ist die momentane Situation in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft im Themenkomplex Arbeit und Qualifikation?

Letztgenannter Punkt wird im Kapitel 3 auf Basis der Ergebnisse einer im Frühjahr 2017 vom ZEW durchgeführten repräsentativen Unternehmensbefragung näher beleuchtet. Zudem finden sich weitergehende Analysen dazu in den Teilmarktsteckbriefen in der Langfassung des Monitoringberichts. Ausführliche Tabellen zur Anzahl der Unternehmen, zum Umsatz und zu den Kernerwerbstätigen befinden sich im Anhang zu diesem Bericht (siehe Abschnitt 7.1).

1.2 Definition

Die diesem Bericht zugrunde liegende Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft folgt der Wirtschaftsministerkonferenz, die den Fokus auf erwerbswirtschaftliche Unternehmen legt³:

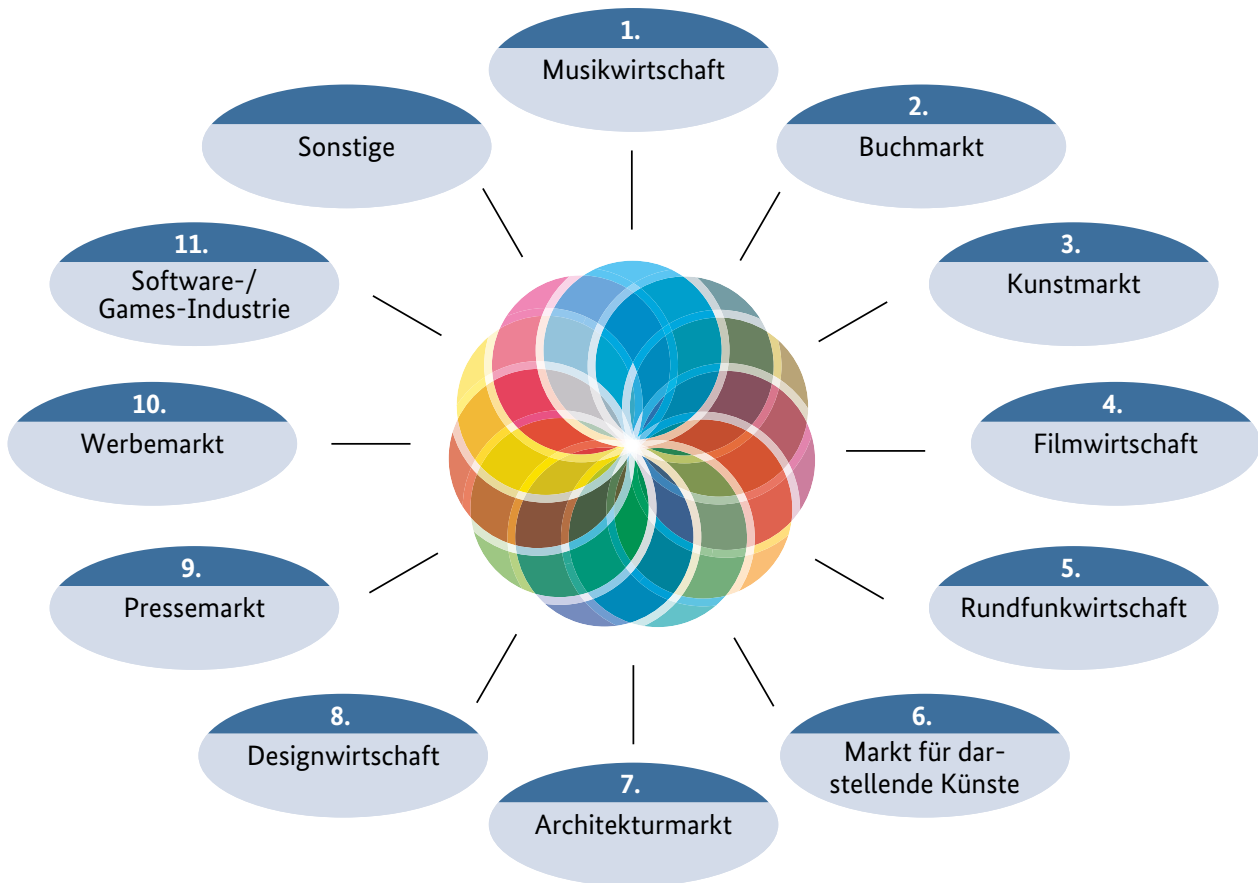
„Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“ Das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

1 Für den letztjährigen Bericht siehe Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2017), Monitoringbericht 2016: Ausgewählte wirtschaftliche Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft, Langfassung, Berlin.

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

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

Abbildung 1.1: Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2009.

2 Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick

Die nachfolgenden Analysen basieren auf Daten amtlicher Statistiken des Statistischen Bundesamtes und der Bundesagentur für Arbeit. Die unterschiedlichen Datenquellen und Berechnungsmethoden werden im Anhang der Langfassung zu diesem Bericht ausführlich erläutert. Aufgrund von zeitlichen Verzögerungen bei der Veröffentlichung einiger offizieller Statistiken ist es notwendig, einige Daten am aktuellen Rand zu schätzen. Entsprechende Stellen sind gekennzeichnet.

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Über eine Viertelmillion Unternehmen in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft

Den Trend der vorhergehenden Jahre fortsetzend, stieg die Anzahl an Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland im Jahr 2016 noch einmal spürbar an. Inzwischen gibt es schätzungsweise rund 253.200 Unternehmen und damit 1,1 Prozent mehr als im Jahr 2015 (siehe Tabelle 2.1).⁴ Seit dem Jahr 2009 hat die Zahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft kontinuierlich zugenommen, allerdings blieb der Anteil der Kultur- und Kreativunternehmen an allen Unternehmen in Deutschland relativ konstant und liegt momentan bei 7,7 Prozent.

Gesamtumsatz liegt bei 154,4 Milliarden Euro

Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten im Jahr 2016 einen Umsatz von schätzungsweise 154,4 Milliarden Euro. Der Gesamtumsatz nahm damit um rund 1,5 Prozent im Vergleich zum Jahr 2015 zu. Ebenso wie bei der Unternehmensanzahl verzeichnet der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit dem Jahr 2009 ein nahezu kontinuierliches Wachstum. Einzige Ausnahme bildet das Jahr 2013, in dem der Umsatz knapp unter das Vorjahresniveau fiel.

Bruttowertschöpfung knapp unter 100 Milliarden Euro

Auf Basis einer neuen Berechnungsmethode erreicht die in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaftete Bruttowertschöpfung im Jahr 2016 einen Wert von schätzungsweise 98,8 Milliarden Euro.⁵ Das sind knapp 4,2 Prozent mehr als im Jahr 2015. Der Anteil der Bruttowertschöpfung am Bruttoinlandsprodukt in Deutschland liegt bei rund 3,1 Prozent. Auch die Bruttowertschöpfung stieg in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit dem Jahr 2009 von damals 74,2 Milliarden Euro kontinuierlich an.

Rund 3,5 Prozent mehr sozialversicherungspflichtig Beschäftigte – deutlich über 1,1 Millionen Kernerwerbstätige

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft ist im Jahr 2016 erneut kräftig um 3,5 Prozent auf 864.000 Beschäftigte angestiegen. Damit wurden in der Kultur- und Kreativwirtschaft in den vergangenen vier Jahren annähernd 100.000 neue sozialversicherungspflichtige Jobs geschaffen.

Rechnet man die rund 253.200 Selbständigen zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hinzu, ergibt sich in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2016 eine Zahl von rund 1.117.000 Kernerwerbstätigen. Dies entspricht einem Zuwachs von fast drei Prozent im Vergleich zum Jahr 2015.

Leichter Anstieg bei geringfügiger Beschäftigung – Gesamterwerbstätigenzahl ebenfalls wieder ansteigend

Nach dem kräftigen Rückgang bei der Zahl geringfügig Beschäftigter im Jahr 2015 ist der Wert im vergangenen Jahr wieder leicht gestiegen. In 2016 gingen etwas mehr als 310.000 Menschen einer geringfügigen Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach. Das sind rund 2.000 oder 0,7 Prozent mehr als im Vorjahr. Trotzdem liegt die Zahl deutlich unter dem Höchststand aus dem Jahr 2010, als noch 379.300 Menschen dieser Erwerbsform nachgingen.

⁴ Die im Vorjahresbericht für das Jahr 2015 geschätzten Werte wurden im aktuellen Bericht durch die tatsächlich realisierten Werte des Jahres 2015 ersetzt. Damit kann es zu Abweichungen zwischen den Zahlen für das Jahr 2015 im aktuellen Bericht im Vergleich zum Vorjahresbericht kommen.

⁵ Durch die Verwendung einer neuen Berechnungsmethode ergeben sich im diesjährigen Bericht deutlich höhere Werte für die Bruttowertschöpfung als in den letzten Jahren (siehe auch Abschnitt 2.2).

Tabelle 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2011 bis 2016*

Kategorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	Veränderung 2015/2016
Anzahl Unternehmen (in Tausend)^{1a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	244,3	245,8	246,4	247,0	250,4	253,2	1,10 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,60 %	7,56 %	7,60 %	7,62 %	7,69 %	7,67 %	
Umsatz (in Milliarden Euro)							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	141,0	143,3	143,2	146,9	152,1	154,4	1,51 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,48 %	2,49 %	2,48 %	2,50 %	2,54 %	2,47 %	
Beschäftigung							
Kernerwerbstätige (in Tausend)^{2a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	976,8	1.011,8	1.037,3	1.056,0	1.084,9	1.117,0	2,96 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,07 %	3,11 %	3,16 %	3,16 %	3,19 %	3,22 %	
<i>sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (in Tausend)^{3a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	732,5	766,0	790,9	809,1	834,5	863,8	3,52 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,56 %	2,62 %	2,67 %	2,68 %	2,71 %	2,75 %	
<i>Selbständige (in Tausend)^{4a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	244,3	245,8	246,4	247,0	250,4	253,2	1,10 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	7,60 %	7,56 %	7,60 %	7,62 %	7,69 %	7,67 %	
geringfügig Erwerbstätige (in Tausend)^{5a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	593,6	586,8	556,1	561,3	519,3	520,9	0,31 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,80 %	6,78 %	6,38 %	6,45 %	4,38 %	4,38 %	
<i>geringfügig Tätige (in Tausend)^{6a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	224,8	221,9	203,3	211,1	211,2	210,7	-0,23 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	18,90 %	20,84 %	20,42 %	22,17 %	23,34 %	25,11 %	
<i>geringfügig Beschäftigte (in Tausend)^{7a}</i>							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	368,8	365,0	352,8	350,2	308,1	310,2	0,69 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,89 %	4,81 %	4,57 %	4,48 %	4,00 %	4,00 %	
Gesamterwerbstätige (in Tausend)^{8a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	1.570,4	1.598,6	1.593,4	1.617,3	1.604,2	1.638,0	2,10 %
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,87 %	3,88 %	3,83 %	3,84 %	3,50 %	3,52 %	
Bruttowertschöpfung (in Milliarden Euro)^{9a}							
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	82,9	86,6	88,8	90,7	94,9	98,8	4,19 %
Anteil KKW am Bruttoinlandsprodukt (BIP)	3,07 %	3,14 %	3,14 %	3,09 %	3,12 %	3,14 %	
BIP Deutschland, nominal	2.703,1	2.758,3	2.826,2	2.932,5	3.043,7	3.144,1	3,30 %

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

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

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

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

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

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

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

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

9a Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und wurde anhand der Verteilung von Umsätzen in der Umsatzsteuerstatistik berechnet.



Tabelle 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2011 bis 2016*

Kategorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	Veränderung 2015/2016
weitere Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft							
Umsatz je Unternehmen (in Tausend Euro)	577,1	583,1	581,1	594,8	607,2	609,7	0,40 %
Umsatz je sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (in Tausend Euro)	192,5	187,1	181,0	181,6	182,2	178,7	-1,94 %
Umsatz je Kernerwerbstätigen (in Tausend Euro)	144,3	141,7	138,0	139,1	140,2	138,2	-1,41 %
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte je Unternehmen	3,00	3,12	3,21	3,28	3,33	3,41	2,39 %
Kernerwerbstätige je Unternehmen	4,00	4,12	4,21	4,28	4,33	4,41	1,84 %
Bruttowertschöpfung je Kernerwerbstätigen (in Tausend Euro)	84,9	85,6	85,6	85,9	87,4	88,5	1,19 %
Anteil Selbständige an Kernerwerbstätigen	25,01 %	24,30 %	23,75 %	23,39 %	23,08 %	22,67 %	

Anmerkung: *Werte für 2016 basieren teilweise auf eigenen Schätzungen und vorläufigen amtlichen Ergebnissen. Schätzungen berücksichtigen u. a. die Entwicklungsraten der Vorjahre. Abweichungen zu den Zahlen aus früheren Berichten ergeben sich durch zwischenzeitliche Datenrevisionen in den zugrundeliegenden Statistiken.

Quelle: Destatis, 2017a,b,c; Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

Die Zahl der geringfügig Tätigen, also Selbständige und Freiberufler mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro, hat leicht abgenommen und liegt momentan bei 210.700. In der Summe beläuft sich die Gesamterwerbstätigenzahl für das Jahr 2016 auf 1.638.000 und hat im Vergleich zum Jahr 2015 um 2,1 Prozent zugenommen.

Auch im vergangenen Jahr haben sich die zentralen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland gegenüber dem Vorjahr verbessert. Sie unterstreichen damit den langfristig positiven Trend in der Entwicklung der Branche. Es ist allerdings zu vermerken, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft sich hinsichtlich zahlreicher Indikatoren weiterhin ähnlich wie die deutsche Gesamtwirtschaft entwickelt. Dies trifft insbesondere auf den Unternehmensanteil und den Umsatzanteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft zu. Dagegen hat der Anteil an geringfügig Beschäftigten in den letzten Jahren um über einen Prozentpunkt deutlich abgenommen und der Anteil an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit dem Jahr 2010 um 0,2 Prozentpunkte zugenommen.

Im Durchschnitt 138.200 Euro Umsatz und 88.470 Euro Bruttowertschöpfung pro Kernerwerbstätigem

Die Branchenstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnet sich traditionsgemäß durch eine hohe Anzahl von Klein- und Kleinstunternehmen aus. Bezogen auf die Kernerwerbstätigen sind in einem Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2016 im Durchschnitt nur 4,41 Menschen erwerbstätig. In der Gesamtwirtschaft liegt dieser Wert mit 10,5 Kernerwerbstätigen pro Unternehmen deutlich darüber. Bezogen auf die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland erwirtschaftet jeder Kernerwerbstätige in der Branche einen Umsatz von 138.200 Euro und trägt mit 88.470 Euro zur Bruttowertschöpfung bei. Damit liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Umsatzgenerierung im Jahr 2016 hinter dem gesamtwirtschaftlichen Wert von 183.350 Euro pro Kernerwerbstätigem zurück, zeigt allerdings bei der Wertschöpfungsgenerierung einen um 5.350 Euro höheren Beitrag pro Kopf. Beide Werte spiegeln die Tatsache wider, dass in der Kultur- und Kreativwirtschaft weniger auf Vorleistungen zurückgegriffen wird und mehr eigener Arbeitsinput notwendig ist, als dies im Durchschnitt auf gesamtwirtschaftlicher Ebene der Fall ist. Der Anteil Selbständiger an allen Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist seit dem Jahr 2013 leicht rückläufig und liegt momentan bei rund 22,7 Prozent.

2.2 Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Wertschöpfung

Neue Berechnung der Bruttowertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die bisherige Berechnung der Bruttowertschöpfung der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft wird in diesem Berichtsjahr durch eine umfassendere Betrachtung abgelöst.

In den vergangenen Jahren basierte die Berechnung der Wertschöpfung auf einem groben Aggregat der Kultur und Kreativwirtschaft, welches durch die Wirtschaftsabteilungen 58 (Verlagswesen), 59 – 60 (Audiovisuelle Medien und Rundfunk), 73 (Werbung und Marktforschung) und 90 – 92 (Kunst und Kultur, Glücksspiel) nach der Wirtschaftszweigklassifikation 2008 (WZ 2008) abgegrenzt war. Die Wertschöpfungswerte waren damit direkt aus den Tabellen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Bundesamtes ablesbar. Der Nachteil dieser Abgrenzung liegt allerdings darin, dass etliche Unternehmen, die gemäß der allgemein anerkannten und in diesem Bericht ansonsten verwendeten Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland (Arbeitskreis Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsministerkonferenz, 2016) nicht in die Berechnung der Bruttowertschöpfung eingeflossen sind, da sie nicht durch die grobe Aggregatsabgrenzung abgedeckt waren. Auf der anderen Seite sind in der Abgrenzung einige Unternehmen enthalten, die laut Abgrenzung nicht zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen.⁶

Die in diesem Berichtsjahr erstmals durchgeführte neue Berechnungsmethode basiert auf der gewohnten Teilmarkt-Abgrenzung. Damit sind nun erstmals auch Aussagen zur Wertschöpfung in den einzelnen Teilmärkten möglich und zudem sind die Zahlen zur Bruttowertschöpfung jetzt auch vergleichbar mit den übrigen Indikatoren (wie bspw. Umsatz, Anzahl der Unternehmen, Kernerwerbstätige) der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Methodisch basiert die neue Berechnung, wie bisher auch, auf den Werten der Bruttowertschöpfung der VGR. Da diese Werte nur in relativ aggregierter Form (hauptsächlich auf Ebene der Wirtschaftsabteilungen) vorliegen, wird eine Gewichtung auf Basis der Umsatzverteilung aus der Umsatzsteuerstatistik herangezogen, um den einzelnen Wirtschaftszweigen der Kultur- und Kreativwirtschaft individuelle Wertschöpfungswerte zuzuweisen. Bei den Vergleichsbranchen, wie beispielsweise dem Maschinenbau, werden die Daten ebenfalls aus der VGR entnommen. Eine Gewichtung auf Basis der Umsatzsteuerstatistik ist nicht notwendig, da es sich hier um homogene Branchen handelt, deren Bruttowertschöpfungswerte direkt in der VGR zur Verfügung gestellt werden.

Die neue Berechnungsform für die Kultur- und Kreativwirtschaft liefert eine umfassendere und genauere Betrachtung der Bruttowertschöpfung. Insbesondere aufgrund der Tatsache, dass nun wesentlich mehr Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in die Wertschöpfungsberechnung einfließen (beispielsweise wurde bisher der Teilmarkt Software- und Games-Industrie größtenteils nicht mit abgedeckt), liegen die in diesem Berichtsjahr ausgewiesenen Bruttowertschöpfungssummen (also auch die für die Vorjahre) deutlich höher im Vergleich zu den Werten in den letztjährigen Berichten.⁷ Zu berücksichtigen ist hierbei, dass die ausgewiesene hohe Bruttowertschöpfung der Software- und Games-Industrie im Wesentlichen auf die Softwarebranche entfällt.

Bruttowertschöpfung in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen

Die Bruttowertschöpfung ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Während im Jahr 2014 noch ein Wert von knapp 91 Milliarden Euro erzielt wurde, liegt der (geschätzte) aktuelle Wert für das Jahr 2016 schon bei knapp 99 Milliarden Euro (siehe Abbildung 2.1). Auch in den Jahren vor 2014 hat die Bruttowertschöpfung kontinuierlich zugenommen.

Inzwischen liegt die Bruttowertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft nur noch knapp hinter der Wertschöpfung des Maschinenbaus, der im Jahr 2016 geschätzte 101,6 Milliarden Euro erzielte, zurück. Andere wichtige Branchen in Deutschland, wie die Chemische Industrie, die Energieversorger oder aber die Finanzdienstleister, werden von der Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachen Wertschöpfung inzwischen deutlich übertroffen. Nur die Automobilindustrie erzielt mit aktuell 144,3 Milliarden Euro eine deutlich höhere Bruttowertschöpfung.

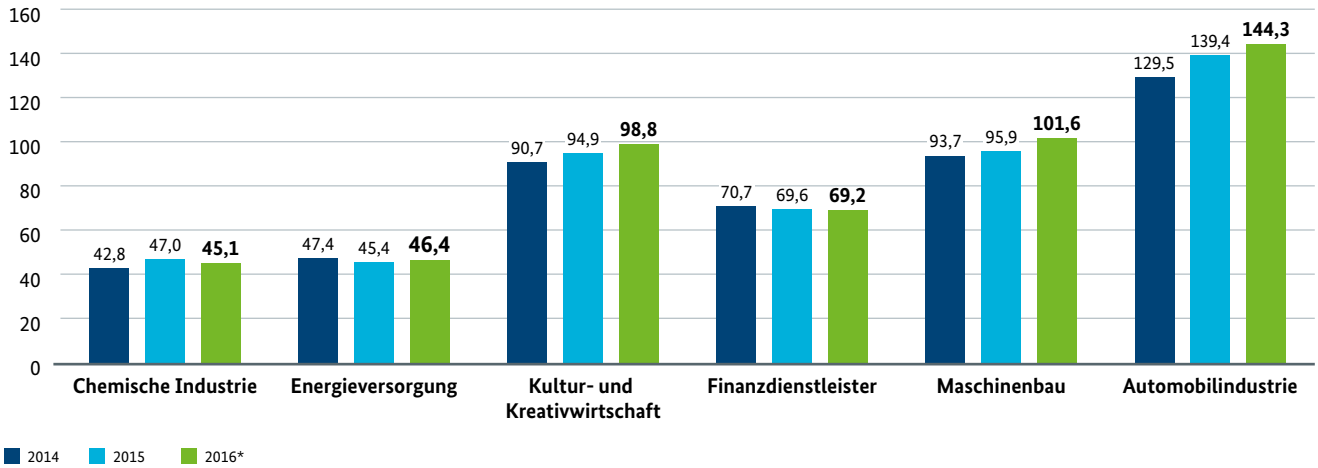
Abbildung 2.2 zeigt die Entwicklung der Bruttowertschöpfung in den einzelnen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe auch Tabelle 7.3 im Anhang). Während in den meisten Teilmärkten die Bruttowertschöpfung in den vergangenen drei Jahren zulegen konnte, wird deutlich, dass insbesondere die Software- und Games-Industrie von überragender Bedeutung für die Gesamtentwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist. Fast 27 Prozent der aktuellen Wertschöpfung wird in dieser Branche generiert. Zudem weist die Branche eine hohe jährliche Wachstumsrate auf.

In allen anderen Teilmärkten wird zum Teil deutlich weniger als die Hälfte der Bruttowertschöpfung der Software- und Games-Industrie erwirtschaftet, wobei der Pressemarkt, der Werbemarkt und die Designwirtschaft noch Wertschöpfungswerte von aktuell mehr als 10 Milliarden Euro erzielen. Der Kunstmarkt erreicht mit 1,3 Milliarden Euro den geringsten Wertschöpfungswert in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland im Jahr 2016.

6 Anhand der Umsatzsteuerstatistik für das Jahr 2015 wurde etwa die Hälfte (ca. 125.000) der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der bisherigen Berechnung nicht berücksichtigt. Hinzugerechnet wurden knapp 11.000 Unternehmen aus dem Bereich Markt- und Meinungsforschung (WZ 2008: 73.2) und Spiel-, Wett- und Lotteriewesen (92), die eigentlich nicht zur Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft gehören.

7 Weitergehende methodische Hinweise zur Berechnung der Bruttowertschöpfung finden sich im Anhang der Langfassung zu diesem Bericht.

Abbildung 2.1: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2014 – 2016
(in Mrd. Euro)

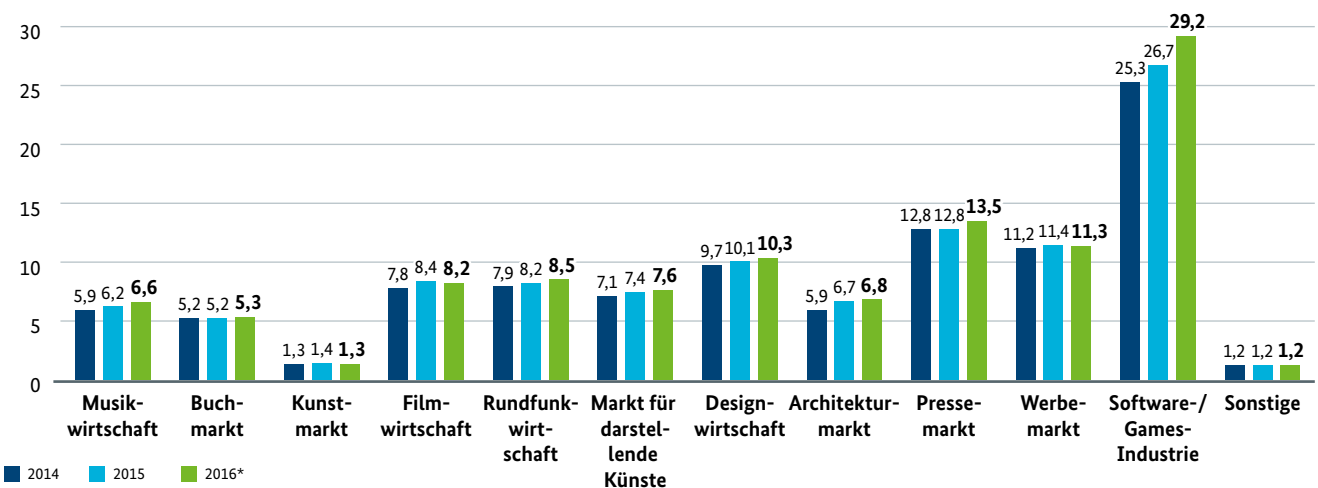


Lesehilfe: Die Bruttowertschöpfung betrug in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2016 98,8 Milliarden Euro. Sie war damit geringer als im Maschinenbau und in der Automobilindustrie, aber höher als in der Chemischen Industrie, bei den Energieversorgern und bei den Finanzdienstleistern.

Anmerkung: *Werte teilweise geschätzt. Die Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und wurde für die Kultur- und Kreativwirtschaft anhand der Verteilung von Umsätzen in der Umsatzsteuerstatistik berechnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Destatis, 2017c; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.2: Beitrag der Teilmärkte zur Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014 – 2016*
(in Mrd. Euro)



Lesehilfe: In der Musikwirtschaft liegt die Bruttowertschöpfung im Jahr 2016 bei 6,6 Milliarden Euro. Sie ist seit dem Jahr 2014 kontinuierlich um 0,7 Milliarden gestiegen.

Anmerkung: *Werte teilweise geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Destatis, 2017c; eigene Berechnungen ZEW.

2.3 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Zahl der Gesamterwerbstätigen inzwischen deutlich über 1,6 Millionen

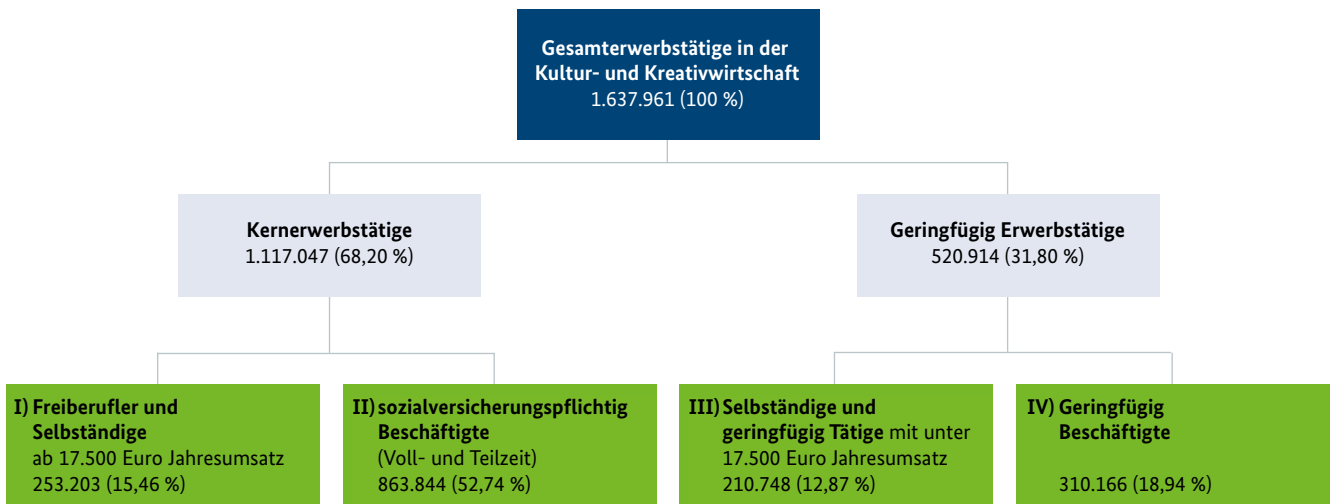
Die Anzahl der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist im Jahr 2016, nach einem leichten Rückgang im Vorjahr, wieder deutlich auf nunmehr 1.637.961 gestiegen (siehe Abbildung 2.3). Die Kernbeschäftigung, bestehend aus sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und Selbständigen, legte im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls deutlich zu. Dies wurde hauptsächlich von einer steigenden Zahl an sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen, aber auch von einer größeren Zahl an Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft getragen. Im Gegensatz zum Vorjahr ist die Zahl der geringfügig Beschäftigten nicht weiter zurückgegangen, sondern moderat gestiegen.

Insgesamt waren im Jahr 2016 in der Kultur- und Kreativwirtschaft 1.117.047 Menschen als Freiberufler und Selbständige oder als abhängig Beschäftigte erwerbstätig. Hinzu

kommt mit 520.914 Beschäftigten eine im Vergleich zu anderen Branchen und der Gesamtwirtschaft hohe Zahl an geringfügig Erwerbstätigen (Selbständige und geringfügig Tätige mit unter 17.500 Euro Jahresumsatz sowie geringfügig Beschäftigte). Insbesondere die Zahl an geringfügig Tätigen ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft außerordentlich hoch und macht gesamtwirtschaftlich gesehen inzwischen über ein Viertel aller geringfügig Tätigen aus. Die Gesamterwerbstätigenzahl in der Kultur- und Kreativwirtschaft ergibt sich aus der Summe der verschiedenen Beschäftigtengruppen und beläuft sich im Jahr 2016 auf 1.637.961. Eine übersichtliche Darstellung der Entwicklung der Beschäftigtenkennzahlen in den vergangenen Jahren findet sich in Tabelle 2.2.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft gab es im Jahr 2016 mehr Kernerwerbstätige als in jeder anderen Vergleichsbranche, wobei der Abstand zum Maschinenbau und der Automobilindustrie noch am geringsten war. Es zeigt sich ebenfalls, dass in keiner der Vergleichsbranchen – mit Ausnahme der Energieversorger – der Anteil an Selbständigen nur annähernd so hoch ist wie in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Abbildung 2.3: Struktur der Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2016*



Anmerkung: *Werte teilweise geschätzt.

Quelle: Destatis, 2017a,b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 2.2: Struktur und Entwicklung der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011 – 2016*

I) Freiberufler u. Selbständige ^{1b} (ab 17.500 Euro Jahresumsatz)	244.290 15,6%	245.816 15,4%	246.353 15,5%	246.967 15,3%	250.439 15,6%	253.203 15,5%
II) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ^{2b}	732.488 46,6%	765.954 47,9%	790.914 49,6%	809.067 50,0%	834.488 52,0%	863.844 52,7%
Kernerwerbstätige (I + II)	976.777 62,2%	1.011.770 63,3%	1.037.267 65,1%	1.056.034 65,3%	1.084.927 67,6%	1.117.047 68,2%
III) geringfügig Tätige ^{3b}	224.790 14,3%	221.883 13,9%	203.305 12,8%	211.145 13,1%	211.236 13,2%	210.748 12,9%
IV) geringfügig Beschäftigte ^{4b}	368.803 23,5%	364.956 22,8%	352.819 22,1%	350.158 21,7%	308.051 19,2%	310.166 18,9%
geringfügig Erwerbstätige (III + IV)	593.593 37,8%	586.840 36,7%	556.124 34,9%	561.303 34,7%	519.287 32,4%	520.914 31,8%
Gesamterwerbstätige (I + II + III + IV)	1.570.370 100,0%	1.598.610 100,0%	1.593.391 100,0%	1.617.337 100,0%	1.604.213 100,0%	1.637.961 100,0%

Anmerkung: *Werte für 2016 basieren teilweise auf eigenen Schätzungen und vorläufigen amtlichen Ergebnissen. Abweichungen zu den Zahlen aus früheren Berichten ergeben sich durch zwischenzeitliche Datenrevisionen in den zugrunde liegenden Statistiken.

1b Steuerpflichtige Unternehmer/-innen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz.

2b Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte (GB).

3b Geringfügig Tätige umfassen Freiberufler und Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz auf Basis des Mikrozensus.

4b Geringfügig Beschäftigte (geringfügig entlohnte Beschäftigte und kurzfristig Beschäftigte) auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (verwendeter Stichtag jeweils der 30.06.).

Quelle: Mikrozensus, Destatis, 2017a; Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

2.4 Exportquoten der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft

Exportquoten können sowohl umsatz- als auch unternehmensbasiert berechnet werden. Bei der unternehmensbasierten Berechnung wird die Anzahl an exportierenden Unternehmen (egal in welchem Umfang deren Exportaktivitäten stattfinden) ins Verhältnis zur Gesamtzahl aller Unternehmen gesetzt. Die umsatzbasierte Exportquote berechnet sich hier aus dem Quotienten der Lieferungen und Leistungen mit Vorsteuerabzug und dem Gesamtumsatz.

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

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

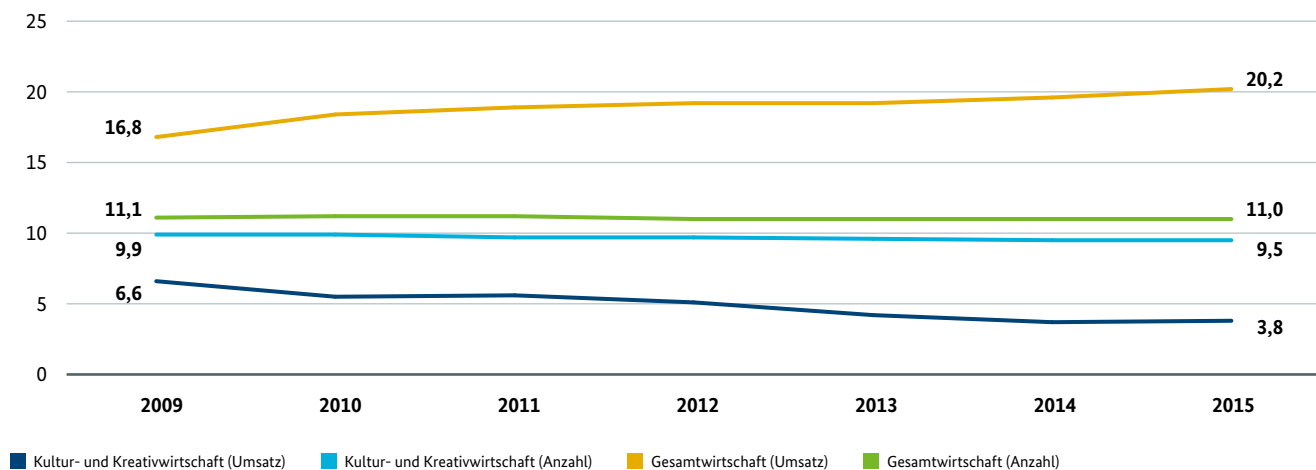
In der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft waren im Jahr 2015⁸ 9,5 Prozent der Unternehmen im Export aktiv (siehe Abbildung 2.4). Seit dem Jahr 2009 blieb der Anteil an exportaktiven Unternehmen in dieser Branche damit nahezu konstant. Anders sieht es hingegen bei den durch Exporte generierten Umsätzen aus. Hier hat eine negative Entwicklung stattgefunden. Während im Jahr 2009 noch 6,6 Prozent der Umsätze aus dem Export hervorgingen, sind es im Jahr 2015 nur noch 3,8 Prozent. Diese Beobachtung ist gegenläufig zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Deutschlandweit gesehen hat der Anteil exportgenerierter Umsätze von 16,8 Prozent in 2009 auf 20,2 Prozent im Jahr 2015 zugenommen. Generell sind die durchschnittlichen Auslandseinsatzvolumina pro Unternehmen deutlich geringer in der Kultur- und Kreativwirtschaft als auf gesamtwirtschaftlichem Niveau.

8 Letzter Zeitpunkt, zu dem Daten zu den Exportaktivitäten zur Verfügung stehen.

Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft sind der Kunstmarkt, die Musikwirtschaft und der Buchmarkt die Teilmärkte mit den, gemessen am Umsatzvolumen, höchsten Exportquoten. Im Kunstmarkt wurden 2015 12,7 Prozent des Umsatzes im Ausland erzielt, in der Musikwirtschaft 9,9 Prozent und im Buchmarkt 8,7 Prozent (siehe Tabelle 2.3). Besonders niedrig sind die Exportquoten in der Rundfunkwirtschaft (0,1 Prozent Auslandsumsatz), dem Architekturmarkt (0,6 Prozent) und dem Markt für darstellende Künste (0,8 Prozent). Auffallend ist zudem, bei ansonsten in den Teilmärkten recht konstanten Exportquoten, der stetig sinkende Auslandsumsatzanteil in der Software- und Games-Industrie. Dieser Rückgang ist im Wesentlichen dafür verantwortlich, dass die umsatzbezogene Exportquote in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft in den letzten Jahren gesunken ist.

Gemessen an den Exportquoten im Verarbeitenden Gewerbe sind die Werte in der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie bereits oben erwähnt, relativ niedrig. Die anhand des Umsatzvolumens gemessene Exportquote von 3,8 Prozent in der Kultur- und Kreativwirtschaft steht einer Quote von 61,6 Prozent in der Automobilindustrie, 49,7 Prozent im Maschinenbau und 47,1 Prozent in der Chemischen Industrie gegenüber. Einzig die wissensintensiven Dienstleister weisen mit 5,4 Prozent Auslandsumsatz eine der Kultur- und Kreativwirtschaft ähnlich niedrige Quote auf.

Abbildung 2.4: Anteil exportierender Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und in der Gesamtwirtschaft (in Prozent)



Lesehilfe: In der Kultur- und Kreativwirtschaft waren im Jahr 2015 9,5 Prozent der Unternehmen exportaktiv, wobei 3,8 Prozent des Umsatzes mit diesen Exporten umgesetzt werden.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Berechnungen des ZEW.

Tabelle 2.3: Exportquoten 2011 – 2015 (in Prozent)

Teilmarkt	Exportquote	2011	2012	2013	2014	2015
1. Musikwirtschaft	Umsatz	11,6	11,8	9,6	9,2	9,9
	Unternehmen	15,8	15,6	15,8	15,7	15,6
2. Buchmarkt	Umsatz	7,6	8,1	8,0	8,0	8,7
	Unternehmen	15,3	15,1	14,8	14,3	14,1
3. Kunstmarkt	Umsatz	9,4	10,7	10,1	11,5	12,7
	Unternehmen	13,5	13,5	13,6	13,8	14,2
4. Filmwirtschaft	Umsatz	1,9	1,7	1,7	2,2	2,6
	Unternehmen	6,6	6,8	6,4	6,5	6,5
5. Rundfunkwirtschaft	Umsatz	0,2	0,1	0,4	0,2	0,1
	Unternehmen	3,1	3,2	3,0	3,1	3,1
6. Markt für darstellende Künste	Umsatz	1,5	1,7	1,4	1,0	0,8
	Unternehmen	4,3	4,7	4,5	4,6	4,6
7. Designwirtschaft	Umsatz	5,3	5,0	4,8	4,8	4,9
	Unternehmen	9,9	9,8	9,6	9,5	9,6
8. Architekturmarkt	Umsatz	1,0	1,0	0,7	0,7	0,6
	Unternehmen	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7
9. Pressemarkt	Umsatz	2,5	2,3	2,3	2,2	2,2
	Unternehmen	10,0	10,2	10,2	10,2	9,8
10. Werbemarkt	Umsatz	1,4	1,4	1,4	1,2	1,1
	Unternehmen	11,4	11,7	11,6	11,6	12,0
11. Software- und Games-Industrie	Umsatz	12,1	9,7	6,0	4,1	4,1
	Unternehmen	13,6	13,1	12,9	12,4	12,2
12. Sonstige	Umsatz	12,3	11,2	10,9	6,3	5,2
	Unternehmen	8,4	8,5	8,4	8,3	8,2
Kultur- und Kreativwirtschaft	Umsatz	5,6	5,1	4,2	3,7	3,8
	Unternehmen	9,7	9,7	9,6	9,5	9,5
Vergleichsbranchen						
Automobilindustrie	Umsatz	58,3	59,7	60,3	61,1	61,6
	Unternehmen	45,3	45,5	45,4	46,4	46,8
Maschinenbau	Umsatz	48,0	48,4	49,1	49,1	49,7
	Unternehmen	56,2	56,1	56,9	57,3	58,4
Chemische Industrie	Umsatz	44,1	45,2	46,6	47,0	47,1
	Unternehmen	60,5	60,7	61,6	62,4	62,4
wissensintensive Dienstleister	Umsatz	6,5	5,9	5,6	5,5	5,4
	Unternehmen	5,5	5,4	5,4	5,4	5,4
Gesamtwirtschaft	Umsatz	18,9	19,2	19,2	19,6	20,2
	Unternehmen	11,2	11,0	11,0	11,0	11,0

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

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Berechnungen des ZEW.

3 Arbeit und Qualifikation in der Kultur- und Kreativwirtschaft

In einer repräsentativen Befragung von Selbständigen und Unternehmen hat das ZEW umfangreiche und aktuelle Informationen zum Themenkomplex „Arbeit und Qualifikation“ in der Kultur- und Kreativwirtschaft und in ihren Teilmärkten erhoben.⁹ Die Erhebung erfasst unter anderem die Schwierigkeiten der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft, qualifizierte Mitarbeiter zu finden, als auch mögliche Maßnahmen, um diesen Schwierigkeiten begegnen zu können. Der folgende Abschnitt gibt einen zusammenfassenden Überblick über die Situation in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.¹⁰

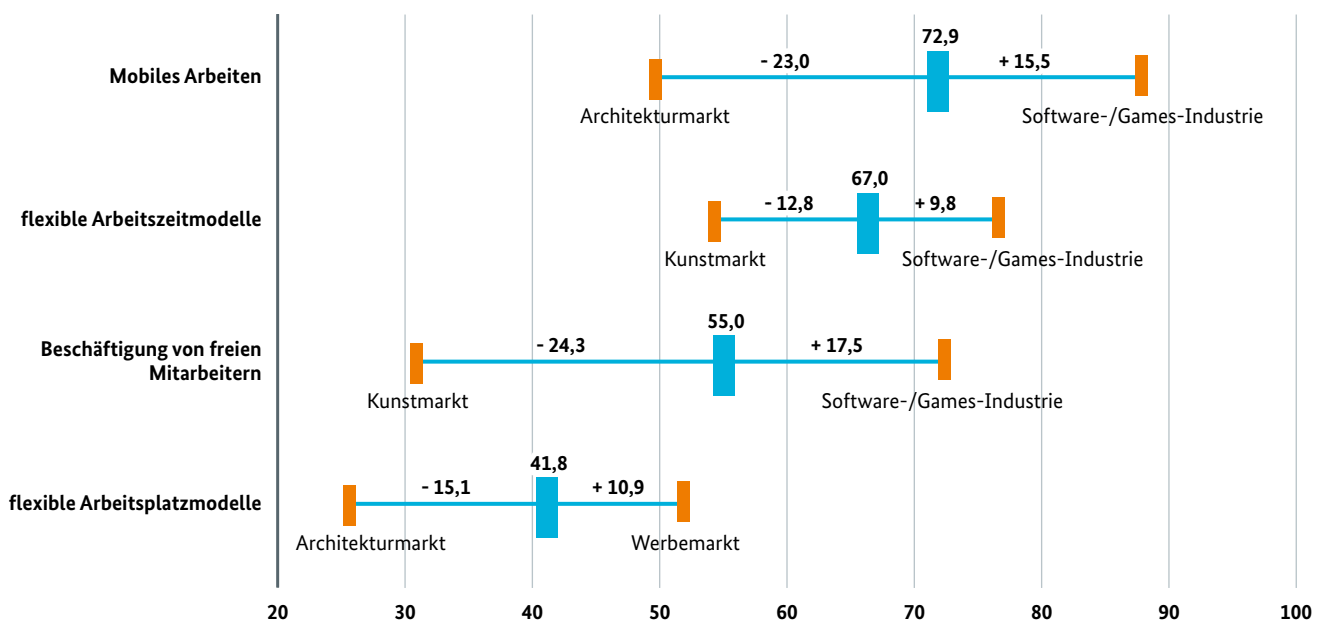
Flexible Arbeitsformen sind unterschiedlich stark verbreitet in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Unternehmen und Selbständigen in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft setzen unterschiedliche Arbeitsformen in ihren Betrieben ein. In der Erhebung wurde die Verbreitung flexibler Arbeitsformen untersucht. Darunter fallen mobile Arbeitskonzepte, die Beschäftigung

freier Mitarbeiter im Unternehmen oder das Angebot flexibler Arbeitszeit- sowie flexibler Arbeitsplatzmodelle. Das mobile Arbeiten, also das Arbeiten von unterwegs oder beim Kunden, ist mit einem Anteil von 72,9 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die dies nutzen, insgesamt am weitesten verbreitet (siehe Abbildung 3.1). Dahinter folgen in klarer Abstufung flexible Arbeitszeitmodelle (67 Prozent), wie Vertrauensarbeitszeit oder Arbeitszeitkonten, und die Beschäftigung freier Mitarbeiter (55 Prozent). Flexible Arbeitsplatzmodelle, wie Home Office oder das Arbeiten in Crowdfunding Spaces, sind noch am wenigsten verbreitet und werden derzeit von 41,8 Prozent der Unternehmen genutzt.

Die Verbreitung der einzelnen flexiblen Arbeitsformen hängt wesentlich vom betrachteten Teilmarkt ab, denn die Nutzungsanteile variieren teilweise erheblich. Der Unterschied zwischen dem jeweils höchsten und niedrigsten Nutzungsanteil fällt mit einer Differenz in Höhe von 41,8 Prozentpunkten bei der Beschäftigung freier Mitarbeiter besonders hoch aus. Während freie Mitarbeiter in 30,7 Pro-

Abbildung 3.1: Nutzung verschiedener Arbeitsformen in der Kultur- und Kreativwirtschaft
(Anteil der Unternehmen in Prozent)



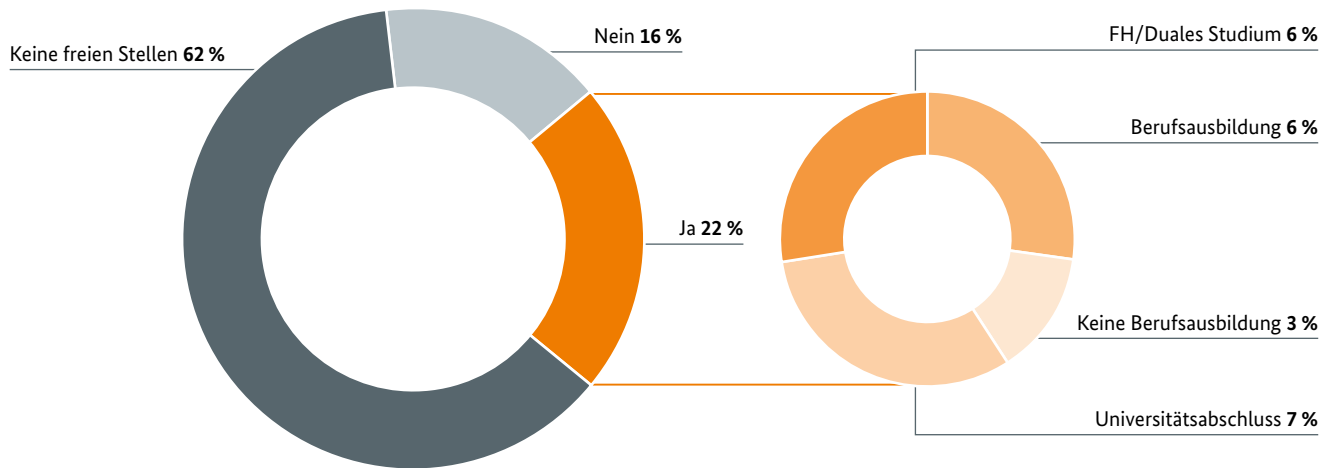
Lesehilfe: 72,9 Prozent der Unternehmen der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft nutzen Mobiles Arbeiten. Den höchsten Anteil gibt es in der Software- und Games-Industrie mit 88,4 Prozent (+ 15,5 Prozentpunkte gegenüber Kultur- und Kreativwirtschaft).

Quelle: ZEW-Unternehmensbefragung, 1. Halbjahr 2017.

9 Insgesamt nahmen 1.802 Selbständige und Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Befragung teil.

10 Tiefere Ergebnisse auf Teilmarktebene finden sich in den jeweiligen Teilmarktsteckbriefen in der Langfassung dieses Berichts.

Abbildung 3.2: Schwierigkeiten, Mitarbeiter mit geeigneter Qualifikation für freie Stellen zu finden, unterteilt nach Qualifikationsniveau (Anteil der Unternehmen in Prozent)



Lesehilfe: 22 Prozent der Unternehmen hatten im Jahr 2016 Schwierigkeiten, Mitarbeiter mit geeigneter Qualifikation für freie Stellen zu finden. Dieser Anteil lässt sich weiter aufgliedern. 7 Prozent der Unternehmen hatten Schwierigkeiten, Mitarbeiter mit Universitätsabschluss zu finden.

Quelle: ZEW-Unternehmensbefragung, 1. Halbjahr 2017.

zent der Unternehmen im Kunstmarkt eingesetzt werden, greifen in der Software- und Games-Industrie 72,5 Prozent der Unternehmen auf freie Mitarbeiter zurück. Eine ähnlich ausgeprägte Spannweite zwischen den Teilmärkten weist der Einsatz des Mobilens auf. Hier beträgt die Differenz zwischen den Nutzungsanteilen im Architekturmarkt und der Software- und Games-Industrie 38,5 Prozentpunkte. Mit einer Differenz von lediglich 22,6 Prozentpunkten ergibt sich für den Einsatz flexibler Arbeitszeitmodelle das einheitlichste Bild über die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft hinweg.

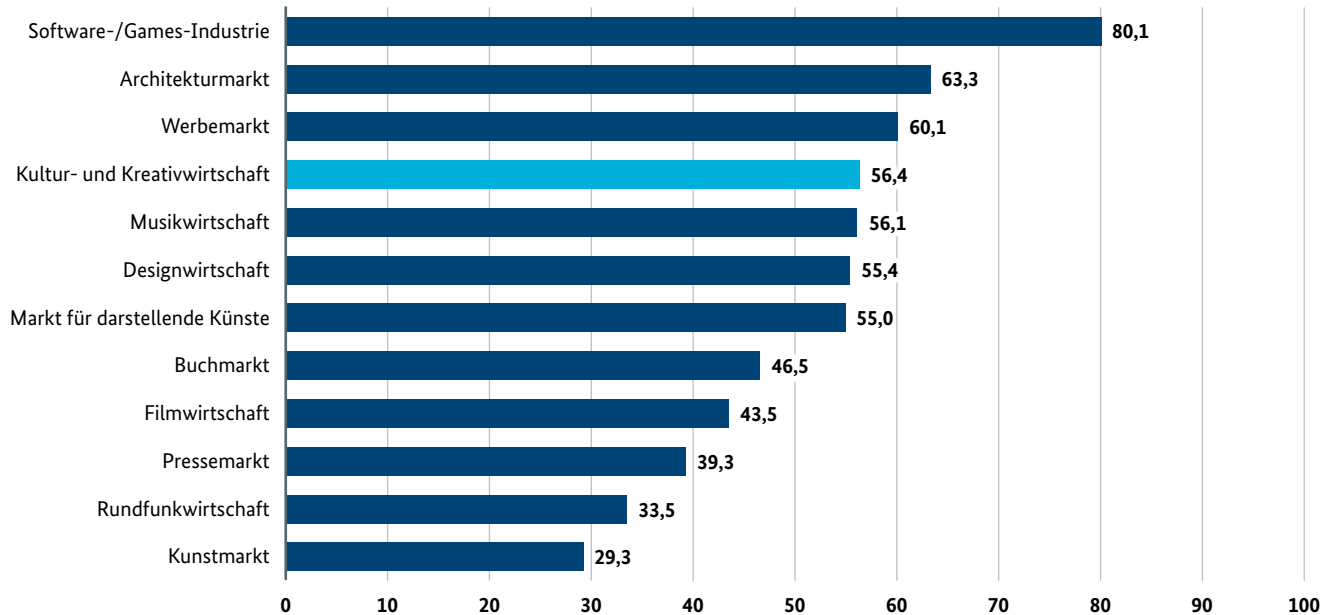
Schwierigkeiten bei der Besetzung freier Stellen mit qualifizierten Mitarbeitern

Hauptaugenmerk der Unternehmensbefragung lag auf dem Themenbereich Arbeit und Qualifikation. Eine entscheidende Frage hierbei ist, inwieweit die Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft bereits aktuell Schwierigkeiten bei der Suche nach neuen Beschäftigten mit geeigneter Qualifikation haben. Dabei muss beachtet

werden, dass mit einem Anteil von 62 Prozent die Mehrzahl der Unternehmen im Jahr 2016 allerdings keine freien Stellen zu besetzen hatte (siehe Abbildung 3.2). Ein weiterer Anteil von 16 Prozent der Unternehmen ist bei der Suche nach neuen Mitarbeitern nicht auf Schwierigkeiten gestoßen. Insgesamt geben aber 22 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft an, dass sie im Jahr 2016 Schwierigkeiten bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern hatten.

In einer Folgefrage wurde ermittelt, wo diese Schwierigkeiten aufgetreten sind. Jeweils 6 Prozent aller Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft hatten Probleme bei der Rekrutierung von neuen Mitarbeitern mit abgeschlossener Berufsausbildung oder dem Abschluss einer Fachhochschule bzw. eines Dualen Studiums. Bei etwa 7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Schwierigkeiten bei der Besetzung von freien Stellen aufgetreten, die einen Universitätsabschluss voraussetzen. Mit einem Anteil von 3 Prozent gab es bei der Besetzung von Stellen, die keine Berufsausbildung erfordern, am seltensten Probleme.

Abbildung 3.3: Schwierigkeiten, Mitarbeiter mit geeigneter Qualifikation zu finden
(Anteil der Unternehmen mit zu besetzenden offenen Stellen in Prozent)



Lesehilfe: In der Software- und Games-Industrie hatten 80,1 Prozent der Unternehmen, die im Jahr 2016 offene Stellen zu besetzen hatten, Schwierigkeiten bei der Suche nach Mitarbeitern mit geeigneter Qualifikation.

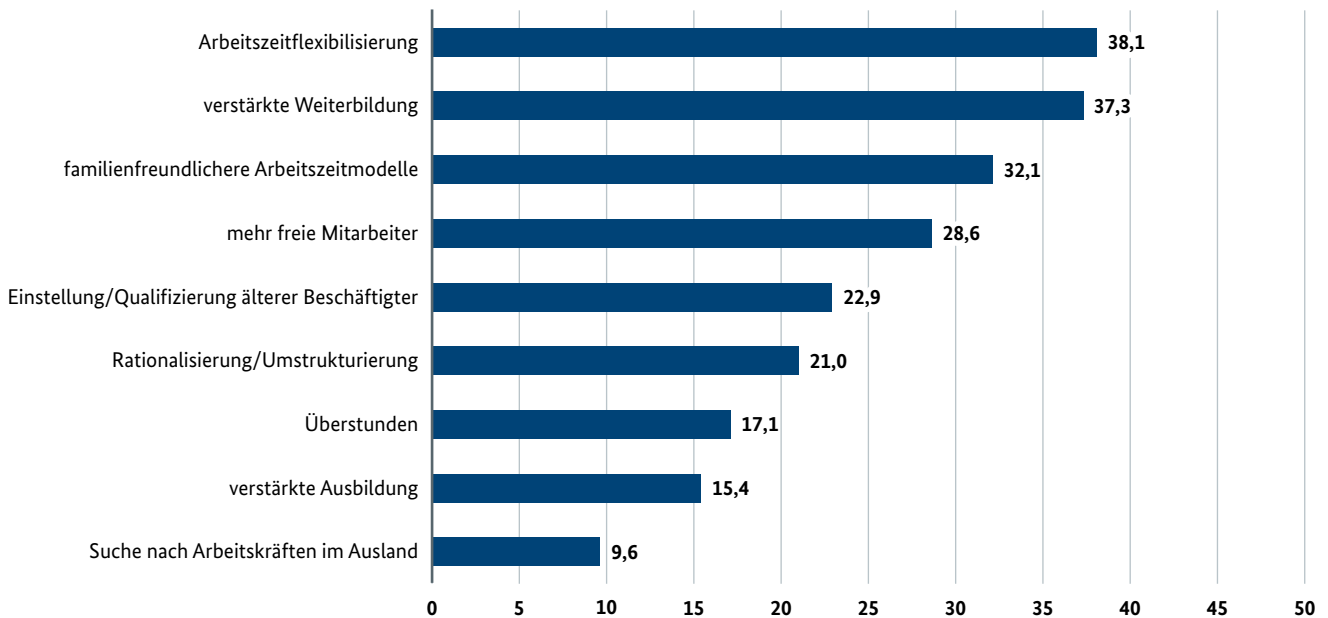
Quelle: ZEW-Unternehmensbefragung, 1. Halbjahr 2017.

Sieht man von den Unternehmen ab, die keine freien Stellen zu besetzen hatten, berichten im Durchschnitt 56,4 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die auf der Suche nach neuen Mitarbeitern waren, von Problemen bei der Rekrutierung (siehe Abbildung 3.3). Beim Auftreten von Schwierigkeiten bei der Personalsuche bestehen deutliche Unterschiede zwischen den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Am häufigsten traten Probleme in Unternehmen aus der Software- und Games-Industrie auf. In diesem Teilmarkt hatten insgesamt 80,1 Prozent der Unternehmen, die im Jahr 2016 offene Stellen zu besetzen hatten, Schwierigkeiten bei der Suche nach geeigneten Mitarbeitern. Mit einem deutlichen Abstand folgt der Architekturmarkt, in dem 63,3 Prozent der Unternehmen sich mit einer schwierigen Personalsuche auseinandersetzen hatten. Am seltensten berichten die Unternehmen in der Rundfunkwirtschaft (33,5 Prozent) und im Kunstmarkt (29,3 Prozent) von Problemen bei der Suche nach Mitarbeitern mit geeigneter Qualifikation.

Die Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft verfolgen unterschiedliche Strategien, um auch in Zukunft für die Deckung einer ausreichend qualifizierten Belegschaft

zu sorgen. Am weitesten verbreitet ist für diesen Zweck eine geplante Flexibilisierung der Arbeitszeit. Insgesamt nennen 38,1 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft die Arbeitszeitflexibilisierung als geplante Strategie zur Sicherung des zukünftigen Fachkräftebedarfs (siehe Abbildung 3.4). Dass die Arbeitszeiten dabei familienfreundlicher werden, ist 32,1 Prozent der Unternehmen wichtig. Ein erheblicher Anteil von 37,3 Prozent der Unternehmen setzt auf eine verstärkte Weiterbildung, um die Deckung einer ausreichend qualifizierten Belegschaft auch in Zukunft zu sichern. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit der häufig formulierten Erwartung, dass durch die fortschreitende Digitalisierung der Arbeitswelt die Bedeutung des lebenslangen Lernens weiter zunehmen wird. Etwas mehr als jedes vierte Unternehmen plant, künftig mehr freie Mitarbeiter einzusetzen und dadurch den Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern decken zu können, während etwa jedes fünfte Unternehmen Rationalisierungs- oder Umstrukturierungspläne äußert. Die Suche nach Arbeitskräften im Ausland wird lediglich von etwa 10 Prozent der Unternehmen als Strategie zur Sicherung qualifizierter Mitarbeiter verfolgt.

Abbildung 3.4: Maßnahmen zur Deckung einer ausreichend qualifizierten Belegschaft
(Anteil der Unternehmen in Prozent)



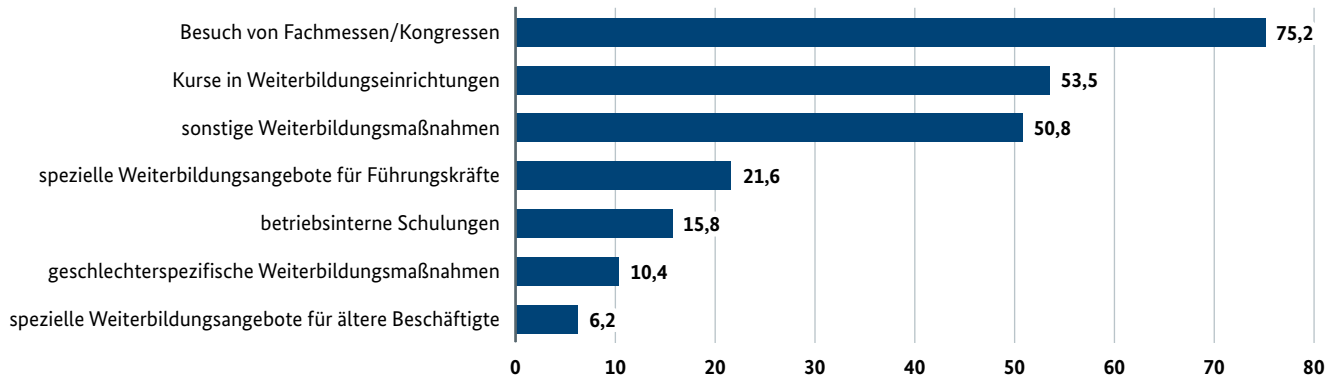
Lesehilfe: Zur Deckung einer ausreichend qualifizierten Belegschaft nutzen 38,1 Prozent der Unternehmen das Instrument der Arbeitszeitflexibilisierung.

Quelle: ZEW-Unternehmensumfrage, 1. Halbjahr 2017.

Unterschiede im Angebot von z. B. Weiterbildungsmaßnahmen

Die Weiterbildung der Belegschaft wird nicht nur als eine zukünftige Strategie zur Sicherung der Arbeitsnachfrage angesehen, sondern findet bereits in vielen Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft breite Anwendung. Im Hinblick auf aktuelle Weiterbildungsmaßnahmen ermöglichen 75,2 Prozent der Unternehmen ihren Mitarbeitern Besuche von Fachmessen und Kongressen (siehe Abbildung 3.5). Auf diesem Wege können sich die Mitarbeiter über neue Möglichkeiten, Trends und Wissen im jeweiligen Bereich informieren und austauschen. Etwas expliziter auf die Weiterbildung der Mitarbeiter abzielend, ermöglichen mit einem Anteil von 53,5 Prozent mehr als die Hälfte der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ihren Beschäftigten die Teilnahme an Kursen in speziellen Weiterbildungseinrichtungen. Betriebsinterne Schulungen werden immerhin in 15,8 Prozent der Unter-

nehmen angeboten. Die internen oder externen Weiterbildungsangebote sind teilweise auf die Bedürfnisse spezieller Beschäftigungsgruppen angepasst. So bieten 21,6 Prozent der Unternehmen ihren Führungskräften die Möglichkeit, an speziellen Weiterbildungsmaßnahmen teilzunehmen. Geschlechtsspezifische Weiterbildungsmaßnahmen werden von etwa jedem zehnten Unternehmen in Anspruch genommen. Obwohl die Einstellung oder Qualifizierung älterer Beschäftigter von 22,9 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft angestrebt wird, bieten lediglich 6,2 Prozent der Unternehmen bereits heute spezielle Weiterbildungsangebote für ältere Beschäftigte an.

Abbildung 3.5: Zugang der Mitarbeiter zu Weiterbildungsmaßnahmen (Anteil der Unternehmen in Prozent)

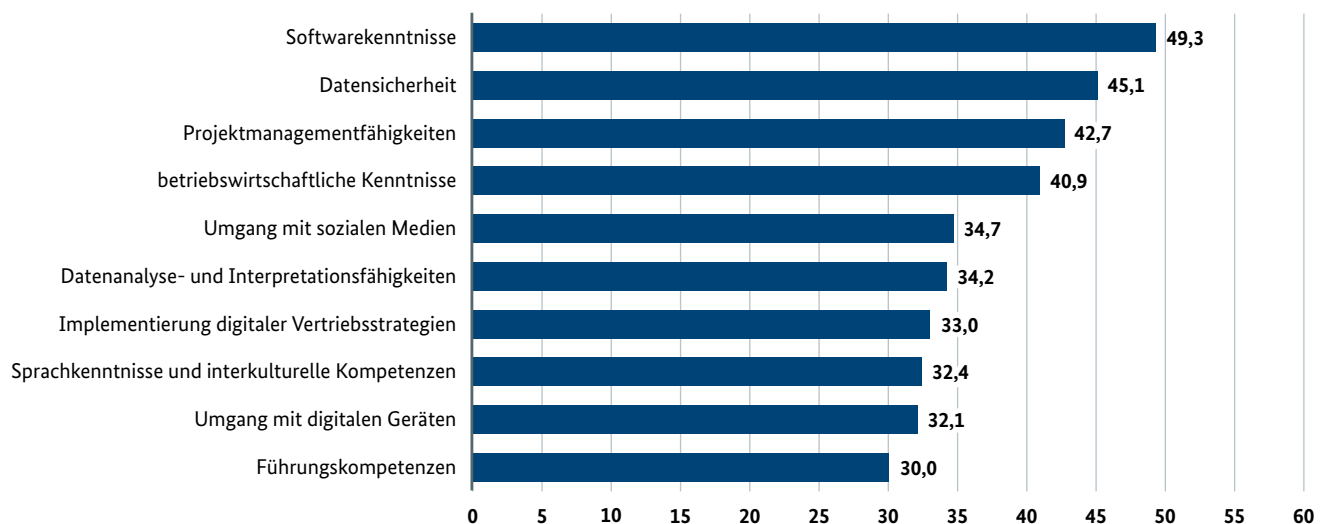
Lesehilfe: 75,2 Prozent der Unternehmen ermöglichen ihren Mitarbeitern die Teilnahme an Fachmessen/Kongressen.

Quelle: ZEW-Unternehmensumfrage, 1. Halbjahr 2017.

Bedarfe und Hemmnisfaktoren der betrieblichen Weiterbildung

Die Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sehen generell einen Bedarf für Fortbildungen in verschiedenen Kompetenzbereichen. Fortbildungsbedarfe bestehen aus Sicht der Unternehmen insbesondere in Bezug auf Softwarekenntnisse: 49,3 Prozent der Unternehmen geben an, in diesem Bereich Verbesserungspotenziale für sich und ihre Mitarbeiter zu sehen (siehe Abbildung 3.6). Um mit neuen digitalen Technologien und Anwendungen adäquat umgehen zu können, ergeben sich Bedarfe in entsprechen-

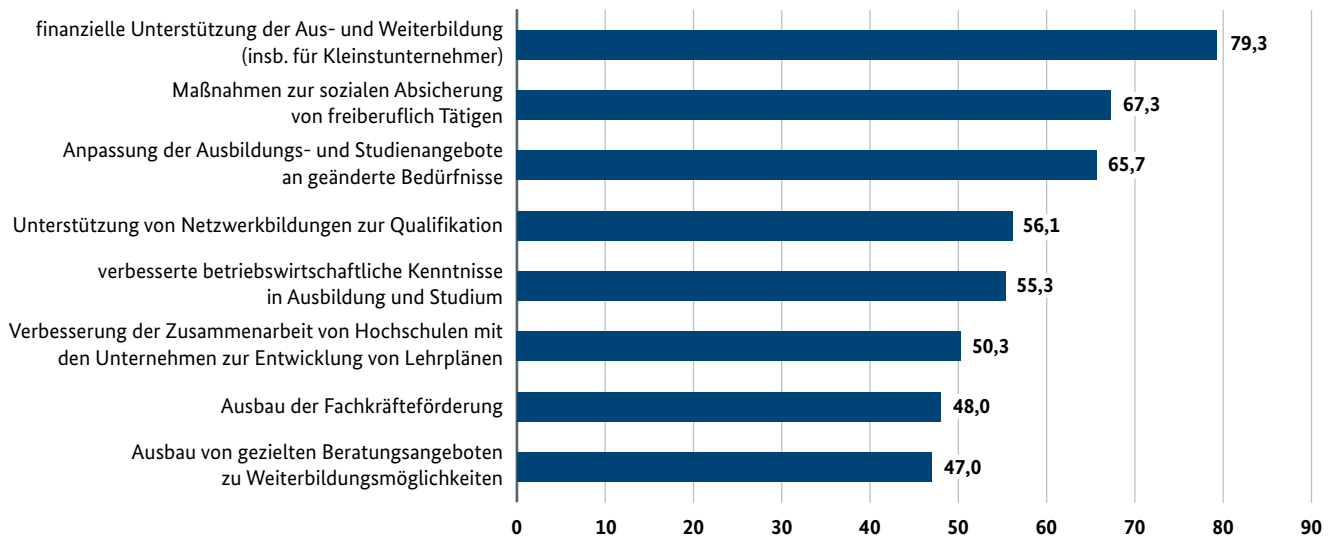
den Kompetenzbereichen. So erkennen die Unternehmen häufig Fortbildungsbedarf im Bereich Datensicherheit (45,1 Prozent) oder der Datenanalyse- und Interpretationsfähigkeit der Mitarbeiter (34,2 Prozent). Und auch weitere Funktionsbereiche wie Marketing oder Logistik sind betroffen, sodass etwa jedes dritte Unternehmen die Notwendigkeit von Weiterbildung im Umgang mit sozialen Medien oder bei der Implementierung digitaler Vertriebsstrategien sieht. Nichtsdestotrotz besteht auch weiterhin Fortbildungsbedarf in den klassischen Bereichen Projektmanagement (42,7 Prozent) oder betriebswissenschaftlicher Kenntnisse (40,9 Prozent).

Abbildung 3.6: Wahrgenommener Fortbildungsbedarf im eigenen Unternehmen (Anteil der Unternehmen in Prozent)

Lesehilfe: Bei den Softwarekenntnissen der Mitarbeiter sehen 49,3 Prozent der Unternehmen Fortbildungsbedarf.

Quelle: ZEW-Unternehmensumfrage, 1. Halbjahr 2017.

Abbildung 3.7: Zentrale Herausforderungen im Themenbereich Arbeit und Qualifikation
(Anteil der Unternehmen in Prozent)



Anmerkung: Anteil der Unternehmen in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft in Prozent. Mehrfachnennungen möglich.

Lesehilfe: 47,0 Prozent sehen im Ausbau gezielter Beratungsangebote zu Weiterbildungsmöglichkeiten eine der zentralen Herausforderungen im Themenbereich Arbeit und Qualifikation für die Zukunft.

Quelle: ZEW-Unternehmensumfrage, 1. Halbjahr 2017.

Dem erkannten Fortbildungsbedarf stehen oftmals Umsetzungsprobleme entgegen. Zu den häufigsten Hemmnisfaktoren gehören hier klar die primären Kosten solcher Maßnahmen, die für 62,2 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu hoch sind. Die sekundären Personalausfallkosten spielen für 20,9 Prozent eine entscheidende Rolle. Mit diesen hohen Kosten verbunden, schätzen 54,0 Prozent der Unternehmen die Unterstützung von staatlicher Stelle als unzureichend ein. Häufig haben die Unternehmen auch Schwierigkeiten damit, geeignete Weiterbildungsangebote zu finden (42,9 Prozent) oder deren Nutzen und möglichen Erfolg einzuschätzen (33,2 Prozent). Eher gering ausgeprägt sind Einschränkungen aufgrund fehlender Motivation der Mitarbeiter oder der Furcht vor einer erhöhten Mitarbeiterfluktuation nach der Weiterbildung.

Zentrale Herausforderungen im Themenbereich Arbeit und Qualifikation

Die Kultur- und Kreativunternehmen sehen sich mit einigen Herausforderungen im Themenbereich Arbeit und Qualifikation konfrontiert. Demnach besteht eine zentrale Herausforderung in der finanziellen Unterstützung von Aus- und Weiterbildung. So sehen 79,3 Prozent der

Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft die finanzielle Unterstützung der Aus- und Weiterbildung als entscheidend an (siehe Abbildung 3.7). Hinzu kommt ein Anteil von 65,7 Prozent der Unternehmen, die die Anpassung der Ausbildungs- und Studienangebote an geänderte Bedürfnisse als zukünftige Herausforderung identifizieren. In der stark von Selbständigen und freiberuflich Tätigen geprägten Kultur- und Kreativwirtschaft stehen Maßnahmen zur sozialen Absicherung freiberuflich Tätiger mit einem Anteil von 67,3 Prozent ebenfalls bei zwei Drittel der Unternehmen stark im Fokus. In welchem Ausmaß die Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zukünftigen Herausforderungen ausgesetzt sind, zeigt sich auch daran, dass selbst die am geringsten verbreiteten Herausforderungen immerhin von knapp der Hälfte der Unternehmen als relevant eingestuft werden. So wünschen sich etwa 48 Prozent der Unternehmen den Ausbau der Fachkräfteförderung oder den Ausbau von gezielten Beratungsangeboten zu Weiterbildungsmöglichkeiten.

4 Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

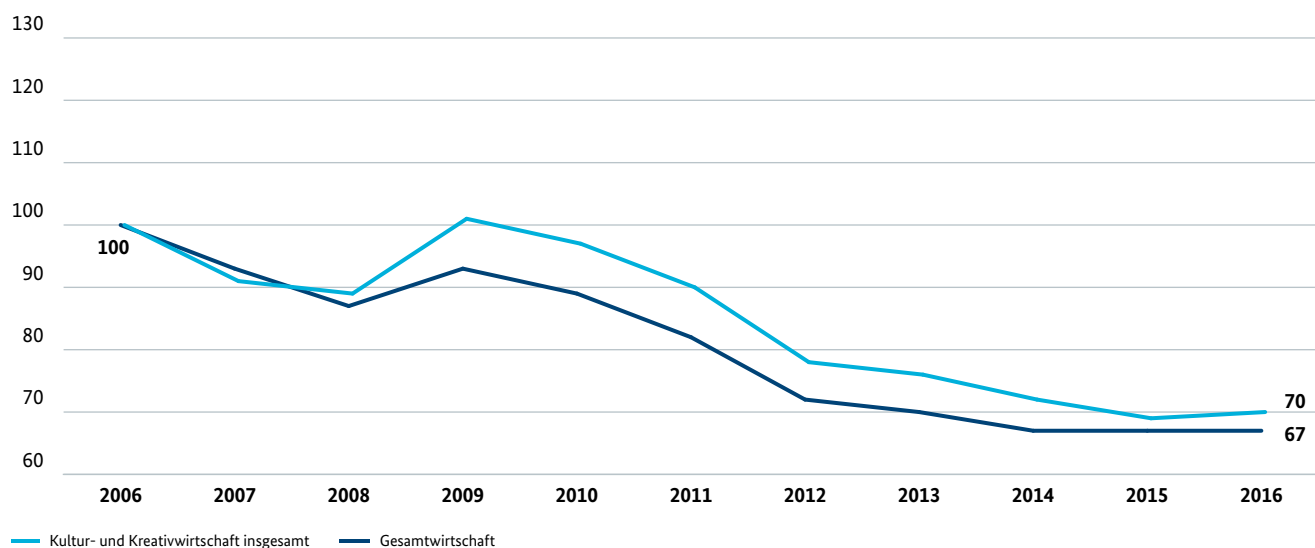
Unternehmensgründungen sind für die Dynamik eines Wirtschaftssektors und die Erneuerung der Produkt- und Dienstleistungsangebote von großer Bedeutung. Neue Unternehmen bringen meist auch neue Ideen in den Markt. In den folgenden Kennzahlen werden nur Gründungen erfasst, die einen gewissen Mindestumfang an wirtschaftlichen Aktivitäten aufweisen. Markteintritte durch Selbständige und Freiberufler werden nur dann berücksichtigt, wenn deren Tätigkeit vergleichbar ist mit einer unternehmerischen Tätigkeit durch eine Personen- oder Kapitalgesellschaft. Selbständige, die im Rahmen von Werkverträgen für Auftraggeber kulturelle oder kreative Tätigkeiten erbringen und dabei nur in sehr begrenztem Umfang eigenes Kapital einsetzen (abgesehen von ihrem Humankapital) und nur in Teilen über unternehmerische Freiheiten verfügen, bleiben dabei in der Regel unberücksichtigt. Solche „Freischaffenden“ sind insbesondere im Markt für darstellende Künste, im Pressemarkt sowie in der Musik- und Filmwirtschaft anzutreffen. In anderen Teilmärkten wie zum Beispiel dem Architekturmarkt sind freie Berufe weit verbreitet.

Im Jahr 2016 wurden in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland laut Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) des ZEW etwa 9.900 wirtschaftsaktive Unternehmen neu gegründet. Die Anzahl der neu gegründeten Unterneh-

men stieg im Vergleich zum Vorjahr leicht an. Damit wurde eine sechsjährige Periode fallender Gründungszahlen beendet. Gleichwohl liegt die Anzahl der Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2016 um 30 Prozent unter dem Niveau des Jahres 2006 (siehe Abbildung 4.1). Die Kultur- und Kreativwirtschaft folgt damit dem deutschlandweiten Trend abnehmender Gründungszahlen, der seit 2010 zu beobachten ist. Der Anstieg der Gründungszahlen im Jahr 2009 war u. a. durch die Einführung der Unternehmergesellschaft bedingt. Damals haben viele Selbständige diese Variante der Rechtsform der GmbH gewählt, da sie faktisch keine Stammkapitaleinlage erfordert. Im Vergleich zum Gründungsgeschehen in Deutschland insgesamt zeigt sich für die Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2008 zunächst eine etwas günstigere Entwicklung. Allerdings ging in den Jahren 2014 und 2015 die Anzahl der neu gegründeten Unternehmen relativ stärker zurück als in Deutschland insgesamt. Im Jahr 2016 konnte sich die Kultur- und Kreativwirtschaft leicht vom deutschlandweiten Trend absetzen.

Die Gründungsdynamik unterscheidet sich deutlich nach Teilmärkten. Der einzige Teilmarkt, in dem die Gründungstätigkeit im Zeitraum 2006 – 2016 zugenommen hat, ist die Software- und Games-Industrie (siehe Abbildung 4.2). Hier wurden 2016 um 34 Prozent mehr Unternehmen gegrün-

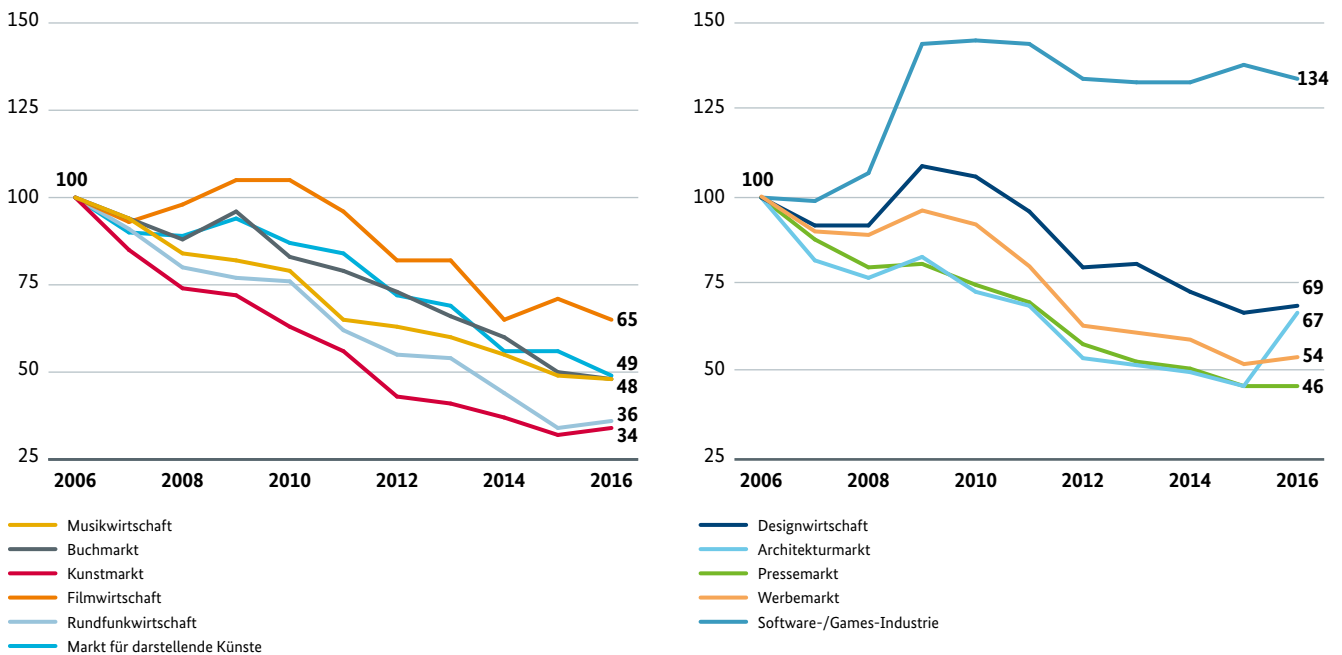
Abbildung 4.1: Anzahl der Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und in der Gesamtwirtschaft in Deutschland 2006 – 2016 (Indexreihe, 2006 = 100)



Lesehilfe: Im Jahr 2016 belief sich die Anzahl der Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf 70 Prozent des Werts des Jahres 2006.

Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel, ZEW, 2017.

Abbildung 4.2: Gründungsdynamik in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland nach Teilmärkten 2006 – 2016
(Indexreihe, 2006 = 100)



Lesehilfe: Von 2006 bis 2016 sind die Gründungszahlen in der Software- und Games-Industrie am stärksten angestiegen und lagen im Jahr 2016 um 34 Prozent über dem Wert des Jahres 2006.
Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel, ZEW, 2017.

det als noch 2006. Die höchsten Gründungszahlen wurden in den Jahren 2009 bis 2011 erreicht, seither bewegen sie sich auf einem konstant hohen Niveau. In einigen anderen Teilmärkten stiegen die Gründungszahlen ebenfalls 2009 merklich an, nahmen danach aber zum Teil deutlich ab. Dies gilt für den Werbemarkt, die Designwirtschaft, den Buchmarkt, den Architekturmarkt und die Filmwirtschaft. In den anderen Teilmärkten sind die Gründungszahlen nach 2006 fast in jedem Jahr rückläufig. Besonders stark nahmen sie im Kunstmarkt und in der Rundfunkwirtschaft ab. Im Jahr 2016 stiegen die Gründungszahlen in einigen Teilmärkten im Vergleich zum Vorjahr an. Dies gilt besonders stark für den Architekturmarkt. Leichte Zunahmen der Gründungszahlen vermelden die Designwirtschaft, der Werbemarkt, der Kunstmarkt und die Rundfunkwirtschaft.

Die Gründungstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist stark auf drei Teilmärkte konzentriert, in denen fast zwei Drittel aller neuen Unternehmen entstehen: Im Jahr 2016 fanden 32 Prozent aller Unternehmensgründungen in der Software- und Games-Industrie statt, 17 Prozent

in der Designwirtschaft und 15 Prozent im Werbemarkt. Weitere Teilmärkte mit einem relativ hohen Anteil an allen Gründungen sind der Architekturmarkt (10 Prozent) sowie die Filmwirtschaft und der Pressemarkt (jeweils etwa 6 Prozent). Die anderen fünf Teilmärkte (sowie die sonstigen Bereiche) stellen zusammen nur rund 14 Prozent aller Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands.

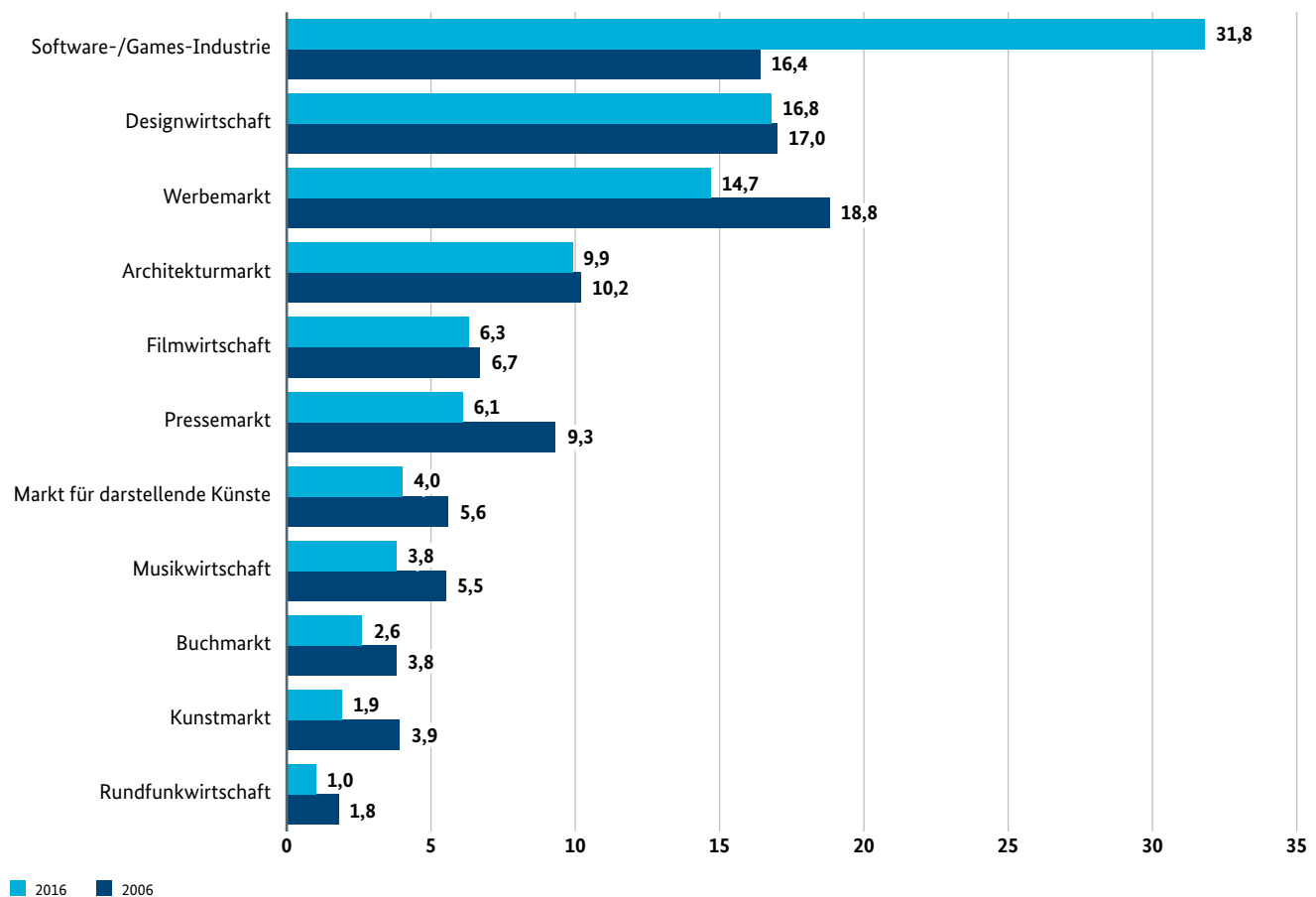
Die Gründungstätigkeit innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich im vergangenen Jahrzehnt stark in Richtung Software- und Games-Industrie verschoben, also hin zu einem Teilmarkt, der primär auf gewerbliche Kunden abzielt. Während 2006 erst gut 16 Prozent aller Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Teilmarkt stattfanden, waren es 2016 fast 32 Prozent (siehe Abbildung 4.3). Deutlich rückläufige Anteile am Gründungsgeschehen weisen der Werbemarkt, der Pressemarkt, der Kunstmarkt, der Buchmarkt, der Markt für darstellende Künste, die Musikwirtschaft und die Rundfunkwirtschaft auf. Die Designwirtschaft, die Filmwirtschaft und der Architekturmarkt konnten ihre Anteile annähernd halten.

Hinter der Verschiebung in Richtung Software- und Games-Industrie steht in erster Linie der Trend der Digitalisierung. Dieser eröffnet zahllose neue Möglichkeiten, um kreative Geschäftsideen in Verbindung mit Softwarelösungen umzusetzen. Viele neu gegründete Unternehmen in dieser Branche spezialisieren sich dabei auf die Programmierung neuer Digitalisierungsanwendungen, von Web-Lösungen über Apps bis hin zu Online-Plattformen.

Um die Gründungstätigkeit zwischen den einzelnen Teilmärkten und mit anderen Branchen vergleichen zu können, kann die Gründungsrate herangezogen werden. Sie setzt die Zahl der Unternehmensgründungen zum Bestand der wirtschaftsaktiven Unternehmen in Bezug und gibt

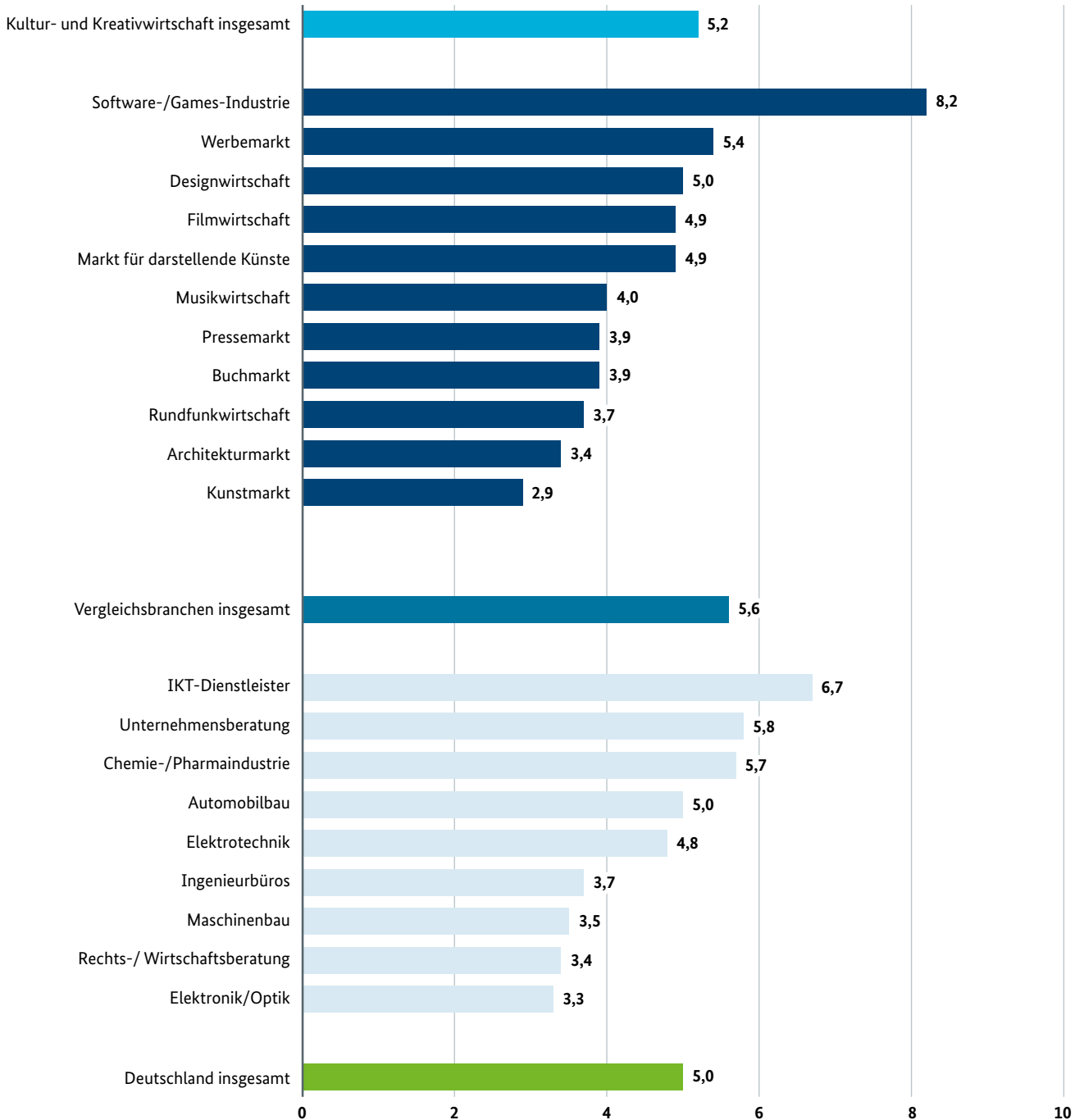
Auskunft, in welchem Tempo sich der Unternehmensbestand durch Neugründungen erneuert. In der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands lag die Gründungsrate im Mittel der Jahre 2014 – 2016 unverändert bei 5,2 Prozent und damit geringfügig über dem Niveau der Gesamtwirtschaft (5,0 Prozent, siehe Abbildung 4.4). In den Vergleichsbranchen war die Gründungsrate mit 5,6 Prozent leicht höher, was primär an einer hohen Gründungsrate bei den IKT-Dienstleistern sowie vergleichsweise hohen Gründungsraten in der Chemie- und Pharmaindustrie und der Unternehmensberatung liegt.

Abbildung 4.3: Anteil von Teilmärkten an allen Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2006 und 2016 (in Prozent)



Lesehilfe: In der Software- und Games-Industrie ist der Anteil an den Gründungen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft von 16,4 Prozent im Jahr 2006 auf 31,8 Prozent im Jahr 2016 gestiegen.
Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel, ZEW, 2017.

Abbildung 4.4: Gründungsraten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2014/2016 nach Teilmärkten und im Vergleich (in Prozent)



Anmerkung: Gründungsrate entspricht Anzahl Unternehmensgründungen in Prozent des Unternehmensbestands, Mittelwert der Jahre 2014 – 2016.

Lesehilfe: In der Kultur- und Kreativwirtschaft lag die Gründungsrate im Mittel der Jahre 2014 bis 2016 bei 5,2 Prozent.

Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel, ZEW, 2017.

5 Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich

Die Kultur- und Kreativwirtschaft unterscheidet sich gerade dadurch von anderen Wirtschaftszweigen, dass wenig Standardprodukte und -dienstleistungen angeboten werden. Zudem sind viele Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft zugleich Vorleistungen für andere Wirtschaftszweige, die auf Innovationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zurückgreifen. Die Erfassung der Innovationsleistung ist insgesamt schwierig, da die entwickelte Indikatorik die Spezifika der Kultur- und Kreativwirtschaft nur begrenzt abbildet (siehe Box „Methodische Hinweise“).

Methodische Einordnung der Innovationsergebnisse

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

Die Kultur- und Kreativwirtschaft unterscheidet sich außerdem dadurch von anderen Wirtschaftszweigen, dass wenig Standardprodukte und -dienstleistungen angeboten werden. Oft ist jedes einzelne Produkt und jede einzelne Dienstleistung eine kreative Leistung. Man könnte somit sagen, dass in der Kultur- und Kreativwirtschaft alles Innovation ist. Hingegen zielt der ökonomische Innovationsbegriff nicht primär darauf ab, ob ein konkretes Marktangebot von bisherigen Marktangeboten abweicht. Eine Innovation liegt dann vor, wenn ein Unternehmen sein Leistungsangebot oder seinen Leistungserstellungsprozess so verändert, dass mit dem neuen Produkt bzw. der neuen Dienstleistung eine merkliche Verbesserung für die Nutzer oder eine merkliche Verbesserung für das Unternehmen selbst erzielt wird.

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

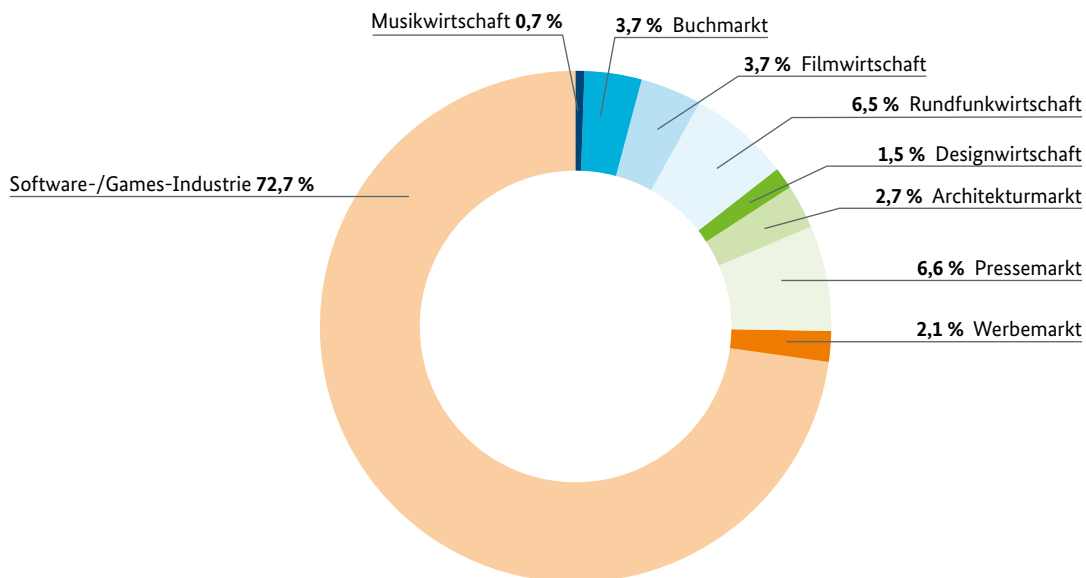
Ein häufig genutzter Indikator zur Messung der Ressourcen, die Unternehmen für Innovationsaktivitäten bereitstellen, ist die Höhe der Innovationsausgaben. Die Innovationsausgaben umfassen alle finanziellen Aufwendungen und Investitionen, die für die Entwicklung und Einführung von Produkt- und Prozessinnovationen anfallen.¹¹

Im Durchschnitt der Jahre 2014/2015 beliefen sich die Innovationsausgaben der Unternehmen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft¹² auf 4,75 Milliarden Euro. Knapp drei Viertel dieser Innovationsausgaben (siehe Abbildung 5.1) entfallen dabei auf den Teilmarkt Software und Games (wovon wiederum mehr als 99 Prozent der Softwareindustrie zuzurechnen sind). Bedeutendere Innovationsausgaben weisen außerdem der Pressemarkt (6,6 Prozent an den gesamten Innovationsausgaben der Kultur- und Kreativwirtschaft), die Rundfunkwirtschaft (6,5 Prozent), die Filmwirtschaft (3,7 Prozent), der Buchmarkt (3,7 Prozent), der Architekturmarkt (2,7 Prozent) und der Werbemarkt (2,1 Prozent) auf. Die Innovationsausgaben der Teilmärkte Designwirtschaft und Musikwirtschaft sind mit deutlich unter 100 Millionen Euro pro Jahr sehr niedrig.

Im Vergleich zum Zeitraum 2012/13 (4,87 Milliarden Euro) haben die Innovationsausgaben der Kultur- und Kreativwirtschaft leicht abgenommen (-2,4 Prozent). Steigende Innovationsausgaben verzeichneten die Teilmärkte Pressemarkt, Architekturmarkt, Buchmarkt und Designwirtschaft, während in der Rundfunkwirtschaft, der Filmwirtschaft und im Werbemarkt die Innovationsbudgets reduziert wurden. In der Software- und Games-Industrie blieben die Innovationsausgaben zwischen 2012/13 und 2014/15 nahezu unverändert. Die rund 4,8 Milliarden Euro

- 11 Zu den Innovationsausgaben zählen sämtliche internen und externen Forschungs- und Entwicklungsausgaben (FuE-Ausgaben, auch solche, die nicht direkt für konkrete Produkt- und Prozessinnovationen getätigt werden), Ausgaben für die Anschaffung von Kapitalgütern und Software für Innovationen, Ausgaben für den Erwerb von externem Wissen und gewerblichen Schutzrechten, innovationsbezogene Aufwendungen für Weiterbildung, Marketing, Design, Konstruktion, Testen und Prüfen, Aufwendungen für die Produktions- und Vertriebsvorbereitung für Innovationen sowie alle weiteren Aufwendungen, die für Innovationen anfallen (z. B. Konzeption, Bewertung von Innovationsideen, Innovationsmanagement).
- 12 Für die Kultur- und Kreativwirtschaft können auf Basis einer Sonderauswertung der deutschen Innovationserhebung Innovationsindikatoren für neun der elf Teilmärkte berechnet werden, wobei für einzelne Teilmärkte nicht alle ihnen angehörenden Wirtschaftszweige abgebildet werden können. Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft werden wie folgt berücksichtigt (einbezogene Wirtschaftszweige in Klammern): Musikwirtschaft (nur 59.2 und 32.2), Buchmarkt (nur 58.11 und 18.14), Kunstmarkt (nicht berücksichtigt), Filmwirtschaft (nur 59.1), Rundfunkwirtschaft (nur 60), Markt für darstellende Künste (nicht berücksichtigt), Designwirtschaft (nur 32.12, 74.1 und 74.2), Architekturmarkt (nur 71.11 und 71.11.2 zur Gänze hier erfasst), Pressemarkt (nur 58.12, 58.13, 58.14, 58.19 und 63.91), Werbemarkt (vollständig berücksichtigt, 73.11 zur Gänze hier erfasst), Software- und Games-Industrie (vollständig berücksichtigt). Die in diesem Kapitel dargestellten Gesamtwerte für die Kultur- und Kreativwirtschaft enthalten auch nur die eben erwähnten Wirtschaftszweige.

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



Lesehilfe: 72,7 Prozent der Innovationsausgaben der Kultur- und Kreativwirtschaft entfallen auf die Software- und Games-Industrie. Mittelwert der Jahre 2014/15.

Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2017.

an jährlichen Innovationsausgaben der Branche entsprechen 3,1 Prozent der gesamten Innovationsausgaben der deutschen Wirtschaft.¹³

Betrachtet man die Innovationsausgaben als Anteil am gesamten Umsatz eines Teilmarktes bzw. einer Branche, erhält man die Innovationsintensität. Insgesamt erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft 2014/15 eine Innovationsintensität von 4,2 Prozent (siehe Abbildung 5.2). Gegenüber 2012/13 fiel die Quote leicht um 0,1 Prozentpunkte. Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft weist die Software- und Games-Industrie den mit weitem Abstand höchsten Wert auf (9,4 Prozent), gefolgt von den Teilmärkten Buchmarkt, Designwirtschaft, Filmwirtschaft, Architekturmarkt und Rundfunkwirtschaft, die zwischen 2,4 und 2,8 Prozent ihres Umsatzes für Innovationsvorhaben aufwenden.

Die Innovationsintensität der Kultur- und Kreativwirtschaft ist niedriger als in den Industriebranchen, jedoch höher als in den meisten Dienstleistungsbranchen, ausgenommen die Branche der IKT-Dienstleister, die mit einer Innovationsintensität von gut 6 Prozent einen um die Hälfte höheren Wert aufweist.

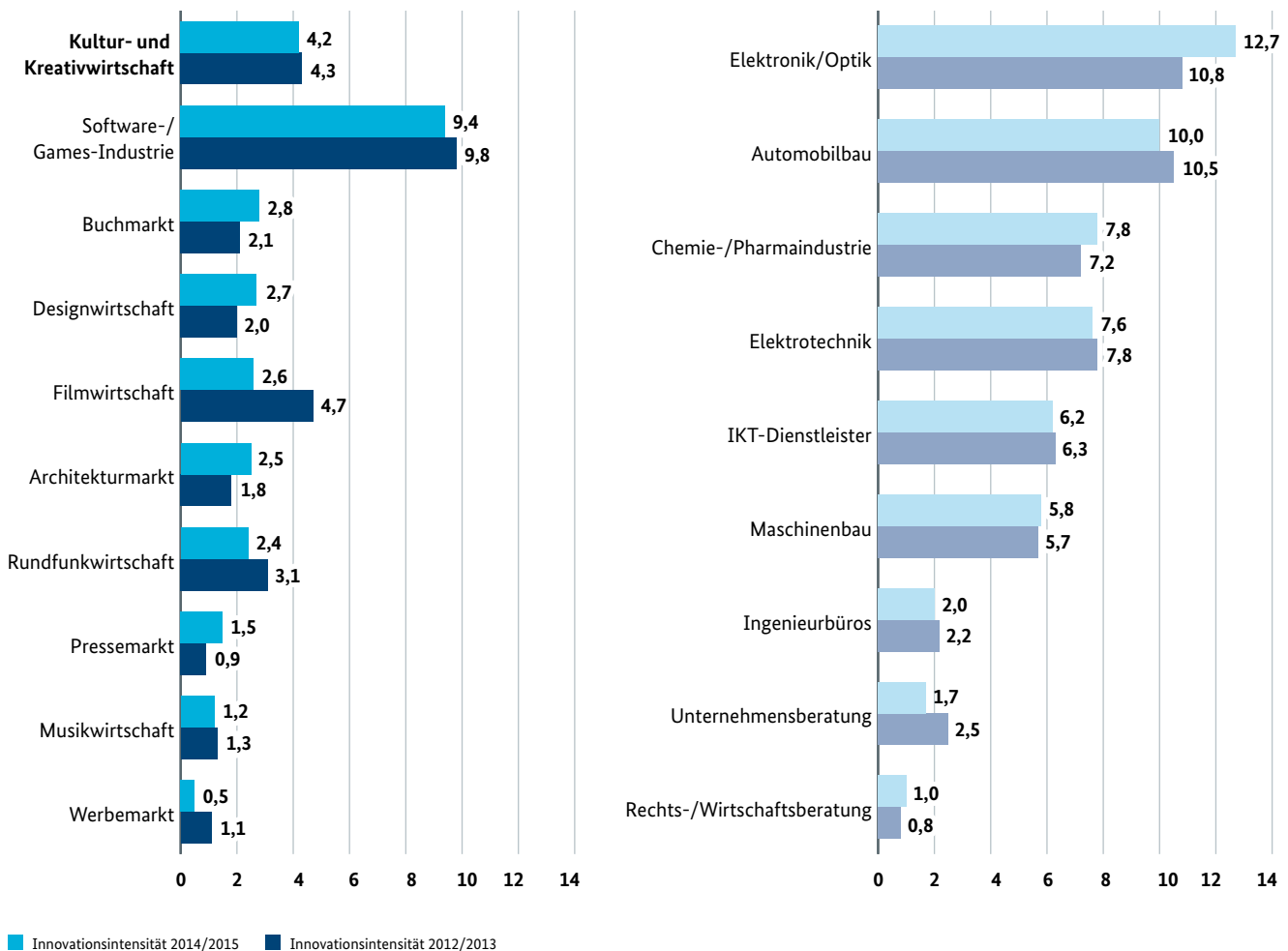
Zwischen 2012/13 und 2014/15 hat sich die Innovationsintensität in den Teilmärkten mit steigenden Innovationsausgaben (Buchmarkt, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt) durchweg erhöht. Dies bedeutet, dass die Ausweitung der Innovationsbudgets nicht primär durch ein Markt- und Nachfragewachstum getrieben war, sondern dass die Unternehmen bei nur wenig veränderten Umsätzen insgesamt mehr in Innovationsprojekte investiert haben.

13 In Bezug auf die in der Innovationsstatistik erfassten Branchen, nämlich die Wirtschaftszweige 5 – 39, 46, 49 – 53, 58 – 66, 69 – 74, 78 – 82.

Ein weiterer Indikator zur Beurteilung der Verbreitung innovationsbasierter Geschäftsstrategien in einer Branche ist die Innovatorenquote. Sie gibt den Anteil der Unternehmen an, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest eine Produkt- oder Prozessinnovation eingeführt haben, d.h. ihr Leistungsangebot und ihren Leistungserstellungsprozess merklich verbessert oder in Richtung neuer Kundenbedürfnisse erweitert haben. In der Kultur- und Kreativwirtschaft traf dies im Zeitraum 2014/15 auf knapp jedes zweite Unternehmen zu. Drei Teilmärkte weisen Innovatorenquoten deutlich über dem Durchschnittswert der Kultur- und Kreativwirtschaft (49 Prozent) auf, nämlich Musikwirtschaft (65 Prozent), Buchmarkt (58 Prozent) und die Software- und Games-Industrie

(65 Prozent, siehe Abbildung 5.3). In den Teilmärkten Filmwirtschaft und Pressemarkt zählt etwa jedes zweite Unternehmen zur Gruppe der Innovatoren. Eine eher geringe Verbreitung von innovationsbasierten Geschäftsstrategien ist im Werbemarkt (39 Prozent), der Rundfunkwirtschaft (34 Prozent), im Architekturmarkt (29 Prozent) und in der Designwirtschaft (27 Prozent) zu beobachten. Diese niedrigen Werte bedeuten natürlich nicht, dass die Unternehmen in diesen Märkten nicht kreativ wären und nach neuen Lösungen suchten. Allerdings findet die Kreativität überwiegend im Rahmen bestehender Geschäftsmodelle und einer Ausrichtung auf dieselben Kundengruppen und -bedürfnisse sowie unter Einsatz etablierter interner Prozesse und Abläufe statt.

Abbildung 5.2: Innovationsintensität in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und im Vergleich zu anderen Branchen (Anteil am Umsatz in Prozent)

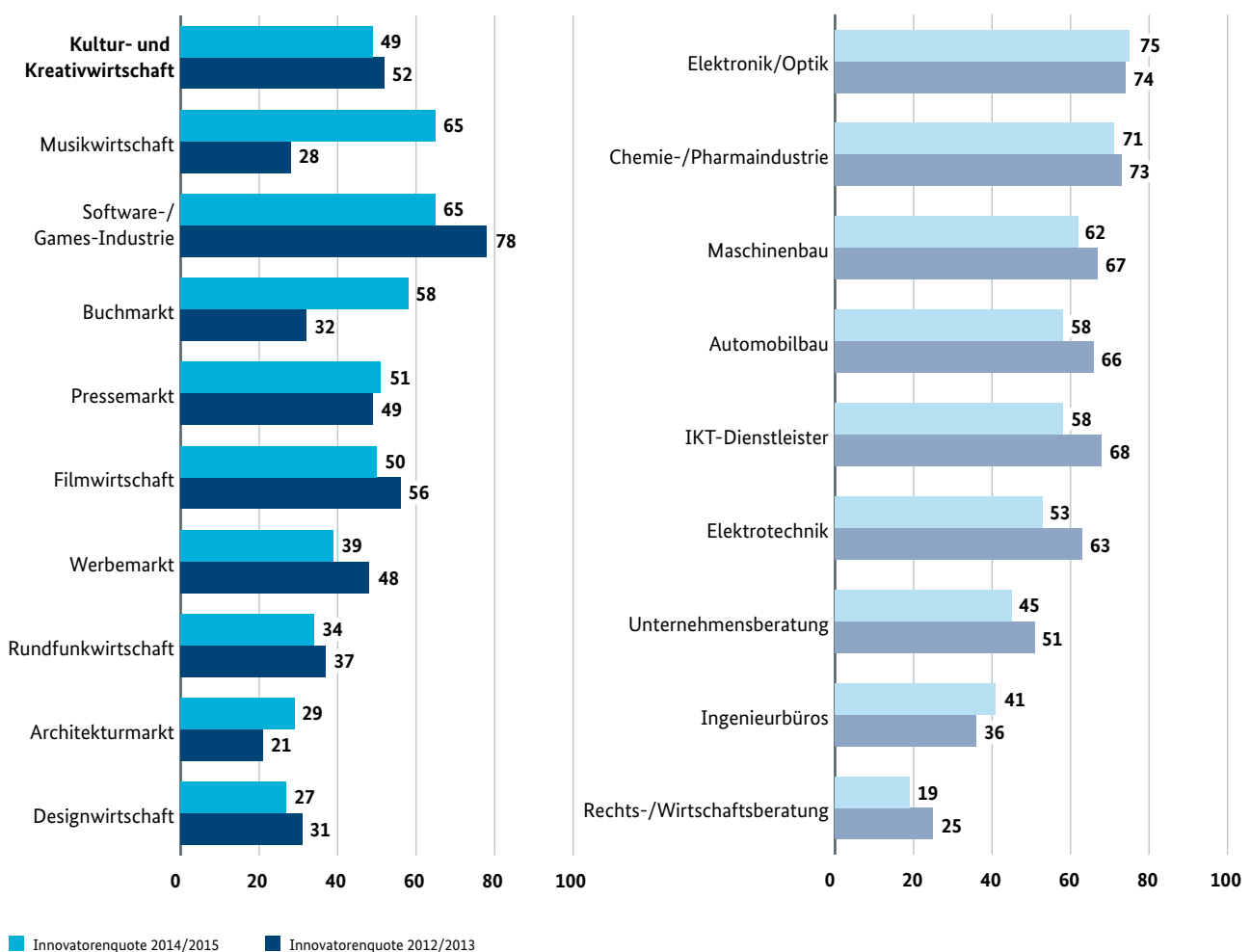


Lesehilfe: In der Software- und Games-Industrie betrug die Innovationsintensität, d. h. die Innovationsausgaben in Prozent des Umsatzes, im Durchschnitt der Jahre 2014/15 9,4 Prozent.
 Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2017.

Die Innovatorenquote von 49 Prozent bedeutet im Branchenvergleich ein niedrigeres Niveau als in der forschungsintensiven Industrie, in der zwischen 53 und 75 Prozent der Unternehmen innerhalb eines Dreijahreszeitraums neue Produkte oder Prozesse eingeführt haben. In den Dienstleistungsbranchen, die als Vergleichsmaßstab dienen, weisen die IKT-Dienstleister eine deutlich höhere Quote (58 Prozent) und die Unternehmensberatungen eine etwas niedrigere Quote (45 Prozent) auf, während die Rechts- und Steuerberater seltener eine innovationsbasierte Geschäftsstrategie verfolgen.

Die Innovatorenquote ging in der Kultur- und Kreativwirtschaft von 52 Prozent in den Jahren 2012/13 auf 49 Prozent in 2014/15 leicht zurück. Der Rückgang fällt schwächer aus als in den meisten Vergleichsbranchen. Eine steigende Innovatorenquote ist nur in der Elektronik/Optik und bei den Ingenieurbüros zu beobachten. Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft nahm die Innovatorenquote in drei Teilmärkten deutlich zu: Musikwirtschaft, Buchmarkt und Architekturmarkt. Im Pressemarkt gab es einen leichten Anstieg. Deutliche Rückgänge verzeichneten der Werbemarkt und die Software- und Games-Industrie.

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



Lesehilfe: 49 Prozent aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft haben im Durchschnitt der Jahre 2014/15 zumindest eine Produkt- oder Prozessinnovation eingeführt.
Quelle: Mannheimer Innovationspanel, ZEW, 2017.

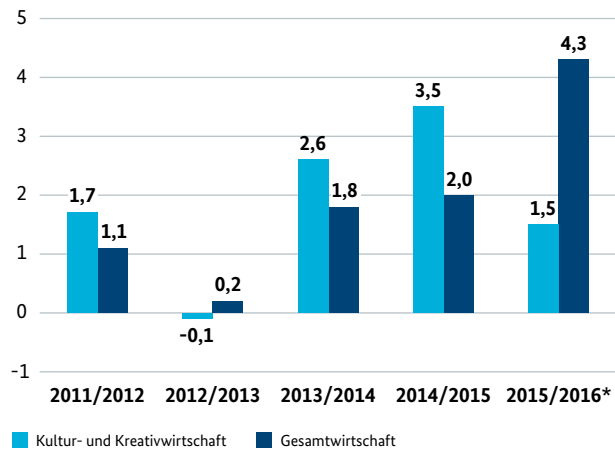
6 Zusammenfassung

Im Jahr 2016 nimmt der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft gegenüber dem Vorjahr um geschätzte 1,5 Prozent zu. Er bleibt damit allerdings deutlich hinter der gesamtwirtschaftlichen Umsatzentwicklung zurück, die im Jahr 2016 einen (ebenfalls geschätzten) Anstieg um 4,3 Prozent verzeichnete (siehe Abbildung 6.1). Nach zwei Jahren in Folge ist damit im vergangenen Jahr erstmals wieder das gesamtwirtschaftliche Umsatzwachstum größer als das Umsatzwachstum in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Weiterhin positive Umsatzentwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate in Höhe von 1,8 Prozent für den Zeitraum 2011 bis 2016 ist die Umsatzentwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft auch längerfristig positiv. Allerdings ist die Entwicklung in den einzelnen Teilmärkten recht unterschiedlich (siehe Abbildung 6.2). Über den Zeitraum 2011 bis 2016 weist die Musikwirtschaft mit 5,5 Prozent die höchste durchschnittliche jährliche Wachstumsrate auf. Auf den weiteren Plätzen folgen die Rundfunkwirtschaft (4,8 Prozent), die Software- und Games-Industrie (4,7 Prozent) und der Markt für darstellende Künste (4,5 Prozent) mit Umsatzwachstumsraten von mehr als 4 Prozent

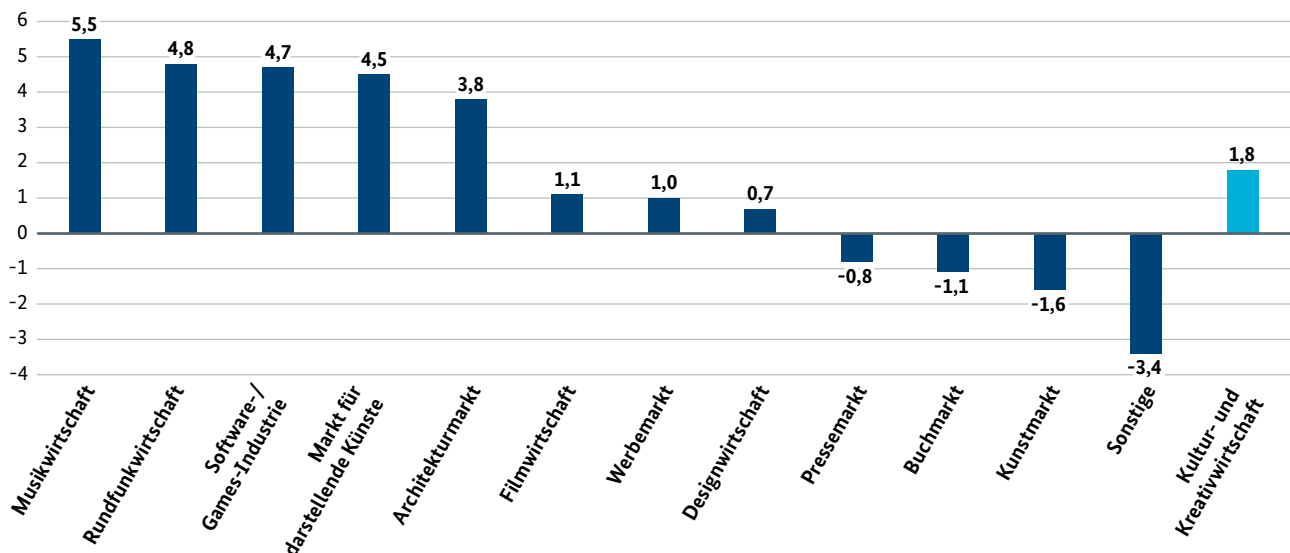
Abbildung 6.1: Entwicklung des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



Lesehilfe: Der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2011 und 2012 um 1,7 Prozent und in der Gesamtwirtschaft um 1,1 Prozent gestiegen.
Anmerkung: *Werte für 2016 basieren auf Schätzungen.
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

jährlich. Ebenfalls positive Wachstumswerte zwischen 3,8 und 0,7 Prozent erzielen der Architekturmarkt, die Filmwirtschaft, der Werbemarkt und die Designwirtschaft. Der Pressemarkt, der Buchmarkt und der Kunstmarkt verzeichnen negative jährliche Wachstumsraten in Höhe von -0,8, -1,1 und -1,6 Prozent.

Abbildung 6.2: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011 – 2016* in Prozent)



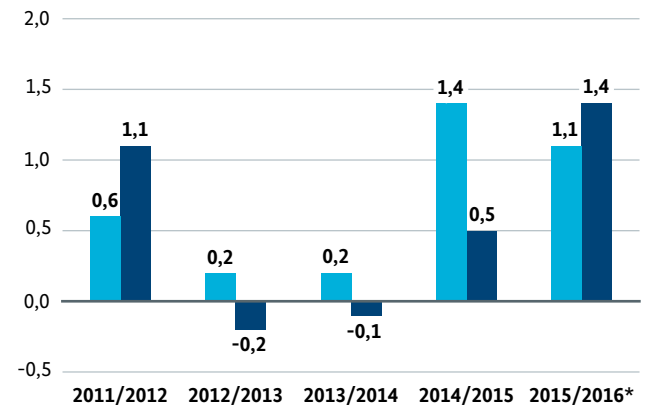
Lesehilfe: Der Umsatz in der Musikwirtschaft ist im Zeitraum von 2011 bis 2016 um jährlich 5,5 Prozent gewachsen.
Anmerkung: *Werte für 2016 basieren auf Schätzungen.
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

Entwicklung der Anzahl an Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf gesamtwirtschaftlichem Niveau

Im Jahr 2016 ist die Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zum Vorjahr etwas weniger stark gestiegen als in der Gesamtwirtschaft. Während die Kultur- und Kreativwirtschaft ein Wachstum beim Unternehmensbestand von 1,1 Prozent verzeichnen konnte, lag die gesamtwirtschaftliche Rate bei 1,4 Prozent (siehe Abbildung 6.3). Damit kehrt sich der Trend der letzten Jahre um, dass der Unternehmensbestand in der Kultur- und Kreativwirtschaft weniger stark wächst als in der Gesamtwirtschaft. Zuletzt gab es im Jahr 2012 eine gesamtwirtschaftlich höhere Wachstumsrate als in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Im Zeitraum 2011 bis 2016 ist die Zahl der Kultur- und Kreativunternehmen um durchschnittlich 0,7 Prozent pro Jahr gewachsen (siehe Abbildung 6.4). Überdurchschnittlich hoch waren die Zunahmen in der Software- und Games-Industrie mit 4,4 Prozent. Dieser Teilmarkt verzeichnet korrespondierend dazu schon seit Jahren die höchste Gründungsaktivität im Vergleich aller Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe auch Kapitel 4). Mit Abstand aber immer noch mit einer überdurchschnittlichen Entwicklung folgen dann der Markt für darstellende Künste

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



■ Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Gesamtwirtschaft

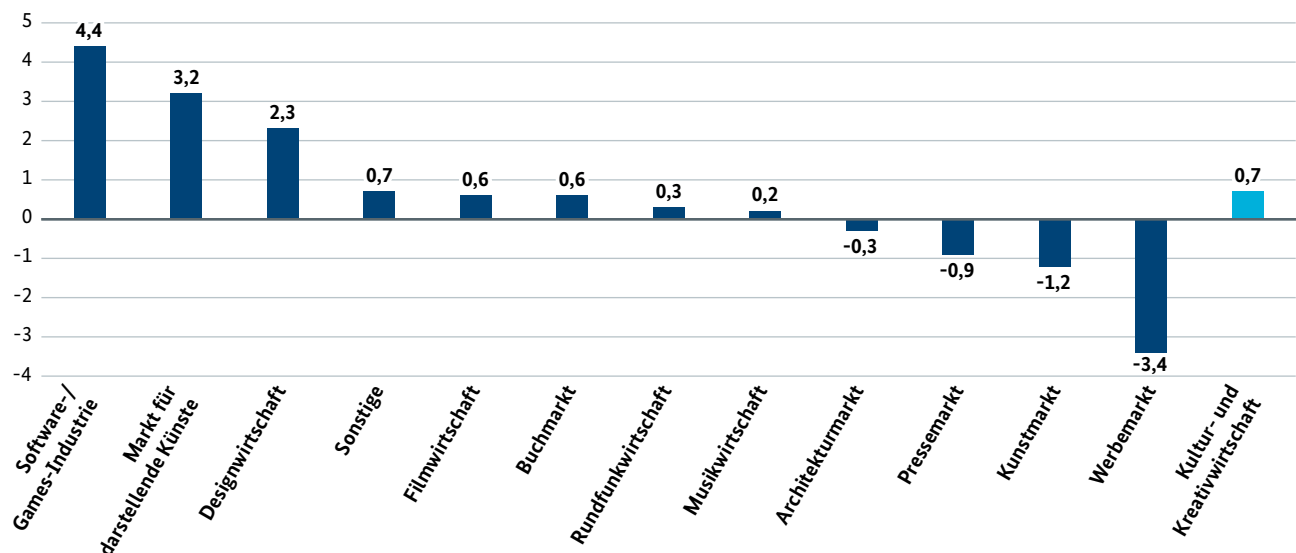
Lesehilfe: Zwischen 2011 und 2012 nahm die Anzahl der Unternehmen in der Gesamtwirtschaft um 1,1 Prozent und in der Kultur- und Kreativwirtschaft um 0,6 Prozent zu.

Anmerkung: *Werte für 2016 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

mit einem langfristigen durchschnittlichen Wachstum der Unternehmensanzahl von 3,2 Prozent und die Designwirtschaft mit 2,3 Prozent. Alle weiteren Teilmärkte bewegen sich unterhalb der branchendurchschnittlichen Entwicklung von 0,7 Prozent, wobei der Architekturmarkt, der

Abbildung 6.4: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011 – 2016* in Prozent)

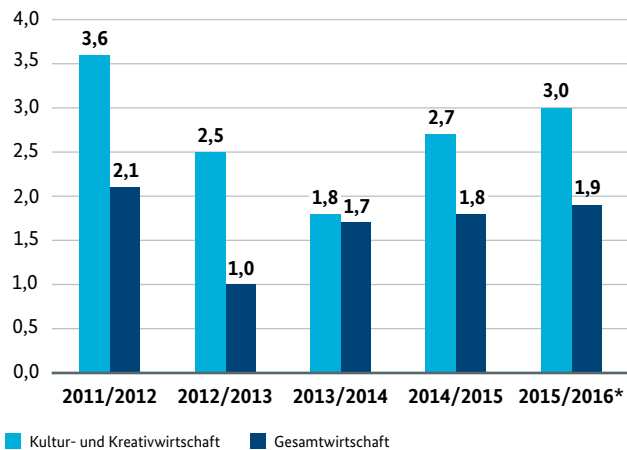


Lesehilfe: Die Anzahl der Unternehmen in der Filmwirtschaft hat im Zeitraum 2011 bis 2016 um durchschnittlich 0,6 Prozent pro Jahr zugelegt.

Anmerkung: *Werte für 2016 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 6.5: Entwicklung der Kernerwerbstätigen (Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



Legende: ■ Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Gesamtwirtschaft
 Lesehilfe: Die Anzahl der Kernerwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft ist zwischen 2012 und 2013 um 1,0 Prozent gestiegen, in der Kultur- und Kreativwirtschaft lag der Anstieg bei 2,5 Prozent.
 Anmerkung: *Werte für 2016 basieren teilweise auf Schätzungen.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b, Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

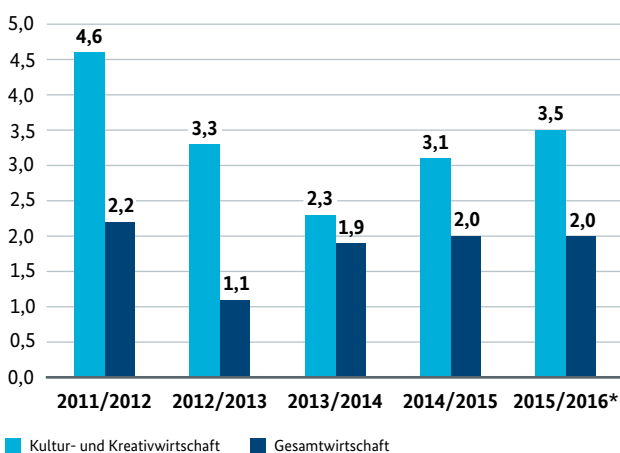
Pressemarkt, der Kunstmarkt und der Werbemarkt sogar negative jährliche Wachstumsraten verzeichnen.

Sozialversicherungspflichtige Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter auf dem Vormarsch

Seit dem Jahr 2010 ist zu beobachten, dass die sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse in der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker wachsen, als dies in der Gesamtwirtschaft der Fall ist. Im vergangenen Jahr stieg die Anzahl der Beschäftigten mit sozialversicherungspflichtigen Jobs in der Kultur- und Kreativwirtschaft um 3,5 Prozent, während in der Gesamtwirtschaft eine Zunahme von nur 2,0 Prozent zu beobachten war (siehe Abbildung 6.6).

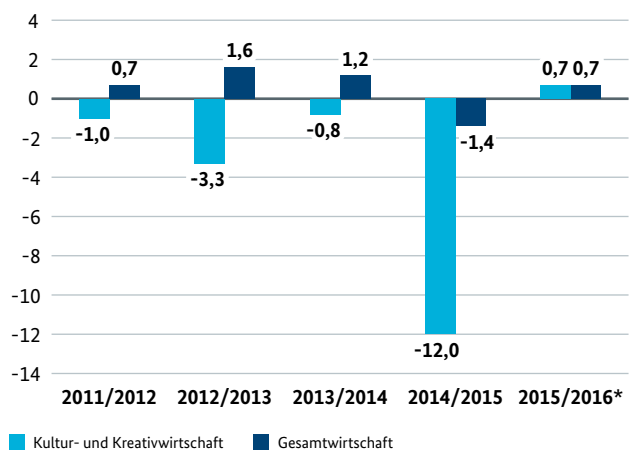
Die geringfügige Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft hat nach dem deutlichen Rückgang im Jahr 2015 um 12,0 Prozent nun wieder leicht um 0,7 Prozent im Jahr 2016 zugenommen (siehe Abbildung 6.7). Damit liegt die Entwicklung bei dieser Beschäftigungsart auf dem Niveau

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



Legende: ■ Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Gesamtwirtschaft
 Lesehilfe: Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2012 und 2013 um 3,3 Prozent gestiegen. Gesamtwirtschaftlich war im selben Zeitraum ein Anstieg der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung von 1,1 Prozent zu verzeichnen.
 Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Berechnungen ZEW.

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



Legende: ■ Kultur- und Kreativwirtschaft ■ Gesamtwirtschaft
 Lesehilfe: Die Anzahl der geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2012 und 2013 um 3,3 Prozent gesunken, während sie in der Gesamtwirtschaft um 1,6 Prozent gestiegen ist.
 Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

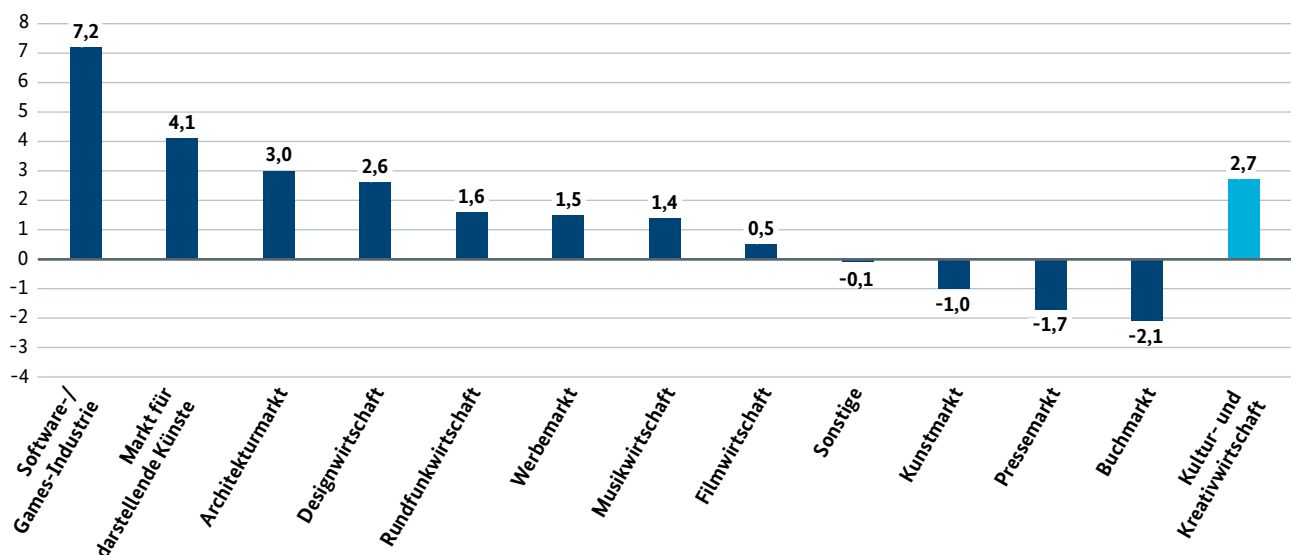
der Gesamtwirtschaft. Weiterhin deutlich rückgängig ist die geringfügige Beschäftigung im Pressemarkt (-6,1 Prozent, nicht dargestellt) und in der Filmwirtschaft (-3,6 Prozent, nicht dargestellt), wohingegen sie in der Designwirtschaft und im Werbemarkt stark zugelegt hat.

Auch im Jahr 2016 hat die Kernerwerbstätigkeit (Summe der Selbständigen und sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten) in der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich stärker zugelegt als in der Gesamtwirtschaft. Während gesamtwirtschaftlich gesehen ein Plus von 1,9 Prozent zu verzeichnen war, lag die Zunahme in der Kultur- und Kreativwirtschaft bei 3,0 Prozent und damit beim stärksten Anstieg seit dem Jahr 2012 (siehe Abbildung 6.5). Die Gesamterwerbstätigkeit (Kernerwerbstätige und geringfügig Erwerbstätige) ist 2016 nach einem leichten Rückgang im Vorjahr ebenfalls wieder gestiegen und liegt mit einem

Wert von 2,1 Prozent deutlich über dem gesamtwirtschaftlichen Anstieg von 1,5 Prozent (beide Werte nicht dargestellt).

Bezogen auf die Kernerwerbsquote nimmt die Zahl der Selbständigen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Zeitraum 2011 bis 2016 durchschnittlich um jährlich 2,7 Prozent zu (siehe Abbildung 6.8). Zu dieser Entwicklung trägt in erster Linie die Software- und Games-Industrie mit einer jährlichen Wachstumsrate von 7,2 Prozent bei. Mit deutlichem Abstand folgen dann der Markt für darstellende Künste (4,1 Prozent) und der Architekturmarkt (3,0 Prozent), die sich beide in den letzten Jahren noch überdurchschnittlich entwickelt haben. Die Teilmärkte für Kunst, Presse und Buch verzeichnen negative Wachstumsraten hinsichtlich der Kernerwerbstätigkeit.

Abbildung 6.8: Entwicklung der Kernerwerbstätigen (Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft
(Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011 – 2016* in Prozent)



Lesehilfe: Die Kernerwerbstätigkeit in der Designwirtschaft hat im Zeitraum 2011 bis 2016 um durchschnittlich 2,6 Prozent pro Jahr zugelegt.

Anmerkung: *Werte für 2016 basieren teilweise (bezüglich der Umsatzsteuerstatistik) auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

Gründungsaktivität wieder leicht ansteigend

Im vergangenen Jahr wurden in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland laut Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) etwa 9.900 wirtschaftsaktive Unternehmen neu gegründet. Die Anzahl an Neugründungen stieg damit im Vergleich zum Vorjahr leicht an. Damit wurde eine sechsjährige Periode fallender Gründungszahlen beendet. Insbesondere im Architekturmarkt konnte die Zahl der Gründungen deutlich zulegen, aber auch die Designwirtschaft, der Werbemarkt, der Kunstmarkt und die Rundfunkwirtschaft vermelden eine positive Entwicklung auf Jahresfrist.

Betrachtet man die längerfristige Gründungsdynamik, unterscheidet sich diese deutlich nach Teilmärkten. Der einzige Teilmarkt, in dem die Gründungstätigkeit im Zeitraum 2006 – 2016 zugenommen hat, ist die Software- und Games-Industrie. Hier wurden 2016 um 34 Prozent mehr Unternehmen gegründet als noch 2006. Die höchsten Gründungszahlen wurden in den Jahren 2009 bis 2011 erreicht, seither bewegen sie sich auf einem konstant hohen Niveau. In einigen anderen Teilmärkten stiegen die Gründungszahlen ebenfalls 2009 merklich an, nahmen danach aber zum Teil deutlich ab. Dies gilt für den Werbemarkt, die Designwirtschaft, den Buchmarkt, den Architekturmarkt und die Filmwirtschaft. In den anderen Teilmärkten sind die Gründungszahlen nach 2006 fast in jedem Jahr rückläufig. Besonders stark nahmen sie im Kunstmarkt und in der Rundfunkwirtschaft ab.

Software- und Games-Industrie dominiert weiterhin die Innovationsaktivitäten in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Knapp drei Viertel der Innovationsausgaben von 4,75 Milliarden Euro der Kultur- und Kreativwirtschaft entfallen auf einen einzigen Teilmarkt, die Software- und Games-Industrie (72,7 Prozent). Bedeutendere Ausgaben für Innovationsprojekte weisen außerdem der Pressemarkt (6,6 Prozent), die Rundfunkwirtschaft (6,5 Prozent), die Filmwirtschaft (3,7 Prozent), der Buchmarkt (3,7 Prozent), der Architekturmarkt (2,7 Prozent) und der Werbemarkt (2,1 Prozent) auf.

Ein Indikator zur Beurteilung der Verbreitung innovativer Geschäftsstrategien in einer Branche ist die Innovatorenquote. Sie gibt den Anteil der Unternehmen

an, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest eine Produkt- oder Prozessinnovation eingeführt haben, d. h. ihr Leistungsangebot und ihren Leistungserstellungsprozess merklich verbessert oder in Richtung neuer Kundenbedürfnisse erweitert haben. In der Kultur- und Kreativwirtschaft traf dies im Zeitraum 2014/15 auf knapp jedes zweite Unternehmen zu. Drei Teilmärkte weisen Innovatorenquoten deutlich über dem Durchschnittswert der Kultur- und Kreativwirtschaft (49 Prozent) auf, nämlich die Musikwirtschaft (65 Prozent), der Buchmarkt (58 Prozent) und die Software- und Games-Industrie (65 Prozent). In den Teilmärkten Filmwirtschaft und Pressemarkt zählt etwa jedes zweite Unternehmen zur Gruppe der Innovatoren. Eine eher geringe Verbreitung von innovationsbasierten Geschäftsstrategien ist im Werbemarkt (39 Prozent), der Rundfunkwirtschaft (34 Prozent), im Architekturmarkt (29 Prozent) und in der Designwirtschaft (27 Prozent) zu beobachten. Diese niedrigen Werte bedeuten natürlich nicht, dass die Unternehmen in diesen Märkten nicht kreativ wären und nach neuen Lösungen suchten. Allerdings findet die Kreativität überwiegend im Rahmen bestehender Geschäftsmodelle und einer Ausrichtung auf dieselben Kundengruppen und -bedürfnisse sowie unter Einsatz etablierter interner Prozesse und Abläufe statt.

Arbeit und Qualifikation in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Flexible Arbeitsformen, wie mobile Arbeitskonzepte, die Beschäftigung freier Mitarbeiter im Unternehmen oder das Angebot flexibler Arbeitszeitmodelle sowie flexibler Arbeitsplatzmodelle, sind unterschiedlich stark verbreitet in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das mobile Arbeiten, also die Arbeit von unterwegs oder beim Kunden, ist mit einem Anteil von 73 Prozent der Unternehmen insgesamt am weitesten verbreitet. Dahinter folgen in klarer Abstufung flexible Arbeitszeitmodelle (67 Prozent), die Beschäftigung freier Mitarbeiter (55 Prozent) und flexible Arbeitsplatzmodelle (42 Prozent). Die Verbreitung der einzelnen flexiblen Arbeitsformen hängt wesentlich vom betrachteten Teilmarkt ab, denn die Nutzungsanteile variieren teilweise erheblich.

Obwohl eine Mehrzahl an Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im vergangenen Jahr keine freien Stellen zu besetzen hatte, geben immerhin noch 22 Prozent aller Kultur- und Kreativunternehmen an, dass sie im Jahr 2016

Schwierigkeiten bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern hatten. Am häufigsten waren davon Unternehmen aus der Software- und Games-Industrie betroffen.

Um auch in Zukunft den Bedarf an gut qualifizierten Beschäftigten zu decken, verfolgen die Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft unterschiedliche Strategien. An erster Stelle steht dabei die Flexibilisierung der Arbeitszeit, welche 38 Prozent der Unternehmen als erfolgversprechende Strategie zur Sicherung einer qualifizierten Belegschaft ansehen. An zweiter Stelle folgt das verstärkte Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten (37 Prozent). Allerdings ermöglichen schon heute viele Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ihren Beschäftigten die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen.

Fazit

Die wirtschaftlichen Eckdaten in der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickeln sich in der Summe, also für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft, weitestgehend positiv. Einzelne Indikatoren, wie beispielsweise die Anzahl an Kernerwerbstätigen oder die Bruttowertschöpfung, zeigen einen im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft überdurchschnittlichen Verlauf. In anderen Bereichen, wie beispielsweise bei der Umsatzentwicklung, liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft hinter der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zurück. Insbesondere die weiterhin überdurchschnittlich positive Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse stellt eine erfreuliche Entwicklung dar.

Hinter dieser Gesamtbetrachtung stehen aber auch weiterhin sehr unterschiedliche Entwicklungspfade in den einzelnen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Langfristig gesehen befinden sich die Teilmärkte für Kunst, Buch und Presse am unteren Ende der Entwicklungsskala, während sich insbesondere der Teilmarkt für Software und Games recht positiv entwickelt. Wirtschaftspolitische Maßnahmen sollten neben der Betrachtung der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft auch die unterschiedlichen Charakteristika der Produkte und Dienste in den einzelnen Teilmärkten, und die sich daraus ergebenden unterschiedlichen Marktbedingungen, berücksichtigen.

Handlungsempfehlungen

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

- Die Aus- und Weiterbildung von Beschäftigten insbesondere in Kleinstunternehmen stärker unterstützen, um den sich vor dem Hintergrund der Digitalisierung ändernden Qualifikationsbedarf decken zu können.
- Beratungsangebote zu möglichen Qualifikations- und Weiterbildungsmöglichkeiten ausbauen sowie Plattformen für die Bildung von Netzwerken für die Qualifikation fördern.
- Die Diskussion zur Anpassung der Ausbildungs- und Studienangebote an geänderte Bedürfnisse intensivieren und Kooperationen zwischen Kultur- und Kreativunternehmen und Ausbildungsinstitutionen sowie Hochschulen bei der (Weiter-)Entwicklung von Lehrplänen unterstützen.
- Maßnahmen zur sozialen Absicherung freiberuflich Tätiger prüfen und gegebenenfalls weiterentwickeln.

7 Anhang

7.1 Ausführliche Tabellen

Tabelle 7.1: Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) nach Teilmärkten: Anzahl der Unternehmen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft	13.723	13.894	13.796	13.811	13.759	14.057	14.013
2. Buchmarkt	16.481	16.702	16.828	16.811	16.798	17.079	17.204
3. Kunstmarkt	13.464	13.422	13.203	13.153	12.794	12.752	12.634
4. Filmwirtschaft	17.956	18.199	18.282	18.440	18.267	18.624	18.765
5. Rundfunkwirtschaft	17.751	18.128	18.154	18.159	18.074	18.179	18.397
6. Markt für darstellende Künste	15.402	15.982	16.497	17.004	17.473	18.249	18.728
7. Designwirtschaft	50.111	52.439	53.676	54.454	55.624	57.127	58.845
8. Architekturmarkt	40.159	40.702	40.762	40.205	40.040	39.849	40.179
9. Pressemarkt	33.564	33.498	33.131	32.557	32.119	32.341	31.943
10. Werbemarkt	35.330	34.577	33.448	32.107	30.855	30.221	29.139
11. Software- und Games-Industrie	28.527	30.413	31.915	33.365	34.725	35.933	37.757
12. Sonstige	7.506	7.736	7.751	7.812	7.775	7.887	8.014
Summe mit Doppelzählung	289.974	295.692	297.442	297.877	298.302	302.298	305.619
Doppelte Wirtschaftszweige	50.440	51.402	51.627	51.525	51.336	51.859	52.416
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	239.534	244.290	245.816	246.353	246.967	250.439	253.203
Gesamtwirtschaft	3.165.286	3.215.095	3.250.319	3.243.538	3.240.221	3.255.537	3.302.224
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>7,57%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,56%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,62%</i>	<i>7,69%</i>	<i>7,67%</i>

Anmerkung: *Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.2: Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) nach Teilmärkten: Umsätze (in Millionen Euro), 2010 bis 2016*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft	6.270	6.639	7.099	7.674	7.896	8.178	8.691
2. Buchmarkt	14.182	14.255	14.032	13.737	13.686	13.657	13.514
3. Kunstmarkt	2.332	2.341	2.316	2.292	2.091	2.170	2.156
4. Filmwirtschaft	8.925	9.283	9.228	9.060	9.328	9.844	9.796
5. Rundfunkwirtschaft	7.671	7.905	8.327	8.942	9.378	9.578	9.992
6. Markt für darstellende Künste	3.478	3.742	3.909	3.971	4.262	4.502	4.668
7. Designwirtschaft	18.243	18.353	18.535	18.338	18.566	19.078	19.041
8. Architekturmarkt	8.031	8.708	8.813	9.130	9.554	10.236	10.503
9. Pressemarkt	31.398	31.711	31.931	31.065	30.657	30.133	30.505
10. Werbemarkt	25.714	24.929	24.965	25.175	26.130	27.033	26.242
11. Software- und Games-Industrie	26.496	28.442	29.642	29.418	31.619	34.362	35.829
12. Sonstige	1.588	1.652	1.587	1.531	1.418	1.381	1.391
Summe mit Doppelzählung	154.327	157.960	160.385	160.332	164.586	170.151	172.328
Doppelte Wirtschaftszweige	16.993	16.990	17.047	17.178	17.691	18.084	17.961
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	137.333	140.970	143.338	143.155	146.895	152.067	154.367
Gesamtwirtschaft	5.240.997	5.687.179	5.752.249	5.765.567	5.870.875	5.989.743	6.247.449
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>2,62%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,49%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,50%</i>	<i>2,54%</i>	<i>2,47%</i>

Anmerkung: *Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.3: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Bruttowertschöpfung (in Milliarden Euro), 2010 bis 2016*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft	4,7	4,9	5,4	5,8	5,9	6,2	6,6
2. Buchmarkt	4,8	5,1	5,1	5,1	5,2	5,2	5,3
3. Kunstmarkt	1,4	1,3	1,3	1,4	1,3	1,4	1,3
4. Filmwirtschaft	8,5	8,7	8,7	7,7	7,8	8,4	8,2
5. Rundfunkwirtschaft	7,3	7,5	8,0	7,7	7,9	8,2	8,5
6. Markt für darstellende Künste	6,4	6,5	6,8	7,0	7,1	7,4	7,6
7. Designwirtschaft	9,4	9,5	9,7	10,1	9,7	10,1	10,3
8. Architekturmarkt	4,7	5,0	5,1	5,7	5,9	6,7	6,8
9. Pressemarkt	11,2	12,2	12,5	12,5	12,8	12,8	13,5
10. Werbemarkt	11,2	10,8	10,8	11,6	11,2	11,4	11,3
11. Software- und Games-Industrie	17,3	20,0	21,8	23,5	25,3	26,7	29,2
12. Sonstige	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2
Summe mit Doppelzählung	88,1	92,7	96,5	99,3	101,2	105,6	109,8
Doppelte Wirtschaftszweige	9,7	9,8	9,9	10,5	10,6	10,8	11,0
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	78,4	82,9	86,6	88,8	90,7	94,9	98,8
Gesamtwirtschaft	2.321,7	2.428,1	2.478,6	2.542,7	2.639,8	2.740,2	2.831,9
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>3,38%</i>	<i>3,41%</i>	<i>3,49%</i>	<i>3,49%</i>	<i>3,43%</i>	<i>3,46%</i>	<i>3,49%</i>

Anmerkung: *Schätzungen. Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Destatis, 2017c; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.4: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Kernerwerbstätige, 2010 bis 2016*

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft	46.698	46.633	46.536	47.496	47.940	48.496	50.037
2. Buchmarkt	76.860	79.503	78.855	78.165	75.917	73.048	71.673
3. Kunstmarkt	19.161	18.944	18.910	18.791	18.248	18.177	18.045
4. Filmwirtschaft	57.313	57.771	57.636	57.089	57.427	58.866	59.342
5. Rundfunkwirtschaft	38.881	39.691	39.868	41.351	41.689	42.477	42.919
6. Markt für darstellende Künste	33.225	34.122	35.386	37.889	38.805	40.278	41.769
7. Designwirtschaft	125.878	128.425	131.768	134.274	137.262	141.297	145.822
8. Architekturmarkt	101.897	105.088	107.754	110.166	112.777	116.695	122.044
9. Pressemarkt	163.305	161.092	158.876	156.098	152.407	150.380	148.138
10. Werbemarkt	137.006	138.883	140.434	140.558	142.976	145.863	149.380
11. Software- und Games-Industrie	251.708	268.465	299.433	321.086	337.923	358.800	380.953
12. Sonstige	14.991	15.184	15.434	15.547	15.104	15.140	15.094
Summe mit Doppelzählung	1.066.923	1.093.800	1.130.890	1.158.510	1.178.475	1.209.516	1.245.216
Doppelte Wirtschaftszweige	114.403	117.023	119.120	121.243	122.441	124.589	128.170
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	952.520	976.777	1.011.770	1.037.267	1.056.034	1.084.927	1.117.047
Gesamtwirtschaft	31.131.887	31.858.678	32.530.353	32.859.218	33.414.726	34.026.834	34.675.915
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>3,06%</i>	<i>3,07%</i>	<i>3,11%</i>	<i>3,16%</i>	<i>3,16%</i>	<i>3,19%</i>	<i>3,22%</i>

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

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.5: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB), 2010 bis 2016

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft	32.975	32.739	32.740	33.685	34.181	34.439	36.024
2. Buchmarkt	60.379	62.801	62.027	61.354	59.119	55.969	54.469
3. Kunstmarkt	5.697	5.522	5.708	5.639	5.454	5.425	5.411
4. Filmwirtschaft	39.357	39.572	39.354	38.649	39.160	40.242	40.577
5. Rundfunkwirtschaft	21.130	21.563	21.714	23.192	23.615	24.298	24.522
6. Markt für darstellende Künste	17.823	18.140	18.889	20.885	21.332	22.029	23.041
7. Designwirtschaft	75.767	75.986	78.093	79.821	81.639	84.170	86.978
8. Architekturmarkt	61.738	64.386	66.992	69.961	72.737	76.846	81.865
9. Pressemarkt	129.741	127.594	125.745	123.541	120.288	118.039	116.195
10. Werbemarkt	101.676	104.306	106.986	108.451	112.121	115.642	120.241
11. Software- und Games-Industrie	223.181	238.052	267.518	287.721	303.198	322.867	343.196
12. Sonstige	7.485	7.448	7.683	7.735	7.329	7.253	7.079
Summe mit Doppelzählung	776.949	798.108	833.448	860.633	880.173	907.218	939.597
Doppelte Wirtschaftszweige	63.963	65.621	67.494	69.719	71.106	72.731	75.753
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	712.986	732.488	765.954	790.914	809.067	834.488	863.844
Gesamtwirtschaft	27.966.601	28.643.583	29.280.034	29.615.680	30.174.505	30.771.297	31.373.691
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,55%	2,56%	2,62%	2,67%	2,68%	2,71%	2,75%

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.6: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: geringfügig Beschäftigte (GB), 2010 bis 2016

Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft	11.916	12.128	12.671	12.902	13.213	13.423	13.836
2. Buchmarkt	20.920	20.374	19.766	18.959	18.320	17.610	17.172
3. Kunstmarkt	4.472	4.395	4.355	4.290	4.178	4.046	3.988
4. Filmwirtschaft	28.317	26.928	26.368	25.994	24.920	24.185	23.323
5. Rundfunkwirtschaft	2.045	1.750	1.723	1.841	1.842	1.752	1.786
6. Markt für darstellende Künste	13.011	13.715	14.754	15.806	16.450	17.084	17.981
7. Designwirtschaft	66.974	63.977	62.114	61.783	65.410	56.513	60.339
8. Architekturmarkt	18.080	18.391	18.462	19.109	19.369	18.892	18.916
9. Pressemarkt	133.704	131.207	130.370	123.373	113.233	89.870	84.395
10. Werbemarkt	123.173	115.272	110.736	104.008	111.445	95.069	101.685
11. Software- und Games-Industrie	21.196	22.373	23.732	24.841	25.900	25.507	26.921
12. Sonstige	1.773	1.754	1.682	1.652	1.614	1.576	1.634
Summe mit Doppelzählung	445.581	432.264	426.733	414.558	415.894	365.526	371.975
Doppelte Wirtschaftszweige	66.253	63.461	61.777	61.739	65.737	57.475	61.809
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	379.328	368.803	364.956	352.819	350.158	308.051	310.166
Gesamtwirtschaft	7.450.194	7.536.790	7.591.384	7.716.104	7.811.376	7.704.750	7.756.094
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	5,09%	4,89%	4,81%	4,57%	4,48%	4,00%	4,00%

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.7: Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft							
32.20 Herstellung von Musikinstrumenten	1.180	1.197	1.204	1.218	1.216	1.265	1.268
47.59.3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	2.142	2.087	1.998	1.922	1.858	1.809	1.727
47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	282	306	319	333	353	387	399
59.20.1 Tonstudios etc.	539	583	610	634	659	659	704
59.20.2 Tonträgerverlage	390	383	366	376	380	388	372
59.20.3 Musikverlage	1.149	1.134	1.095	1.062	1.075	1.055	1.019
90.01.2 Musik-/Tanzensembles	1.661	1.666	1.560	1.510	1.472	1.505	1.424
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	2.109	2.249	2.395	2.471	2.429	2.547	2.708
90.03.1 Selbständige Musiker/-innen etc.	2.643	2.683	2.695	2.752	2.776	2.924	2.918
90.04.1 Theater-/Konzertveranstalter	1.400	1.378	1.337	1.325	1.335	1.316	1.279
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228	217	208	206	202	195
Teilmarkt insgesamt	13.723	13.894	13.796	13.811	13.759	14.057	14.013
2. Buchmarkt							
18.14 Buchbinderei etc.	1.041	1.010	993	961	909	896	871
47.61 Einzelhandel mit Büchern	4.195	4.137	4.038	3.896	3.803	3.716	3.629
47.79.2 Antiquariate	459	448	429	428	414	407	392
58.11 Buchverlage	2.220	2.243	2.209	2.170	2.117	2.075	2.078
74.30.1 Selbständige Übersetzer/-innen	1.625	1.718	1.811	1.884	1.974	2.088	2.171
90.03.2 Selbständige Schriftsteller/-innen	6.941	7.146	7.348	7.472	7.581	7.897	8.063
Teilmarkt insgesamt	16.481	16.702	16.828	16.811	16.798	17.079	17.204
3. Kunstmarkt							
47.78.3 Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	1.712	1.685	1.632	1.560	1.469	1.425	1.386
47.79.1 Einzelhandel mit Antiquitäten	2.115	2.041	2.007	1.949	1.853	1.786	1.742
90.03.3 Selbständige bildende Künstler/-innen	8.814	8.932	8.892	9.010	8.870	8.949	9.009
91.02 Museumsshops etc.	823	764	672	634	602	592	497
Teilmarkt insgesamt	13.464	13.422	13.203	13.153	12.794	12.752	12.634
4. Filmwirtschaft							
47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	282	306	319	333	353	387	399
59.11 Film-/TV-Produktion	5.253	5.118	4.988	4.894	4.567	4.400	4.310
59.12 Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	767	851	861	856	774	833	881
59.13 Filmverleih und -vertrieb	865	792	711	654	576	556	465
59.14 Kinos	878	865	843	849	834	841	820
77.22 Videotheken	1.201	1.087	969	864	753	653	534
90.01.4 Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	8.710	9.180	9.591	9.990	10.410	10.954	11.356
Teilmarkt insgesamt	17.956	18.199	18.282	18.440	18.267	18.624	18.765



Tabelle 7.7: Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
5. Rundfunkwirtschaft							
60.10 Hörfunkveranstalter	262	255	255	262	262	254	254
60.20 Fernsehveranstalter	88	91	89	94	89	87	90
90.03.5 Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	17.401	17.782	17.810	17.803	17.723	17.838	18.054
Teilmarkt insgesamt	17.751	18.128	18.154	18.159	18.074	18.179	18.397
6. Markt für darstellende Künste							
85.52 Kulturunterricht/Tanzschulen	2.080	2.105	2.111	2.147	2.204	2.269	2.268
90.01.1 Theaterensembles	124	128	131	133	142	166	162
90.01.3 Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	573	546	550	584	588	642	618
90.01.4 Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	8.710	9.180	9.591	9.990	10.410	10.954	11.356
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	2.109	2.249	2.395	2.471	2.429	2.547	2.708
90.04.1 Theater- und Konzertveranstalter	1.400	1.378	1.337	1.325	1.335	1.316	1.279
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	228	228	217	208	206	202	195
90.04.3 Varietés und Kleinkunsth Bühnen	178	168	165	146	159	153	142
Teilmarkt insgesamt	15.402	15.982	16.497	17.004	17.473	18.249	18.728
7. Designwirtschaft							
32.12 Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiede- waren	3.706	3.661	3.603	3.477	3.424	3.314	3.266
71.11.2 Büros für Innenarchitektur	3.185	3.577	3.862	3.987	4.119	4.189	4.591
73.11 Werbegestaltung (Anteil 50%)	17.125	16.702	16.096	15.408	14.761	14.426	13.835
74.10.1 Industrie-, Produkt- und Mode-Design	2.164	2.586	2.975	3.372	3.590	3.792	4.280
74.10.2 Grafik- und Kommunikationsdesign	7.269	8.725	10.054	11.100	12.425	13.598	14.995
74.10.3 Interior Design und Raumgestaltung	7.679	7.773	7.303	6.898	6.661	6.588	6.312
74.20.1 Selbständige Fotografen/-innen	8.983	9.415	9.783	10.212	10.644	11.220	11.566
Teilmarkt insgesamt	50.111	52.439	53.676	54.454	55.624	57.127	58.845
8. Architekturmarkt							
71.11.1 Architekturbüros für Hochbau	27.587	27.554	27.137	26.465	26.084	25.772	25.496
71.11.2 Büros für Innenarchitektur	3.185	3.577	3.862	3.987	4.119	4.189	4.591
71.11.3 Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	4.828	4.990	5.088	5.050	5.083	5.115	5.253
71.11.4 Architekturbüros für Garten- und Landschafts- gestaltung	3.088	3.108	3.156	3.168	3.179	3.198	3.236
90.03.4 Selbständige Restauratoren/-innen	1.471	1.473	1.519	1.535	1.575	1.575	1.604
Teilmarkt insgesamt	40.159	40.702	40.762	40.205	40.040	39.849	40.179



Tabelle 7.7: Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
9. Pressemarkt							
47.62 Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	9.219	8.891	8.563	8.208	8.000	8.256	7.731
58.12 Verlegen von Adressbüchern etc.	200	217	211	212	214	203	212
58.13 Verlegen von Zeitungen	829	826	845	849	835	812	832
58.14 Verlegen von Zeitschriften	1.782	1.741	1.722	1.689	1.643	1.621	1.591
58.19 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.144	3.053	3.002	2.906	2.866	2.799	2.719
63.91 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	989	988	978	890	838	812	803
90.03.5 Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	17.401	17.782	17.810	17.803	17.723	17.838	18.054
Teilmarkt insgesamt	33.564	33.498	33.131	32.557	32.119	32.341	31.943
10. Werbemarkt							
73.11 Werbeagenturen/Werbegestaltung	34.250	33.404	32.191	30.815	29.521	28.851	27.669
73.12 Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/ -flächen	1.080	1.173	1.257	1.292	1.334	1.370	1.470
Teilmarkt insgesamt	35.330	34.577	33.448	32.107	30.855	30.221	29.139
11. Software- und Games-Industrie							
58.21 Verlegen von Computerspielen	354	336	326	295	283	279	259
58.29 Verlegen von sonstiger Software	474	534	529	543	544	532	570
62.01.1 Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	8.256	9.037	9.603	10.073	10.611	11.106	11.805
62.01.9 Sonstige Softwareentwicklung	19.172	20.165	21.042	21.919	22.638	23.300	24.330
63.12 Webportale	271	341	415	535	649	716	793
Teilmarkt insgesamt	28.527	30.413	31.915	33.365	34.725	35.933	37.757
12. Sonstige							
32.11 Herstellung von Münzen	54	54	53	50	45	43	43
32.13 Herstellung von Fantasieschmuck	289	304	303	305	318	327	331
74.30.2 Selbständige Dolmetscher/-innen	466	466	428	413	378	354	338
74.20.2 Fotolabors	6.237	6.456	6.547	6.637	6.638	6.791	6.950
91.01 Bibliotheken und Archive	100	101	81	80	79	73	62
91.03 Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	95	95	92	87	90	92	88
91.04 Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	265	260	247	240	227	207	202
Teilmarkt insgesamt	7.506	7.736	7.751	7.812	7.775	7.887	8.014
Summe mit Doppelzählung	289.974	295.692	297.442	297.877	298.302	302.298	305.619
Doppelte Wirtschaftszweige	50.440	51.402	51.627	51.525	51.336	51.859	52.416
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	239.534	244.290	245.816	246.353	246.967	250.439	253.203
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>7,57%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,56%</i>	<i>7,60%</i>	<i>7,62%</i>	<i>7,69%</i>	<i>7,67%</i>

Anmerkung: *Werte für 2016 geschätzt, basierend auf Vorjahresentwicklung und Konjunkturstatistiken. Minimale Abweichungen in den Teilmarktsummen bzw. Gesamtsummen ergeben sich aufgrund von Rundungsdifferenzen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.8: Umsätze (in Millionen Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft							
32.20 Herstellung von Musikinstrumenten	551	579	592	616	611	628	653
47.59.3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.175	1.207	1.245	1.187	1.227	1.279	1.290
47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	126	140	158	155	154	186	196
59.20.1 Tonstudios etc.	109	125	134	126	119	120	134
59.20.2 Tonträgerverlage	989	1.016	983	866	829	793	781
59.20.3 Musikverlage	549	571	918	1.675	1.666	1.749	2.108
90.01.2 Musik-/Tanzensembles	210	239	233	228	209	224	234
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	402	440	461	501	550	597	621
90.03.1 Selbständige Musiker/-innen etc.	261	274	283	275	308	316	322
90.04.1 Theater-/Konzertveranstalter	1.509	1.644	1.639	1.597	1.766	1.795	1.833
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	389	403	453	447	456	491	519
Teilmarkt insgesamt	6.270	6.639	7.099	7.674	7.896	8.178	8.691
2. Buchmarkt							
18.14 Buchbinderei etc.	836	871	805	786	733	696	688
47.61 Einzelhandel mit Büchern	3.600	3.506	3.551	3.451	3.558	3.866	3.715
47.79.2 Antiquariate	72	70	65	63	56	61	55
58.11 Buchverlage	8.848	8.945	8.754	8.581	8.480	8.133	8.151
74.30.1 Selbständige Übersetzer/-innen	274	295	287	278	293	315	312
90.03.2 Selbständige Schriftsteller/-innen	552	568	570	578	566	585	593
Teilmarkt insgesamt	14.182	14.255	14.032	13.737	13.686	13.657	13.514
3. Kunstmarkt							
47.78.3 Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	660	742	707	729	619	679	704
47.79.1 Einzelhandel mit Antiquitäten	404	432	416	381	324	302	316
90.03.3 Selbständige bildende Künstler/-innen	750	753	765	766	770	784	789
91.02 Museumshops etc.	518	414	428	416	378	405	347
Teilmarkt insgesamt	2.332	2.341	2.316	2.292	2.091	2.170	2.156
4. Filmwirtschaft							
47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	126	140	158	155	154	186	196
59.11 Film-/TV-Produktion	4.489	4.458	4.444	4.418	4.664	4.674	4.608
59.12 Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	153	164	181	240	210	234	259
59.13 Filmverleih und -vertrieb	1.815	1.993	1.752	1.569	1.572	1.630	1.525
59.14 Kinos	1.276	1.419	1.527	1.524	1.488	1.761	1.837
77.22 Videotheken	315	302	296	261	277	309	279
90.01.4 Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	752	806	870	892	964	1.049	1.092
Teilmarkt insgesamt	8.925	9.283	9.228	9.060	9.328	9.844	9.796



Tabelle 7.8: Umsätze (in Millionen Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
5. Rundfunkwirtschaft							
60.10 Hörfunkveranstalter	965	962	969	981	933	942	951
60.20 Fernsehveranstalter	5.487	5.686	6.135	6.747	7.238	7.423	7.831
90.03.5 Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	1.219	1.258	1.223	1.213	1.206	1.212	1.210
Teilmarkt insgesamt	7.671	7.905	8.327	8.942	9.378	9.578	9.992
6. Markt für darstellende Künste							
85.52 Kulturunterricht/Tanzschulen	239	252	265	272	275	290	303
90.01.1 Theaterensembles	54	55	81	91	93	101	118
90.01.3 Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	55	60	57	79	72	89	90
90.01.4 Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	752	806	870	892	964	1.049	1.092
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	402	440	461	501	550	597	621
90.04.1 Theater- und Konzertveranstalter	1.509	1.644	1.639	1.597	1.766	1.795	1.833
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	389	403	453	447	456	491	519
90.04.3 Varietés und Kleinkunsth Bühnen	78	82	84	91	86	89	94
Teilmarkt insgesamt	3.478	3.742	3.909	3.971	4.262	4.502	4.668
7. Designwirtschaft							
32.12 Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	2.531	2.686	2.780	2.336	2.181	2.219	2.295
71.11.2 Büros für Innenarchitektur	485	594	634	669	727	768	845
73.11 Werbegestaltung (Anteil 50%)	12.112	11.704	11.609	11.703	11.868	11.984	11.645
74.10.1 Industrie-, Produkt- und Mode-Design	327	419	475	544	599	625	713
74.10.2 Grafik- und Kommunikationsdesign	627	749	856	954	1.078	1.210	1.315
74.10.3 Interior Design und Raumgestaltung	981	1.040	972	922	922	1.028	977
74.20.1 Selbständige Fotografen/-innen	1.179	1.160	1.209	1.210	1.191	1.244	1.251
Teilmarkt insgesamt	18.243	18.353	18.535	18.338	18.566	19.078	19.041
8. Architekturmarkt							
71.11.1 Architekturbüros für Hochbau	5.765	6.126	6.117	6.316	6.569	7.080	7.138
71.11.2 Büros für Innenarchitektur	485	594	634	669	727	768	845
71.11.3 Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	1.066	1.239	1.288	1.347	1.389	1.486	1.595
71.11.4 Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	543	565	586	603	658	700	710
90.03.4 Selbständige Restauratoren/-innen	171	183	188	196	211	203	215
Teilmarkt insgesamt	8.031	8.708	8.813	9.130	9.554	10.236	10.503

→

Tabelle 7.8: Umsätze (in Millionen Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
9. Pressemarkt							
47.62 Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	3.351	3.381	3.422	3.303	3.275	3.344	3.349
58.12 Verlegen von Adressbüchern etc.	1.415	1.762	1.875	1.825	1.706	1.599	1.914
58.13 Verlegen von Zeitungen	11.183	11.501	11.781	11.396	10.595	10.112	10.655
58.14 Verlegen von Zeitschriften	9.933	9.829	9.934	9.742	9.768	9.708	9.693
58.19 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.785	3.458	3.197	3.120	3.622	3.643	3.196
63.91 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	513	522	497	466	485	515	487
90.03.5 Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	1.219	1.258	1.223	1.213	1.206	1.212	1.210
Teilmarkt insgesamt	31.398	31.711	31.931	31.065	30.657	30.133	30.505
10. Werbemarkt							
73.11 Werbeagenturen/Werbegestaltung	24.223	23.407	23.217	23.406	23.737	23.969	23.290
73.12 Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/ -flächen	1.491	1.522	1.748	1.769	2.394	3.064	2.952
Teilmarkt insgesamt	25.714	24.929	24.965	25.175	26.130	27.033	26.242
11. Software- und Games-Industrie							
58.21 Verlegen von Computerspielen	3.040	2.327	1.743	1.395	336	269	251
58.29 Verlegen von sonstiger Software	429	504	396	425	424	400	387
62.01.1 Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	2.732	3.055	3.179	3.208	3.523	3.955	4.061
62.01.9 Sonstige Softwareentwicklung	19.818	21.997	23.663	23.509	26.489	28.070	29.549
63.12 Webportale	477	559	661	881	847	1.667	1.580
Teilmarkt insgesamt	26.496	28.442	29.642	29.418	31.619	34.362	35.829
12. Sonstige							
32.11 Herstellung von Münzen	118	159	147	160	109	105	131
32.13 Herstellung von Fantasieschmuck	125	128	117	124	131	75	86
74.30.2 Selbständige Dolmetscher/-innen	518	503	449	372	235	232	192
74.20.2 Fotolabors	462	495	509	520	536	559	580
91.01 Bibliotheken und Archive	66	48	43	44	49	55	39
91.03 Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	32	36	35	34	36	36	38
91.04 Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	267	283	288	277	323	319	324
Teilmarkt insgesamt	1.588	1.652	1.587	1.531	1.418	1.381	1.391
Summe mit Doppelzählung	154.327	157.960	160.385	160.332	164.586	170.151	172.328
Doppelte Wirtschaftszweige	16.993	16.990	17.047	17.178	17.691	18.084	17.961
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	137.333	140.970	143.338	143.155	146.895	152.067	154.367
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>2,62%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,49%</i>	<i>2,48%</i>	<i>2,50%</i>	<i>2,54%</i>	<i>2,47%</i>

Anmerkung: *Werte für 2016 geschätzt, basierend auf Vorjahresentwicklung und Konjunkturstatistiken. Minimale Abweichungen in den Teilmarktsummen bzw. Gesamtsummen ergeben sich aufgrund von Rundungsdifferenzen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 7.9: Kernerwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
1. Musikwirtschaft								
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	6.396	6.300	6.379	6.339	6.413	6.352	6.353
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	6.169	6.233	6.291	6.241	6.105	6.081	5.993
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.662	1.627	1.590	1.328	1.265	1.246	1.237
59.20.1	Tonstudios etc.	1.403	1.448	1.513	1.552	1.556	1.549	1.610
59.20.2	Tonträgerverlage	2.550	2.666	2.585	1.891	1.776	1.835	1.565
59.20.3	Musikverlage	3.199	3.095	2.695	2.717	3.224	3.253	3.374
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	6.812	6.312	5.792	5.789	5.814	5.750	6.784
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	5.832	6.146	6.622	6.720	6.950	7.570	8.286
90.03.1	Selbständige Musiker/-innen etc.	2.819	2.865	2.882	2.935	2.944	3.130	3.134
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter	6.365	6.388	6.591	8.419	8.262	8.105	8.260
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.491	3.553	3.596	3.565	3.631	3.625	3.440
Teilmarkt insgesamt		46.698	46.633	46.536	47.496	47.940	48.496	50.037
2. Buchmarkt								
18.14	Buchbinderei etc.	11.366	10.896	10.795	10.114	9.923	9.551	8.594
47.61	Einzelhandel mit Büchern	27.926	29.938	29.152	28.527	26.560	23.634	22.072
47.79.2	Antiquariate	776	765	752	767	741	719	722
58.11	Buchverlage	24.804	25.422	25.261	25.426	24.892	24.619	25.212
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	4.692	4.960	5.160	5.419	5.708	6.027	6.314
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	7.296	7.522	7.735	7.912	8.093	8.498	8.759
Teilmarkt insgesamt		76.860	79.503	78.855	78.165	75.917	73.048	71.673
3. Kunstmarkt								
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	3.539	3.310	3.289	3.182	3.067	3.100	3.086
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	3.438	3.399	3.423	3.362	3.174	3.015	2.918
91.02	Museumsshops etc.	10.160	10.265	10.254	10.360	10.128	10.183	10.246
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	2.024	1.969	1.944	1.888	1.879	1.879	1.795
Teilmarkt insgesamt		19.161	18.944	18.910	18.791	18.248	18.177	18.045
4. Filmwirtschaft								
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	1.662	1.627	1.590	1.328	1.265	1.246	1.237
59.11	Film-/TV-Produktion	25.524	25.529	26.114	25.766	26.286	26.492	27.057
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	5.384	5.576	5.002	4.901	4.917	4.977	4.878
59.13	Filmverleih und -vertrieb	3.291	3.182	2.946	2.954	2.895	2.716	2.647
59.14	Kinos	8.581	8.694	8.696	8.813	8.594	9.582	9.579
77.22	Videotheken	3.608	3.445	3.115	2.743	2.426	2.206	1.801
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	9.263	9.718	10.173	10.584	11.044	11.647	12.143
Teilmarkt insgesamt		57.313	57.771	57.636	57.089	57.427	58.866	59.342



Tabelle 7.9: Kernerwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
5. Rundfunkwirtschaft							
60.10 Hörfunkveranstalter	13.601	13.741	13.437	14.028	14.230	15.067	15.079
60.20 Fernsehveranstalter	7.007	7.305	7.719	8.661	8.879	8.710	8.785
90.03.5 Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	18.273	18.645	18.712	18.662	18.579	18.700	19.055
Teilmarkt insgesamt	38.881	39.691	39.868	41.351	41.689	42.477	42.919
6. Markt für darstellende Künste							
85.52 Kulturunterricht/Tanzschulen	4.708	4.918	5.155	5.386	5.592	5.922	6.135
90.01.1 Theaterensembles	1.340	1.214	1.214	1.056	1.056	1.080	1.126
90.01.3 Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	1.286	1.262	1.106	1.194	1.222	1.275	1.352
90.01.4 Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen	9.263	9.718	10.173	10.584	11.044	11.647	12.143
90.02 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	5.832	6.146	6.622	6.720	6.950	7.570	8.286
90.04.1 Theater- und Konzertveranstalter	6.365	6.388	6.591	8.419	8.262	8.105	8.260
90.04.2 Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	3.491	3.553	3.596	3.565	3.631	3.625	3.440
90.04.3 Varietés und Kleinkunsthäuser	940	923	929	965	1.048	1.054	1.027
Teilmarkt insgesamt	33.225	34.122	35.386	37.889	38.805	40.278	41.769
7. Designwirtschaft							
32.12 Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	13.847	11.725	11.593	11.397	11.323	11.203	11.136
71.11.2 Büros für Innenarchitektur	4.743	5.399	5.859	6.379	6.595	6.821	7.536
73.11 Werbegestaltung (Anteil 50%)	64.774	65.547	65.977	65.586	66.115	66.876	68.212
74.10.1 Industrie-, Produkt- und Mode-Design	4.247	4.871	5.643	6.551	7.134	7.989	8.672
74.10.2 Grafik- und Kommunikationsdesign	10.338	12.259	14.244	15.856	17.567	19.140	20.924
74.10.3 Interior Design und Raumgestaltung	10.482	10.669	10.153	9.828	9.606	9.695	9.703
74.20.1 Selbständige Fotografen/-innen	17.447	17.955	18.299	18.677	18.922	19.573	19.639
Teilmarkt insgesamt	125.878	128.425	131.768	134.274	137.262	141.297	145.822
8. Architekturmarkt							
71.11.1 Architekturbüros für Hochbau	75.306	77.333	79.478	81.309	83.468	86.553	90.162
71.11.2 Büros für Innenarchitektur	4.743	5.399	5.859	6.379	6.595	6.821	7.536
71.11.3 Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	11.600	12.031	11.801	11.721	11.650	11.972	12.427
71.11.4 Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	7.314	7.393	7.617	7.821	8.031	8.323	8.813
90.03.4 Selbständige Restauratoren/-innen	2.934	2.932	2.999	2.936	3.033	3.026	3.107
Teilmarkt insgesamt	101.897	105.088	107.754	110.166	112.777	116.695	122.044



Tabelle 7.9: Kernerwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen, 2010 bis 2016*

Teilmarkt/ Wirtschaftszweig WZ-2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
9. Pressemarkt							
47.62 Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	29.032	28.807	28.621	27.787	27.433	27.650	26.872
58.12 Verlegen von Adressbüchern etc.	5.049	4.353	4.283	4.074	3.832	3.641	3.540
58.13 Verlegen von Zeitungen	49.515	47.737	47.628	47.016	45.916	44.713	43.847
58.14 Verlegen von Zeitschriften	41.341	40.658	38.778	38.113	36.212	34.838	33.440
58.19 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	11.264	11.545	11.197	11.061	10.767	10.081	9.591
63.91 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	8.831	9.347	9.657	9.385	9.668	10.757	11.792
90.03.5 Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen	18.273	18.645	18.712	18.662	18.579	18.700	19.055
Teilmarkt insgesamt	163.305	161.092	158.876	156.098	152.407	150.380	148.138
10. Werbemarkt							
73.11 Werbeagenturen/Werbegestaltung	129.548	131.094	131.954	131.172	132.230	133.751	136.424
73.12 Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/- flächen	7.458	7.789	8.480	9.386	10.746	12.112	12.956
Teilmarkt insgesamt	137.006	138.883	140.434	140.558	142.976	145.863	149.380
11. Software- und Games-Industrie							
58.21 Verlegen von Computerspielen	1.517	1.826	1.961	1.583	1.701	1.763	2.065
58.29 Verlegen von sonstiger Software	15.417	17.932	20.668	22.021	23.145	25.401	28.617
62.01.1 Entwicklung und Programmierung von Internet- präsentationen	29.477	34.556	38.338	40.190	41.645	45.011	48.353
62.01.9 Sonstige Softwareentwicklung	201.743	209.005	231.523	248.471	260.524	272.735	284.239
63.12 Webportale	3.554	5.146	6.943	8.821	10.908	13.890	17.679
Teilmarkt insgesamt	251.708	268.465	299.433	321.086	337.923	358.800	380.953
12. Sonstige							
32.11 Herstellung von Münzen	468	482	511	518	489	538	560
32.13 Herstellung von Fantasieschmuck	857	903	891	876	762	754	738
74.20.2 Fotolabors	5.045	4.863	4.943	5.008	4.704	4.587	4.176
74.30.2 Selbständige Dolmetscher/-innen	6.645	6.930	7.127	7.231	7.200	7.325	7.683
91.01 Bibliotheken und Archive	991	991	928	895	931	927	942
91.03 Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	210	223	226	223	223	225	208
91.04 Botanische und zoologische Gärten sowie Natur- parks	774	792	808	795	795	783	787
Teilmarkt insgesamt	14.991	15.184	15.434	15.547	15.104	15.140	15.094
Summe mit Doppelzählung	1.066.923	1.093.800	1.130.890	1.158.510	1.178.475	1.209.516	1.245.216
Doppelte Wirtschaftszweige	114.403	117.023	119.120	121.243	122.441	124.589	128.170
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	952.520	976.777	1.011.770	1.037.267	1.056.034	1.084.927	1.117.047
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>3,10%</i>	<i>3,13%</i>	<i>3,17%</i>	<i>3,19%</i>	<i>3,21%</i>	<i>3,25%</i>	<i>3,28%</i>

Anmerkung: *Werte für 2016 geschätzt (Anzahl der Selbständigen), basierend auf Vorjahresentwicklung und Konjunkturstatistiken. Minimale Abweichungen in den Teilmarktsummen bzw. Gesamtsummen ergeben sich aufgrund von Rundungsdifferenzen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2017b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2017; eigene Berechnungen ZEW.

7.2 Literaturverzeichnis

Arbeitskreis Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsministerkonferenz (2016), Überarbeitung des Leitfadens zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft, Fassung 2016, 20.07.2016.

Bundesagentur für Arbeit (2017), Beschäftigungsstatistik, verschiedene Jahrgänge, Nürnberg.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2017), Monitoringbericht 2016: Ausgewählte wirtschaftliche Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft, Langfassung, Berlin.

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

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

Destatis/Statistisches Bundesamt (2017a), Mikrozensus, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden.

Destatis/Statistisches Bundesamt (2017b), Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden.

Destatis/Statistisches Bundesamt (2017c), Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Inlandsproduktberechnung, Detaillierte Jahresergebnisse, 06.09.2017, Wiesbaden.

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

Söndermann, Michael (2012), Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland – Kurzanleitung zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft, ARKStat e.V. Arbeitskreis Kulturstatistik, Köln.

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

