

Mitteilung

der Landesregierung

Bericht der Landesregierung zu einem Beschluss des Landtags; hier: Kulturwirtschaft in Baden-Württemberg

Landtagsbeschluss

Der Landtag hat am 28. Februar 2008 folgenden Beschluss gefasst (Drucksache 14/2340 Nr. 7 Ziffer 1):

Die Landesregierung zu ersuchen,

jährlich einen aktuellen kurzen Bericht über die Entwicklung der Kulturwirtschaft in Baden-Württemberg vorzulegen.

Bericht

Mit Schreiben vom 23. September 2010, Az.: IV-3451.110 berichtet das Staatsministerium wie folgt:

Datenreport 2010 zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg

– Eckdaten, Strukturen und Trends –

Auftraggeber:

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg

Verfasser:

Michael Söndermann

Büro für Kulturwirtschaftsforschung GbR, Köln

August 2010

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	7
1.1. Auftrag	7
1.2. Definition und Vergleichbarkeit	7
1.3. Untersuchungsschwerpunkte und Kapitelgliederung	9
2. Gesamtüberblick	9
2.1. Die Eckdaten	9
2.2. Erwerbstätigenmarkt	10
2.3. Unternehmensstruktur	11
2.4. Teilmärkte nach Größenklassen	12
2.5. Anteil der Frauen	13
2.6. Der Kultursektor	15
3. Die elf Teilmärkte	16
3.1. Musikwirtschaft in Baden-Württemberg	17
3.2. Buchmarkt in Baden-Württemberg	21
3.3. Kunstmarkt in Baden-Württemberg	24
3.4. Filmwirtschaft in Baden-Württemberg	28
3.5. Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg	33
3.6. Markt für darstellende Künste in Baden-Württemberg	37
3.7. Designwirtschaft in Baden-Württemberg	41
3.8. Architekturmarkt in Baden-Württemberg	45
3.9. Pressemarkt in Baden-Württemberg	50
3.10. Werbemarkt in Baden-Württemberg	53
3.11. Software-/Games-Industrie in Baden-Württemberg	56
4. Spezialthemen	60
4.1. Neue kulturwirtschaftliche Wirtschaftszweige	60
4.2. Musikinstrumentenproduktion in Baden-Württemberg	63
4.3. Schmuckproduktion in Baden-Württemberg	66
4.4. Fotografisches Gewerbe in Baden-Württemberg	68
5. Zusammenfassung	69
5.1. Allgemeine Bewertung	69
5.2. Bewertung der Teilmärkte	72
5.3. Bewertung der Regionen	75
5.4. Ausblick	77

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1:	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2006 bis 2008	10
Abb. 2.2:	Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg im Branchenvergleich – Anzahl der Erwerbstätigen 2008	11
Abb. 2.3:	Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2008	12
Abb. 2.4:	Schwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2008 – Erwerbstätige einschließlich geringfügig Beschäftigte	13
Abb. 2.5:	Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2008 – sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte	13
Abb. 2.6:	Freiberufliche Künstlerinnen und Künstler in der Künstlersozialkasse 2008 bis 2010	14
Abb. 2.7:	Erwerbstätige im Kultursektor (ohne Kreativbranchen: Software/Games, Presse und Werbevermittlung) 2006	15
Abb. 3.1:	Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2008	16
Abb. 3.2:	Strukturdaten der Musikwirtschaft 2008	17
Abb. 3.3:	Entwicklung der Musikwirtschaft 2003 bis 2008	18
Abb. 3.4:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Musikwirtschaft 2007 in %	19
Abb. 3.5:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Musikwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	20
Abb. 3.6:	Strukturdaten des Buchmarkts 2008	21
Abb. 3.7:	Entwicklung des Buchmarkts 2003 bis 2008	22
Abb. 3.8:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Buchmarkt 2007 in %	23
Abb. 3.9:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Buchmarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft in %	24
Abb. 3.10:	Strukturdaten des Kunstmarkts 2008	25
Abb. 3.11:	Entwicklung des Kunstmarkts 2003 bis 2008	26
Abb. 3.12:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Kunstmarkt 2007 in %	27
Abb. 3.13:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Kunstmarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	28
Abb. 3.14:	Strukturdaten der Filmwirtschaft 2008	29
Abb. 3.15:	Entwicklung der Filmwirtschaft 2003 bis 2008	30
Abb. 3.16:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Filmwirtschaft 2007 in %	31
Abb. 3.17:	Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Filmwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	32
Abb. 3.18:	Strukturdaten der Rundfunkwirtschaft 2008	33
Abb. 3.19:	Entwicklung der Rundfunkwirtschaft 2003 bis 2008	34

Abb. 3.20: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Rundfunkwirtschaft einschließlich öffentlich-rechtl. Rundfunkbetrieb 2007 in %	35
Abb. 3.21: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Rundfunkwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	36
Abb. 3.22: Strukturdaten des Markts für darstellende Künste 2008	37
Abb. 3.23: Entwicklung des Markts für darstellende Künste 2003 bis 2008	38
Abb. 3.24: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Markt für darstellende Künste 2007 in %	39
Abb. 3.25: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Markts für darstellende Künste an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	40
Abb. 3.26: Strukturdaten der Designwirtschaft 2008	41
Abb. 3.27: Entwicklung der Designwirtschaft 2003 bis 2008	42
Abb. 3.28: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Designwirtschaft 2007 in %	43
Abb. 3.29: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Designwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	44
Abb. 3.30: Strukturdaten des Architekturmarkts 2008	46
Abb. 3.31: Entwicklung des Architekturmarkts 2003 bis 2008	47
Abb. 3.32: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Architekturmarkt 2007 in %	48
Abb. 3.33: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Architekturmarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	49
Abb. 3.34: Strukturdaten des Pressemarkts 2008	50
Abb. 3.35: Entwicklung des Pressemarkts 2003 bis 2008	51
Abb. 3.36: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Pressemarkt 2007 in %	52
Abb. 3.37: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Pressemarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	53
Abb. 3.38: Strukturdaten des Werbemarkts 2008	54
Abb. 3.39: Entwicklung des Werbemarkts 2003 bis 2008	54
Abb. 3.40: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Werbemarkt 2007 in %	55
Abb. 3.41: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Werbemarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	56
Abb. 3.42: Internationale statistische Definition der Software-/Games-Industrie	57
Abb. 3.43: Strukturdaten der Software-/Games-Industrie 2008	57
Abb. 3.44: Entwicklung der Software-/Games-Industrie 2003 bis 2008	58
Abb. 3.45: Regionale Schwerpunkte Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Software-/Games-Industrie 2007 in %	59
Abb. 3.46: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Software-/Games-Industrie an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	60

Abb. 4.1:	Ergänzende kulturwissenschaftliche und kulturhandwerkliche Wirtschaftszweige 2008	61
Abb. 4.2:	Das regionale Profil des Kunsthandwerks 2010	62
Abb. 4.3:	Strukturdaten der Musikinstrumentenproduktion 2008	64
Abb. 4.4:	Regionale Schwerpunkte der Musikinstrumentenproduktion 2007	65
Abb. 4.5:	Regionale Schwerpunkte der Schmuckproduktion 2007	67
Abb. 4.6:	Die fünf wichtigsten Länder in der Schmuckproduktion in Deutschland 2007	67
Abb. 4.7:	Die fünf wichtigsten Länder in der Schmuckindustrie in Deutschland 2007	68
Abb. 4.8:	Die fünf wichtigsten Länder in der Schmuckindustrie in Europa 2007	68
Abb. 4.9:	Strukturdaten des Fotografisches Gewerbes 2008	69
Abb. 5.1:	Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg 2003 bis 2008	71
Abb. 5.2:	Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2003 bis 2008	71
Abb. 5.3:	Durchschnittliche jährliche Veränderung des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg, 2003 bis 2008	73
Abb. 5.4:	Durchschnittliche jährliche Veränderung der Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg, 2003 bis 2008	74
Abb. 5.5:	Regionale Kultur- und Kreativwirtschaft ohne Software-/ Games-Industrie – Anteile des Umsatzes, der Erwerbstätigen und der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	75
Abb. 5.6:	Regionale Kultur- und Kreativwirtschaft mit Software-/ Games-Industrie – Anteile des Umsatzes, der Erwerbstätigen und der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %	76

1. Einleitung

1.1. Auftrag

Das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg hat das Büro für Kulturwirtschaftsforschung mit der Durchführung einer Studie beauftragt, mit dem Ziel, die aktuellen Strukturen und Trends in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg zu analysieren und zu bewerten.

Die Untersuchung wird in Form eines Datenreports vorgelegt und stützt sich in der empirischen Analyse auf Daten aus der amtlichen Statistik. Dazu haben das Statistische Landesamt Baden-Württemberg und die Bundesagentur für Arbeit, Statistik-Service Südwest, jeweils Sonderauswertungen zur Verfügung gestellt.

Mit dem „Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg“ kommt das Wirtschaftsministerium einer Berichtszusage gegenüber dem Wirtschaftsausschuss des Landtags von Baden-Württemberg nach.

Der vorliegende Datenreport knüpft an folgende Überlegungen an:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg steht seit langem im Fokus der wirtschaftlichen Debatte. Es gibt in den verschiedenen kulturwirtschaftlichen Branchen des Landes bereits hervorragende regionale Entwicklungen und infrastrukturelle Ansätze. Die Beispiele reichen vom bundesweit bekannten Musikpark Mannheim über die Verlagslandschaft mit Buch- und Zeitschriftenproduktion, die exzellente regionale Buchhandelsversorgung, die erfolgreichen bildenden Künstler und Galerien, die internationale Filmakademie Baden-Württemberg, den hoch-profitablen Hörfunkmarkt, die ausgeprägte Kabarettszene, die wirtschaftlich starken Designcluster, den mittelständisch geprägten Architekturmarkt bis zu den Gamesentwicklern, die regelmäßig zu den Gewinnern des Deutschen Computerspielpreises oder des Serious Games Award zählen.

Das Forschungsinteresse richtet sich daher auf die folgenden Kernfragen:

1. Welches ökonomische Gewicht hat die Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zu anderen klassischen Branchen und innerhalb der Gesamtwirtschaft?
2. Was zeichnet die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Besonderen aus?
3. Wie stellt sich die Kultur- und Kreativwirtschaft im Profil der baden-württembergischen Regionen dar?
4. Wo liegen Stärken und Potenziale der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft?

1.2. Definition und Vergleichbarkeit

Grundlage der Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie deren Teilmärkte im vorliegenden Datenreport sind die Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz auf ihren Sitzungen im Juni und Dezember 2009. Diese Empfehlungen sind im „Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten“¹ konkretisiert. Der Methodenleitfaden wurde im Auftrag der *Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz* vom Büro für Kulturwirtschaftsforschung erstellt und im Oktober 2009 abgeschlossen. Mit dem Leitfaden wurde eine wichtige Grundlage für die Fortschreibung und Aktualisierung kulturwirtschaftlicher Daten in den Ländern geschaffen. Im Datenreport und der Gesamtanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg wurden ebenso wesentliche Erkenntnisse aus der *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung*, insbesondere aus dem Forschungsgutachten „*Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in*

¹ http://www.bundesrat.de/cln_109/DE/gremien-konf/fachministerkonf/wmk/Sitzungen/09-12-14-15-WMK/09-12-14-15-leitfaden-9,templateId=raw.property=publicationFile.pdf/09-12-14-15-leitfaden-9.pdf.

„Deutschland“ aus dem Jahr 2009 und aus dem aktuellen „Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009“ vom Juli 2010 berücksichtigt.

Grundlegend sollen dabei folgende Prinzipien sein:

Die Festlegung auf eine verbindliche Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie von der Wirtschaftsministerkonferenz im Jahr 2009 empfohlen, ist ein wesentlicher Ausgangspunkt. Damit wird eine einheitliche methodische Grundlage verwandt, die zum einen die Vergleichbarkeit der Wirtschafts- und Beschäftigungsdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Regionen und Bundesländern sowie dem Bundesgebiet ermöglicht, zum anderen soll durch die Anbindung an die Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz und die Initiative der Bundesregierung ein Beitrag zur Verstetigung und Versachlichung des noch immer schillernden Themas Kultur- und Kreativwirtschaft geleistet werden.

Die Wirtschaftsministerkonferenz hat auf der Grundlage der Vorarbeiten der Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft folgende Definitions- und Abgrenzungsmerkmale für einen Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft empfohlen:

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

Das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst elf Kernbranchen oder Teilmärkte:

1. Musikwirtschaft, 2. Buchmarkt, 3. Kunstmarkt, 4. Filmwirtschaft, 5. Rundfunkwirtschaft, 6. Markt für darstellende Künste, 7. Designwirtschaft, 8. Architekturmarkt, 9. Pressemarkt, 10. Werbemarkt, sowie 11. Software-/Games-Industrie.

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

Zusätzlich zum Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit den elf Teilmärkten, wurden ausgewählte Wirtschaftszweige des „Kulturhandwerks“, der Musikinstrumentenproduktion und der Schmuckproduktion in einem speziellen Kapitel mit in die Untersuchung einbezogen, da regionalspezifische Besonderheiten mit diesen Wirtschaftszweigen verbunden sind.

Der Datenreport stützt sich in der empirischen Analyse auf die Daten aus der amtlichen Statistik. Dazu haben das Statistische Landesamt Baden-Württemberg und die Bundesagentur für Arbeit, Statistik-Service Südwest, jeweils Sonderauswertungen zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden wichtige Kennzahlen für die Teilmärkte der Kulturwirtschaft wie Anzahl der Unternehmen und Selbstständige sowie Anzahl der Erwerbstätigen auf die 12 Regionen des Landes heruntergebrochen. Dies erfolgt in dieser Form erstmalig und kostengünstig auf der Grundlage von Sonderauswertungen des Unternehmensregisters durch das Statistische Landesamt Baden-Württemberg. Hier ist insbesondere auf die hervorragende Zusammenarbeit mit dem Referat „Unternehmensregister, Tourismus und Verkehr, Außenhandel“ hinzuweisen, das für die besonders anspruchsvolle fachliche Tiefengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft Daten zur Verfügung stellen konnte. Nach den Erfahrungen des Bearbeiters ist die Bereitstellung in der hier vorgelegten fachlichen Datendifferenzierung nur in ganz wenigen Bundesländern möglich.

Die Analyse der regionalen Schwerpunkte in den einzelnen Teilmärkten erfolgt zunächst hinsichtlich des Anteils der Erwerbstätigen im jeweiligen Teilmarkt an der Zahl der landesweiten Erwerbstätigen in diesem Teilmarkt. Darüber hinaus wird aus einer anderen regionalen Perspektive ergänzend der Anteil der Unternehmen und Selbstständigen im jeweiligen Teilmarkt an der Gesamtzahl der Unternehmen in der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft betrachtet. Mit der Verwendung dieser Kennzahl wird zwar nicht die Größe der Unternehmen berücksichtigt. Diese Relation wird jedoch als vertretbar angesehen, da der überwiegen-

de Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinstunternehmen, Einpersonunternehmen oder Familienbetrieben mit mithelfenden Familienangehörigen zählt. Diese Unternehmensformen sind sowohl in urbanen als auch in ländlich geprägten Räumen verbreitet.

Zur Verdeutlichung der regionalen Schwerpunkte wurden beispielhaft Infrastruktureinrichtungen, Hochschulen und regional oder überregional bedeutende Kulturinstitutionen sowie Kulturveranstaltungen ohne Anspruch auf Vollständigkeit genannt.

1.3. Untersuchungsschwerpunkte und Kapitelgliederung

Die Schwerpunkte des Datenreports lassen sich in vier Merkmalskategorien zusammenfassen:

- a) Unternehmensstrukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft
- b) Wirtschaftliches Volumen der Kultur- und Kreativwirtschaft
- c) Erwerbstätigkeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- d) Regionale Verbreitung der kultur- und kreativwirtschaftlichen Profile

Das 1. Kapitel befasst sich mit einer kurzen einleitenden Grundlegung.

Im 2. Kapitel des Datenreports werden die Eckdaten und Gesamtergebnisse der empirischen Analyse in komprimierter Form präsentiert.

Das 3. Kapitel stellt die detaillierte Analyse aller elf Teilmärkte vor. Hier werden die Befunde nach Strukturdaten, Entwicklungstrends und regionalen Profilen geboten.

In einem 4. Kapitel (als Spezialekapitel) werden besondere, regional bedeutsame Wirtschaftszweige wie das Kulturhandwerk u. ä. untersucht.

Das beschließende 5. Kapitel befasst sich mit den Schlussfolgerungen aus der empirischen Analyse.

2. Gesamtüberblick

2.1. Die Eckdaten

Im Jahr 2008 existierten in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft knapp 29.000 Unternehmen. Sie erwirtschafteten zusammen ein Umsatzvolumen von insgesamt 20,1 Mrd. Euro und konnten damit rund 210.000 Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz bieten. Die Zahl der Erwerbstätigen im Jahr 2008 umfasst 131.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, 50.300 geringfügig Beschäftigte sowie mindestens 28.900 Selbstständige.

Abb. 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2006 bis 2008

Kategorie	2006	2007	2008	Veränderung in %		
				2006/05	2007/06	2008/07
Anzahl der Unternehmen (1)						
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	28.294	28.462	28.942	1,6 %	0,6 %	1,7 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,63 %	6,62 %	6,58 %	-	-	-
- Gesamtwirtschaft	426.470	429.858	439.887	1,8 %	0,8 %	2,3 %
Umsatz in Mio. Euro						
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	18.093	18.821	19.474	1,5 %	4,0 %	3,5 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,23 %	2,16 %	2,14 %	-	-	-
- Gesamtwirtschaft	810.195	872.465	910.043	8,8 %	7,7 %	4,3 %
Umsatz regionalisiert in Mio. Euro						
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	18.477	19.492	20.145	3,8 %	5,5 %	3,4 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,65 %	2,68 %	2,63 %	-	-	-
- Gesamtwirtschaft	697.573	726.731	765.001	7,9 %	4,2 %	5,3 %
Anzahl der Beschäftigten (svB) (2)						
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	122.280	125.795	130.923	2,8 %	2,9 %	4,1 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,27 %	3,31 %	3,37 %	-	-	-
- Gesamtwirtschaft	3.741.117	3.804.260	3.889.177	0,7 %	1,7 %	2,2 %
Anzahl der Erwerbstätigen (3)						
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	150.574	154.257	159.864	2,6 %	2,4 %	3,6 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,61 %	3,64 %	3,69 %	-	-	-
- Gesamtwirtschaft	4.167.587	4.234.118	4.329.064	0,8 %	1,6 %	2,2 %
Anzahl der geringfügig Beschäftigten						
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	50.093	48.393	50.215	-	-3,4 %	3,8 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	4,87 %	4,55 %	4,60 %	-	-	-
- Gesamtwirtschaft	1.029.564	1.063.072	1.092.199	-	3,3 %	2,7 %
Anzahl der Erwerbstätigen einschließlich geringfügig Beschäftigte (4)						
- Kultur- u. Kreativwirtschaft (KKW)	200.668	202.649	210.080	-	1,0 %	3,7 %
- Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,9 %	3,8 %	3,9 %	-	-	-
- Gesamtwirtschaft	5.197.151	5.297.190	5.421.263	-	1,9 %	2,3 %

Hinweise: (1) Steuerpflichtige Unternehmer/n mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr. (2) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte oder im Nebenjob. Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB) vorläufige Angaben der Bundesagentur für Arbeit. (3) Erwerbstätige umfassen: Selbstständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB). (4) Erwerbstätige einschließlich geringfügig Beschäftigter auf Basis statistisch nachweisbarer Daten. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die verschiedenen Gruppen des Erwerbstätigenmarktes können inzwischen valide durch Daten der amtlichen Statistik belegt werden und wurden im vorliegenden Datenreport erstmals auch einschließlich der geringfügig Beschäftigten in die Berichterstattung mit aufgenommen. Darüber hinaus existieren nach eigenen Schätzungen weitere 18.000 freiberufliche Künstler und Kulturberufe, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielen. Diese sind statistisch nur schwer zu ermitteln, gleichwohl sind sie für die Kunst- und Kulturproduktion in jeder Region von Bedeutung.

2.2. Erwerbstätigenmarkt

Die wirtschaftspolitische Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft kann v. a. durch den Vergleich der Erwerbstätigkeit mit anderen Branchen sichtbar gemacht werden.

Abb. 2.2: Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg im Branchenvergleich – Anzahl der Erwerbstätigen 2008

Branchen	Erwerbstätige	
	Anzahl 2008	Anteil in % an Gesamtwirtschaft
Maschinenbau*	315.000	5,6 %
Fahrzeugbau*	238.000	4,2 %
IKT-Wirtschaft*	232.000	4,1 %
Kultur-/Kreativwirtschaft**	210.000	3,8 %
Kredit-/Versicherungsgewerbe	161.000	2,9 %
Land-/Forstwirtschaft/Fischerei	100.000	1,8 %
Chemische Industrie*	68.000	1,2 %
Energie-/Wasserversorgung	33.000	0,6 %

Hinweise: *Berechnungen des Statistischen Landesamtes BW. **Kultur- und Kreativwirtschaft einschließlich geringfügig Beschäftigter, eigene Berechnungen. Alle Vergleichsbranchen ebenfalls einschließlich sogenannter Marginalbeschäftigter. Differenzen rundungsbedingt. Quelle: Arbeitskreis „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder“; Informations- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg, hrsg. vom Statistischen Landesamt BW 2009; Übersicht: Eckdaten Kultur- und Kreativwirtschaft BW 2008

Der Vergleich mit wichtigen baden-württembergischen Branchen macht deutlich, dass sich die Kultur- und Kreativwirtschaft inzwischen als relevante Größe etabliert hat. Einerseits bleiben – erwartungsgemäß – die klassischen Branchen mit dem Maschinenbau (315.000 Erwerbstätige), dem Fahrzeugbau (238.000 Erwerbstätige) oder die IKT-Wirtschaft (232.000 Erwerbstätige) weiterhin vor der Kultur- und Kreativwirtschaft. Andererseits hat die Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren 210.000 Erwerbstätigen bereits weitere wichtige Branchen überholt: das Kredit- und Versicherungsgewerbe beschäftigt 161.000 Erwerbstätige, die Landwirtschaft etc. 100.000 Erwerbstätige, die chemische Industrie 68.000 Erwerbstätige oder die Energiewirtschaft etc. 33.000 Erwerbstätige. Diese Branchen lässt die Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich hinter sich. Der Vergleich gilt selbst dann noch, wenn man nur den „stabilen“ Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit 160.000 Selbstständigen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (ohne geringfügig Beschäftigte) zugrunde legen wollte.

Alle direkt messbaren Vergleichswerte des Beschäftigungs- und Erwerbstätigenanteils der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg an der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft liegen deutlich höher. So erreicht der Beschäftigungsmarkt der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 16,9% am Bundesgebiet und der Erwerbstätigenmarkt einen Anteil von 15,9% (alle Werte beziehen sich auf das Jahr 2006).

2.3. Unternehmensstruktur

Ein zentrales Merkmal der Kultur- und Kreativwirtschaft ist die geringe durchschnittliche Unternehmens- und Umsatzgröße. Dieser Befund der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft gilt auch für Baden-Württemberg. Dennoch lassen sich einige charakteristische Unterschiede im Vergleich erkennen.

In der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft liegt der Umsatz je Unternehmen bei 673 Tsd. Euro, der Umsatz je Erwerbstätiger bei 122 Tsd. Euro im Jahr 2008. Ein Unternehmen beschäftigt im Durchschnitt 4,5 sozialversicherungspflichtige Voll- oder Teilzeitbeschäftigte. Einschließlich der Selbstständigen steigt der Durchschnittswert auf 5,5 Erwerbstätige je Unternehmen.

Abb. 2.3: Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2008

Kennzahl	Baden- Württemberg	Bundes- gebiet
Umsatz je Unternehmen in Tsd. Euro	673	553
Umsatz je sozialversicherungspflichtig Beschäftigter in Tsd. Euro	149	173
Umsatz je Erwerbstätiger in Tsd. Euro	122	131
sozialversicherungspflichtig Beschäftigter je Unternehmen	4,5	3,2
Erwerbstätige je Unternehmen (ohne geringfügig Beschäftigte)	5,5	4,2

Quelle: siehe Übersicht: Eckdaten Kultur- und Kreativwirtschaft BW 2008, Forschungsbericht Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

Ein auffallender Unterschied der Unternehmensstruktur ist im Vergleich von Baden-Württemberg mit dem Bundesgebiet zu erkennen. Die vergleichbaren Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft liegen im Bundesgebiet meist niedriger als die des Landes Baden-Württemberg: Der Umsatz je Unternehmen in der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft liegt bei 553 Tsd. Euro und damit um mehr als 100 Tsd. Euro niedriger als in Baden-Württemberg. Die Durchschnittszahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten je Unternehmen liegt bei 3,2 und damit um 1,4 Voll- oder Teilzeitbeschäftigten niedriger als in Baden-Württemberg. Und ebenso liegt der Durchschnittswert der Erwerbstätigen je Unternehmen mit 4,2 um 1,4 Erwerbstätige niedriger als in Baden-Württemberg.

Dieser Befund ist ein Hinweis auf die deutlich stärker gewerblich orientierte Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Die Mikrostrukturen, mit ihren zahlreichen Freiberuflern und Einzelunternehmen ohne Beschäftigte, wird tendenziell stärker durch eine klein- und mittelständische Struktur ersetzt. Sowohl die Umsatzwerte wie auch die Pro-Kopf-Zahlen der Unternehmen deuten auf eine wirtschaftlich stabilere Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg hin.

Andererseits ist dies zugleich auch ein Ausdruck für die relative Unterrepräsentanz der selbstständigen Künstler- und Kulturberufe in Baden-Württemberg. Dies ist indirekt ebenso aus dem Anteil der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft zu erkennen. So erreicht hier die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg einen Unternehmensanteil von 6,6 % an der Gesamtwirtschaft, während der vergleichbare Bundeswert bei 7,4 % im Jahr 2008 liegt.

2.4. Teilmärkte nach Größenklassen einschließlich geringfügig Beschäftigter

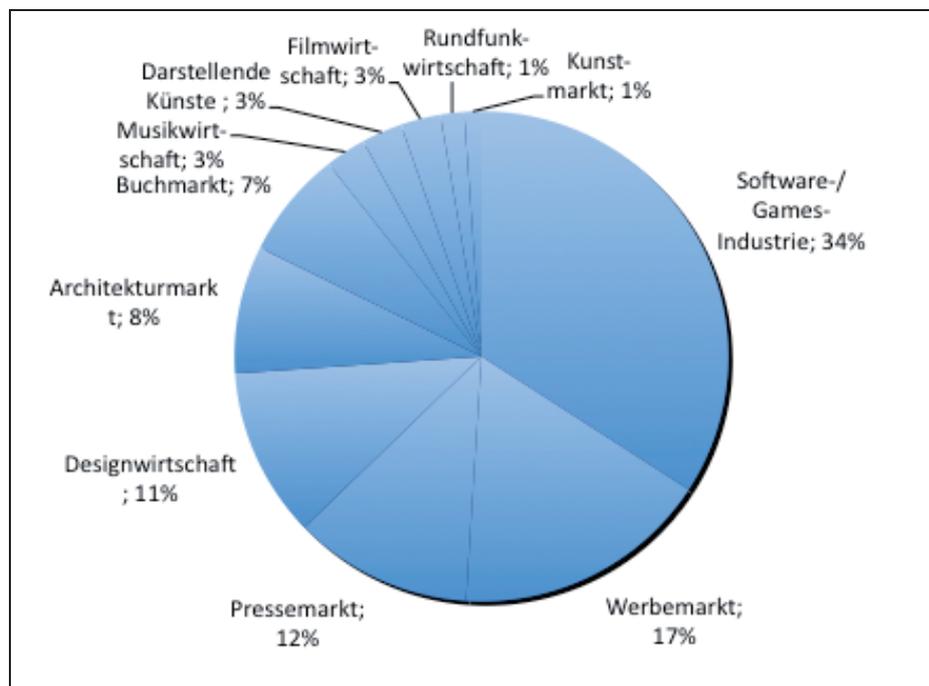
Die elf Teilmärkte bilden zusammen ein heterogenes Gebilde von unterschiedlich großen Teilmärkten. Während die Software-/Games-Industrie, der mit Abstand größte Markt, ein Erwerbstätigenvolumen von rund 78.500 Personen erreicht, liegt die entsprechende Größenordnung beim kleinsten Markt, dem Kunstmarkt, lediglich bei einer Zahl von rund 2.600 Erwerbstätigen. Das entspricht einem Größenverhältnis von 1 zu 30 zwischen dem kleinsten und dem größten Markt.

Der Werbemarkt, gefolgt vom Pressemarkt und der Designwirtschaft, zählt in der Rangfolge gemessen an der Erwerbstätigkeit, ebenfalls zu den größeren Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Bezogen auf die Gesamtgröße der Kultur- und Kreativwirtschaft liegen die prozentualen Anteile dieser Teilmärkte bei 11 bis 17 %.

Architekturmarkt und Buchmarkt nehmen mit Anteilen von 8 bzw. 7 % einen mittleren Rang innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg ein.

Zu den kleineren Teilmärkten zählen die Musikwirtschaft, die Filmwirtschaft, die Rundfunkwirtschaft, sowie der Markt für darstellende Künste. Sie belegen jeweils Anteile von 2 bis 3 % an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.

Abb. 2.4: Schwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2008
– Erwerbstätige einschließlich geringfügig Beschäftigte



Hinweis: Erwerbstätige einschließlich geringfügig Beschäftigter auf Basis statistisch nachweisbarer Daten. Einzelne Teilmärkte enthalten Wirtschaftszweige doppelt, deshalb ist die Summe der Teilmärkte höher als der angezeigte Wert in der Übersicht: Eckdaten.
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

2.5. Anteil der Frauen

Abb. 2.5: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2008 – sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte

Teilmärkte	Frauen	Frauenanteil (1)
	Anzahl 2008	%-Anteil 2008
Buchmarkt	6.463	70 %
Kunstmarkt	277	62 %
Pressemarkt	9.092	60 %
Werbemarkt	7.223	58 %
Architekturmarkt	5.436	56 %
Designwirtschaft	8.586	50 %
Rundfunkwirtschaft	485	48 %
Markt für darstellende Künste	700	47 %
Filmwirtschaft	835	46 %
Musikwirtschaft	1.346	43 %
Software-/Games-Industrie	22.520	28 %
(-) Sonstiges	389	62 %
Summe der Teilmärkte (mit Doppelzählung)	63.351	42 %
Doppelte Wirtschaftszweige	7.631	-
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	55.720	40 %
Kultur- und Kreativwirtschaft ohne Software-/Games-Industrie	33.200	56 %

Hinweis: (1) %-Anteil der Frauen an der Gesamtbeschäftigung. Angaben zum 30. Juni d.J., sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Neue Wirtschaftszweig-Abgrenzung WZ2008.
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, 2010; eigene Berechnungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Beitrag der Frauen an der Beschäftigung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg erreicht einen Anteil von insgesamt 40 %. Dieser Anteilswert wird in hohem Maße durch den Teilmarkt Software-/Games-Industrie beeinflusst. Betrachten wir die Kultur- und Kreativwirtschaft ohne diesen Teilmarkt, dann steigt der Frauenanteil auf einen prozentualen Wert von 56 % an der Gesamtbeschäftigung. Es sind vor allem die Teilmärkte: Buchmarkt, Kunstmarkt, Pressemarkt, Designwirtschaft, Werbemarkt und Architekturmarkt, in denen mehr als die Hälfte der Arbeitsplätze von Frauen besetzt sind.

Insgesamt ist zu bedenken, dass dieses Bild des Anteils der Frauen noch unvollständig ist, da im Arbeits- und Beschäftigungsmarkt auch die Freiberuflerinnen und Selbstständigen betrachtet werden müssen. Deshalb werden an dieser Stelle die Daten aus der Künstlersozialkasse vorgestellt, die als Ersatz für die Umsatzsteuerstatistik verwendet wird, da dort keine Daten nach Geschlecht verfügbar sind.

Abb. 2.6: Freiberufliche Künstlerinnen und Künstler in der Künstlersozialkasse 2008 bis 2010

Bereich und Geschlecht	2008		2009		2010		2010/2008 %-Veränderung
	Anzahl	%-Anteil	Anzahl	%-Anteil	Anzahl	%-Anteil	
Wort							
männlich	1.812	51 %	1.796	49 %	1.799	49 %	-1 %
weiblich	1.773	49 %	1.849	51 %	1.906	51 %	8 %
insgesamt	3.585	100 %	3.645	100 %	3.705	100 %	3 %
Bildende Kunst							
männlich	3.536	54 %	3.522	54 %	3.531	54 %	0 %
weiblich	2.996	46 %	3.022	46 %	3.063	46 %	2 %
insgesamt	6.532	100 %	6.544	100 %	6.594	100 %	1 %
Musik							
männlich	3.491	58 %	3.571	58 %	3.608	57 %	3 %
weiblich	2.492	42 %	2.608	42 %	2.719	43 %	9 %
insgesamt	5.983	100 %	6.179	100 %	6.327	100 %	6 %
Darstellende Kunst							
männlich	863	46 %	871	46 %	864	45 %	0 %
weiblich	996	54 %	1.017	54 %	1.061	55 %	7 %
insgesamt	1.859	100 %	1.888	100 %	1.925	100 %	4 %
Alle Bereiche							
männlich	9.702	54 %	9.760	53 %	9.802	53 %	1 %
weiblich	8.257	46 %	8.496	47 %	8.749	47 %	6 %
insgesamt	17.959	100 %	18.256	100 %	18.551	100 %	3 %

Hinweis: Gliederung der Kulturberufe entsprechend der Aufteilung der Künstlersozialkasse; Datenstand jeweils zum 1.1.d.J. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Künstlersozialkasse; eigene Berechnungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie aus der Übersicht deutlich wird, liegt der Anteil der Frauen bei den freiberuflichen Künstlerinnen und Künstlern in den drei Vergleichsjahren bei Anteilen von 46 bis 47 %. Im Jahr 2008 überwog der Männeranteil noch in den drei Berufsgruppen: Wort, bildende Kunst und Musik. Lediglich in der Berufsgruppe: darstellende Kunst waren die Frauen mit 54 % bereits in der Mehrheit. Aus dem Vergleich der verschiedenen Jahre geht jedoch hervor, dass die Frauen in allen Berufsgruppen stärker zunehmen als die Männer. Die Veränderungsrate des Jahres 2010 gegenüber 2008 liegt in der Frauengruppe bei einem Zuwachs von 6 %, während die Männergruppe um lediglich 1 % gewachsen ist. Die Zuwächse der Frauen lassen sich für alle vier Berufsgruppen beobachten. In Folge dieser Veränderungen haben die Frauen im Jahr 2010 nunmehr in zwei der vier Berufsgruppen die Mehrheit erreicht. Neben der darstellenden Kunst bilden sie nunmehr auch in der Gruppe Wort ganz knapp die Mehrheit.

2.6. Der Kultursektor

Abb. 2.7: Erwerbstätige im Kultursektor (ohne Kreativbranchen: Software/Games, Presse und Werbevermittlung) 2006

	Erwerbstätige (1)	
	Anzahl 2006	%-Anteil 2006
Selbstständige in der Kulturwirtschaft*	18.868	20 %
Abhängig Beschäftigte in der Kulturwirtschaft*	63.625	66 %
Abhängig Beschäftigte im öfftl. Kulturbetrieb (Theater, Orchester, etc.)**	9.070	9 %
Abhängig Beschäftigte im gemeinn. Kulturbetrieb (ö.-r. Rundfunk, etc.)**	4.276	4 %
Kultursektor insgesamt	95.839	100 %

Hinweise: * Kulturwirtschaft umfasst 8 der 11 Teilmärkte ohne die Kreativbranchen: Werbevermittlung WZ 74.40.2, Software/Games WZ 72.2 und Pressemarkt WZ 22.1 (abzgl. 22.11.1, 22.14, 92.4). **nur Mindestangaben, da große Teile des öffentlichen und gemeinnützigen/intermediären Kulturbetriebs (WZ 92.3 und 92.5) nicht durch amtliche Statistiken hinreichend erfasst werden. (1) Erwerbstätige einschließlich geringfügig Beschäftigte, Differenzen rundungsbedingt. Datenjahr 2006 notwendig, da einzelne Fachstatistiken nicht aktueller vorlagen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, verschiedene Fachstatistiken, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Auf der Basis der Daten zur Erwerbstätigkeit im Kultursektor lässt sich ein erstes Bild mit vorläufigen Anhaltswerten darstellen. Der Kultursektor insgesamt umfasst dabei nach dem sog. Dreisektorenmodell den privatwirtschaftlichen, den öffentlichen und den gemeinnützigen/intermediären Teilsektor. Der privatwirtschaftliche (Kultur)-Teilsektor wird ohne den Werbemarkt (Werbevermittlung) sowie Software-/Games-Industrie gerechnet.

Insgesamt sind danach mindestens rund 95.800 Erwerbstätige rechnerisch dem Kultursektor zuzuordnen. Die *Selbstständigen in der Kulturwirtschaft* mit 18.900 Personen und einem Anteil von 20 % stehen nach dem 3-Sektoren-Modell im Fokus.

Im privatwirtschaftlichen Teil des Kulturbetriebs oder der *Kulturwirtschaft im engeren Sinne* werden rund 63.600 Personen oder 66 % eine abhängige Beschäftigung angeboten.

Der *öffentliche Kulturbetrieb* bietet rund 9.070 Personen oder 9 % eine Beschäftigung. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass dieser Sektor in hohem Maße durch unterschiedlichste Beschäftigungsformen geprägt wird.

Der *gemeinnützige/intermediäre Kulturbetrieb*, zu dem neben den gemeinnützigen Einrichtungen auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk gezählt wird, bietet mindestens für rund 4.300 Personen oder 4 % der Gesamterwerbstätigkeit existenzsichernde Arbeitsplätze.

Aus regionaler Sicht sind in einzelnen Teilmärkten folgende Einrichtungen und Ereignisse zu nennen, die eher dem gemeinnützigen/intermediären Kultursektor zugerechnet werden können:

Im Markt Musikwirtschaft sind die *Schwetzingen Schlossfestspiele*, die *Ludwigsburger Schlossfestspiele* und die *Donauschinger Musiktage* oder das *renommierte Freiburger „ensemble recherche“*, ein Orchester für zeitgenössische Musik, von überregionaler Bedeutung. Des Weiteren ist das Stimmenfestival zu nennen, welches jährlich in Lörrach und in Nachbarkommunen, mittlerweile auch in Frankreich und der Schweiz stattfindet. Ebenso ist das Freiburger Konzerthaus zu nennen, ein Veranstaltungshaus für Kongresse wie Konzerte, für Ausstellungen und Präsentationen, für Empfänge, Bälle und Symposien mit einer Gesamtkapazität von 1.744 Plätzen.

Im Markt für darstellende Künste sind beispielhaft das *TanzFestival Freiburg* und das *Freiburger Puppentheaterfestival „Figuren gehen um“* zu nennen.

Übersichten über Einrichtungen und Veranstaltungen beispielsweise in den Bereichen Theater, Festspiele und Musik im öffentlichen und gemeinnützigen Kultursektor sind in der Mitteilung des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst zu *„Kultur 2020. Kunstpolitik für Baden-Württemberg“*, Drucksache 14/6232 vom 4. Mai 2010, Seite 28 bis 60 enthalten.

Insgesamt ist für die Interpretation der vorgelegten Angaben zum Kultursektor zu berücksichtigen, dass es sich hier um vorläufige Angaben handelt, die lediglich als Mindestangaben zu betrachten sind. Ein großer Teil des öffentlichen und gemeinnützigen/intermediären Kulturbetriebs wird über die Daten der amtlichen Statistik noch nicht hinreichend abgebildet. Die vielfältigen Beschäftigungsformen des öffentlichen Kulturbetriebs müssen zukünftig ergänzend über neue Erhebungswege erfasst werden. Dieser Hinweis gilt in verstärkter Form für den gemeinnützigen/intermediären Kulturbetrieb, der zusätzlich durch einen hohen Anteil an freiwillig oder ehrenamtlich Tätigen getragen wird.

3. Die elf Teilmärkte

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

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

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

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

Abb. 3.1: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2008

Teilmarkt	Unternehmen (Anzahl)	%-Anteil	Umsatz in Mio. Euro (reg.)	%-Anteil	Erwerbstätige (Anzahl)	%-Anteil	dar. sozialv. Beschäftigte (Anzahl)	%-Anteil
Musikwirtschaft	1.438	4 %	655	3 %	4.753	3 %	3.315	2 %
Buchmarkt	1.852	5 %	2.613	12 %	13.029	7 %	11.177	8 %
Kunstmarkt	1.766	5 %	256	1 %	2.228	1 %	462	0 %
Filmwirtschaft	1.612	5 %	419	2 %	3.301	2 %	1.689	1 %
Rundfunkwirtschaft	1.618	5 %	634	3 %	3.237	2 %	1.619	1 %
Markt für darstell. Künste	2.025	6 %	548	2 %	4.320	2 %	2.295	2 %
Designwirtschaft	5.078	15 %	2.233	10 %	19.779	11 %	14.701	10 %
Architekturmarkt	5.930	17 %	1.232	6 %	15.908	9 %	9.978	7 %
Pressemarkt	2.394	7 %	3.919	18 %	16.180	9 %	13.786	10 %
Werbemarkt	4.885	14 %	3.435	15 %	19.057	11 %	14.172	10 %
Software-/Games-Ind.	5.487	16 %	6.159	28 %	72.322	41 %	66.835	47 %
Sonstiges*	440	1 %	214	1 %	2.844	2 %	2.404	2 %
Summe (mit Doppelzähl.)	34.525	100 %	22.316	100 %	176.957	100 %	142.432	100 %
Doppelte Wirtschaftszw.	5.583	-	2.170	-	17.092	-	11.509	-
Kultur-/Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	28.942	-	20.145	-	159.864	-	130.923	-
Anteil an Gesamtwirt. in %	6,6 %	-	2,6 %	-	3,7 %	-	3,4 %	-

Hinweis: Erwerbstätige ohne geringfügig Beschäftigte. Einzelne Teilmärkte enthalten Wirtschaftszweige doppelt, deshalb ist die Summe der Teilmärkte höher als der angezeigte Wert in der Übersicht: Eckdaten. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

3.1. Musikwirtschaft in Baden-Württemberg

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

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

Marktstruktur

Abb. 3.2: Strukturdaten der Musikwirtschaft 2008

Wirtschaftszweig	Unternehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbstätige (3)	darunter: Beschäftigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Musikwirtschaft	1.438	655	4.753	3.315	1.372
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
Selbstständige Musiker/-innen, Komponist/-innen	16 %	3 %	5 %	0 %	1 %
Musik- und Tanzensembles	27 %	7 %	28 %	29 %	14 %
Verlag von bespielten Tonträgern u. Musikverlage	5 %	14 %	6 %	6 %	11 %
*Theater-/Konzertveranstalter	14 %	40 %	26 %	32 %	35 %
*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern etc.	4 %	7 %	9 %	11 %	6 %
*Sonstige Hilfsdienste des Kultur-/Unterhaltungsbetr.	9 %	5 %	8 %	7 %	14 %
Einzelhandel mit Musikinstrumenten u. Musikalien	26 %	23 %	18 %	15 %	19 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	4 %	3 %	3 %	2 %	2 %

Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet, (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

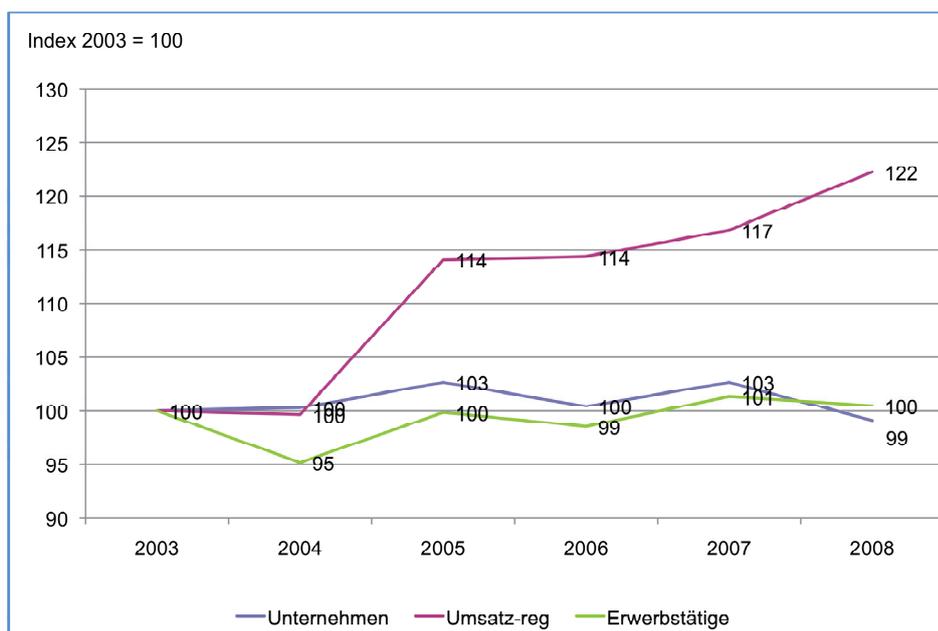
Die Musikwirtschaft beschäftigt im Jahr 2008 nach amtlichen Angaben insgesamt 4.753 oder 3 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von 3.315 Personen enthalten. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind in der Rangfolge die Musik- und Tanzensembles, die Theater-/Konzertveranstalter und der Musikeinzelhandel, die – gemessen an der Erwerbstätigkeit – jeweils Anteile von 28 % und 26 % erreichen.

Im Jahr 2008 erwirtschaftete die Musikwirtschaft ein Umsatzvolumen von rund 655 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 3 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind die Theater-/Konzertveranstalter, die alleine 40 % des gesamten Umsatzes erzielen. Der Musikeinzelhandel und die Tonträger- und Musikverlage belegen mit 23 % und 14 % Marktanteilen innerhalb der Musikwirtschaft die weiteren Rangplätze.

Die Zahl der Selbstständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Musikwirtschaft liegt zusammen bei insgesamt 1.438 oder 4 % der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darunter zählen die Musik-/Tanzensembles und die Musikeinzelhändler mit einem Anteil von 27 % bzw. 26 % zu den beiden größten Gruppen. Weitere nennenswerte Gruppen sind die selbstständigen Musiker mit einem Anteil von 16 %, sowie die Theater-/Konzertveranstalter mit einem Anteil von 14 %. Zusätzlich werden rund 1.370 geringfügig Beschäftigte beschäftigt, sodass die Zahl der Erwerbstätigen (Selbstständige, abhängig Beschäftigte einschließlich der Minijobber) einen Umfang von insgesamt 6.130 Erwerbstätigen in der Musikwirtschaft im Jahr 2008 erreicht.

Entwicklung

Abb. 3.3: Entwicklung der Musikwirtschaft 2003 bis 2008



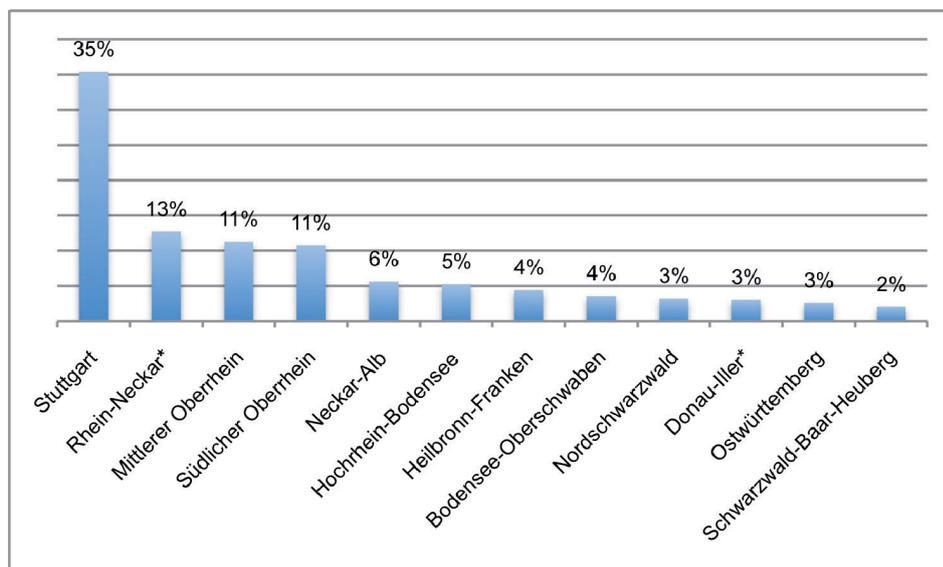
Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Übersicht zeigt eine schwankende Entwicklungslinie der Unternehmen, die seit dem Jahr 2003 eine stagnierende Tendenz aufweist und bis zum Jahr 2008 um 1 % zurückging. Nach diesem Befund drängen keine neuen Selbstständigen oder Kleinunternehmen in den Markt, obwohl die Entwicklungslinie des Gesamtumsatzes in der Musikwirtschaft einen positiven Verlauf im Vergleichszeitraum zeigt. So stieg die Umsatzentwicklung zwischen dem Zeitraum 2003 bis 2008 insgesamt um 22 % an. Diese Umsatzentwicklung wurde jedoch vorwiegend durch die Theater-/Konzertveranstalter und durch die Musikeinzelhändler als größte Umsatzträger geprägt. Die Musikensembles und selbstständigen Musiker konnten ihre Umsätze nicht oder nur in geringem Maße steigern. Die Entwicklung der Umsätze der Tonträger- und Musikverlage waren, wie in anderen Bundesländern auch, ebenfalls negativ.

Der für den Erwerbstätigenmarkt der Musikwirtschaft wichtigste Wirtschaftszweig waren die Theater-/Konzertveranstalter, die zum Jahr 2008 einen Personalstand von rund 1.250 erreichen konnten. Offenbar haben sie jedoch ihre positive Umsatzentwicklung nicht zum Personalaufbau eingesetzt. Im Zeitraum 2003 bis 2008 wurde der Personalbestand um 4 % abgebaut. Bis auf die sogenannten sonstigen Hilfsdienste des Kulturbetriebs mussten die meisten Musikwirtschaftszweige mit schrumpfenden Personalzahlen zurechtkommen. Immerhin konnte der zwischenzeitliche Rückgang der gesamten Erwerbstätigenzahl um 7 % wieder ausgeglichen werden, sodass im Jahr 2008 das Personalniveau der Musikwirtschaft insgesamt aus dem Jahr 2003 wieder erreicht wurde.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.4: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Musikwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg

Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus regionaler Perspektive treten neben der dominierenden Region Stuttgart drei weitere Regionen mit leichten Konzentrationen der Musikwirtschaft hervor: Die „Region Rhein-Neckar“ mit Schwerpunkt Mannheim sowie die beiden Regionen „Mittlerer Oberrhein“ mit Schwerpunkt Baden-Baden und „Südlicher Oberrhein“ mit Schwerpunkt Freiburg. Gemessen am Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Musikwirtschaft steht die Region Stuttgart mit 35 % (1.729 Erwerbstätige) unangefochten an der Spitze. Die in der Region ansässigen rund 500 Unternehmen und Freiberufler erwirtschaften 40 % des landesweiten Umsatzes. Der hohe Umsatzanteil ist nicht überraschend, da hier bedeutende Musicalunternehmen aktiv sind.

Für die jungen Künstler, Existenzgründer und kleinen Unternehmen der regionalen Musikwirtschaft verfügt Stuttgart über ein eigenes *Popbüro*. Mit einer breiten Angebotspalette von über 40 Unternehmen im Musikhandel bietet die Region Stuttgart außerdem eine bundesweit exzellente Angebotsstruktur für die Kunden des Musikmarktes.

An zweitplatzierter Stelle in der Musikwirtschaft folgt die Region Rhein-Neckar, die einen Anteil von 13 % (621 Erwerbstätige) am Landeswert erreicht. Die knapp 200 Unternehmen sind vorwiegend in Mannheim ansässig, die mit einigen bundesweit ausstrahlenden Organisationen und Unternehmen zu einem Markenzeichen der Musikwirtschaft geworden sind. Der *Musikpark Mannheim* ist das größte Existenzgründungszentrum in der Metropolregion, die *Popakademie Baden-Württemberg* bietet eine staatliche Ausbildung zu Musikbusiness und Popdesign und das Onlinemagazin *regioactive.de* hat sich zu einem wirkungsvollen Netzwerk für die regionale Musikwirtschaft entwickelt.

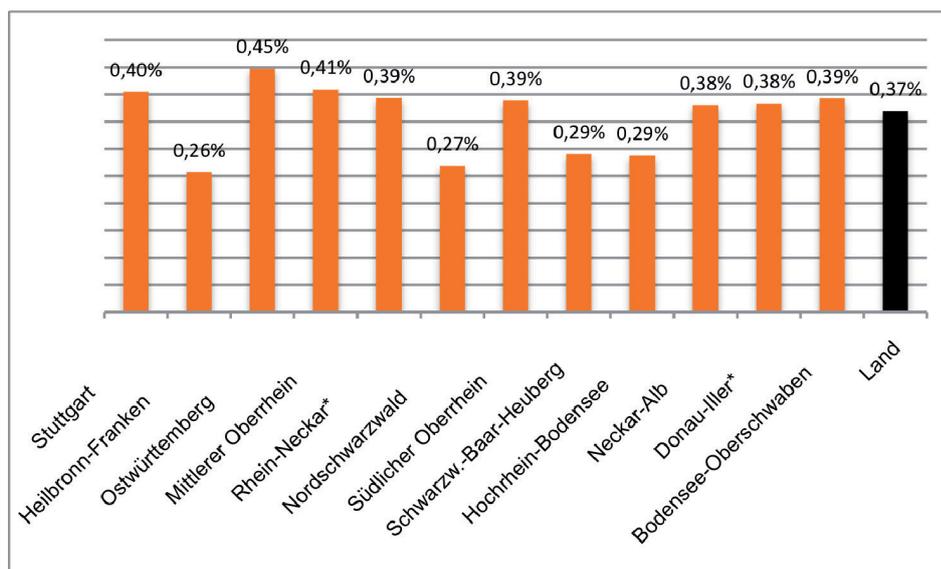
Auf den Rangplätzen drei und vier folgen die Regionen Mittlerer und Südlicher Oberrhein, die jeweils 11 % Anteil (551 und 526 Erwerbstätige) aufweisen. Als Zentrum des Mittleren Oberrheins kann das *Festspielhaus Baden-Baden* betrachtet werden. Es gilt mit seinen 2.500 Plätzen als bundesweit größtes Opern- und Konzerthaus und erzielt mit seinen jährlich 170.000 Besuchern rund 18 Mio. Euro Umsatz allein aus dem reinen Aufführungsbetrieb.² Im Südlichen Oberrhein be-

² <http://www.festspielhaus.de/haus/geschichte-entwicklung/>, Spielzeit 2007/2008

herbergt die Stadt Freiburg eines der weltweit bedeutendsten Barockorchester, das *Freiburger Barockorchester*, welches jährlich rund 3 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftet. Dieser wird zu 85 % durch Konzertbesucher (120.000 pro Jahr) erzielt.³

In den acht weiteren Regionen arbeiten zusammen 30 % des landesweiten Erwerbstätigenmarktes in der Musikwirtschaft. Auch wenn die jeweiligen prozentualen Anteilswerte für die einzelnen Regionen jeweils nur 2 % bis maximal 6 % erreichen, bedeutet es doch in absoluter Betrachtung, dass immerhin in jeder Region zwischen 100 und knapp 300 Erwerbstätige in der regionalen Musikwirtschaft tätig sind. Damit verbunden sind musikwirtschaftliche Umsätze von jeweils knapp 9 Mio. Euro bis zu 21 Mio. Euro in den Regionen.

Abb. 3.5: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Musikwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonnenunternehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass die Musikwirtschaft in vielen Regionen eine gleichwertige Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Musikunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinstunternehmen, Einpersonnenunternehmen oder Familienbetrieben mit mit-helfenden Familienangehörigen zählt. Diese Unternehmensformen sind sowohl in urbanen als auch in ländlich geprägten Räumen verbreitet. Die Regionen: Stuttgart, Ostwürttemberg, Mittlerer und Südlicher Oberrhein, Rhein-Neckar, Neckar-Alb, Donau-Iller und Bodensee-Oberschwaben erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche Anteilswerte.

Die Musikinstrumentenproduktion in Baden-Württemberg wird wegen der besonderen Bedeutung in einem eigenen Kapitel einer gesonderten Betrachtung unterzogen. Dort werden dann andere Regionen, auch ländlichere Regionen, als besondere Standorte hervortreten.

Die Musikwirtschaft ist in vielfältiger Weise mit dem verwandten Markt für darstellende Künste verbunden. Dadurch werden mehrere Wirtschaftszweige sowohl der Kategorie Musik als auch der Kategorie der darstellenden Kunst zugeordnet. Zusätzlich steht der Musiktheater- und Konzertbetrieb in hohem Maße mit dem

³ Handelsblatt vom 7. März 2010.

nicht-kommerziellen Musikbetrieb, den öffentlich finanzierten Opernhäusern oder den Rundfunkorchestern der öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen in engen komplementären Austauschbeziehungen.

3.2. Buchmarkt in Baden-Württemberg

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

Die Besonderheit des Buchmarktes besteht darin, dass er sich nach wie vor unabhängig von den Print- und Medienmärkten als eigenständiger Teilmarkt behaupten kann. Buchverlage und Buchhandel verfügen noch immer über eine hohe eigene Marktidentität, die auch im brancheneigenen Fachverband „Börsenverein des deutschen Buchhandels – Landesverband Baden-Württemberg e. V.“ zum Ausdruck kommt.

Marktstruktur

Abb. 3.6: Strukturdaten des Buchmarkts 2008

Wirtschaftszweig	Unternehmen (1)		Umsatz (2b)		Erwerbstätige (3)		darunter: Beschäftigte (4)		zusätzlich: geringfügig Beschäftigte	
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008
Buchmarkt	1.852	2.613	13.029		11.177				3.207	
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil		%-Anteil		%-Anteil		%-Anteil	
Selbstständige Schriftsteller, Autor/-innen	35 %	2 %	5 %		0 %				3 %	
Buchverlag	25 %	78 %	62 %		68 %				42 %	
Einzelhandel mit Büchern	40 %	20 %	32 %		31 %				55 %	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	5 %	12 %	7 %		8 %				6 %	

Hinweise: (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Buchmarkt beschäftigt 2008 nach statistischen Angaben rund 13.000 oder 7,0% der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von knapp 11.200 Personen einen erheblichen Anteil im Buchmarkt ausmachen. Gemessen an den Arbeitsplätzen sind die Buchverlage mit einem Anteil von 62% bedeutender als der Bucheinzelhandel, der einen Anteil von 32% aufweist. Die selbstständigen Schriftsteller und Schriftstellerinnen kommen auf einen Erwerbstätigenanteil von 5%.

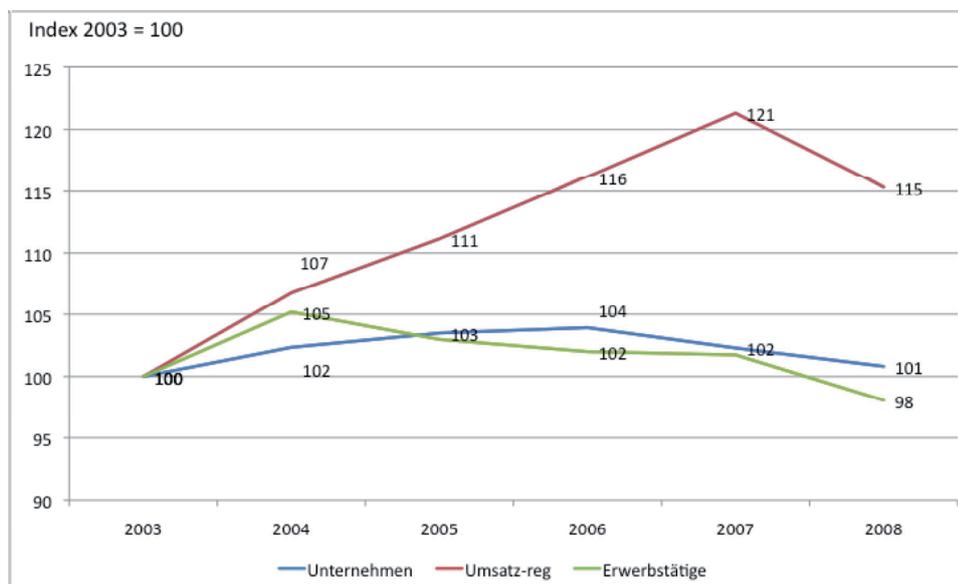
Baden-Württemberg ist Sitz zahlreicher Traditions- sowie Fachverlage. In Baden-Württemberg gibt es ca. 500 Buchverlage, 12% der Neuerscheinungen der deutschen Verlage stammen aus Baden-Württemberg. In Baden-Württemberg gibt es ca. 780 Buchhandlungen (Anmerkung: alle Zahlen beziehen sich auf 2008).

Im Jahr 2008 erwirtschaftet der Buchmarkt ein Umsatzvolumen von rund 2,6 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 12% des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Hier wiederum stellen die Buchverlage den wichtigsten Wirtschaftszweig dar, sie erzielen mehr als Dreiviertel des gesamten Umsatzes. Der Bucheinzelhandel erwirtschaftet 20%, die selbstständigen Schriftsteller und Schriftstellerinnen schaffen 2% des Buchmarktumsatzes.

Nimmt man die geringfügig Beschäftigten – die für den Buchmarkt erfahrungsgemäß nicht unwichtig sind – hinzu, ist der Buchmarkt in Baden-Württemberg mit insgesamt rund 16.200 Erwerbstätigen ein bedeutender Faktor für den Beschäftigungsmarkt.

Entwicklung

Abb. 3.7: Entwicklung des Buchmarkts 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

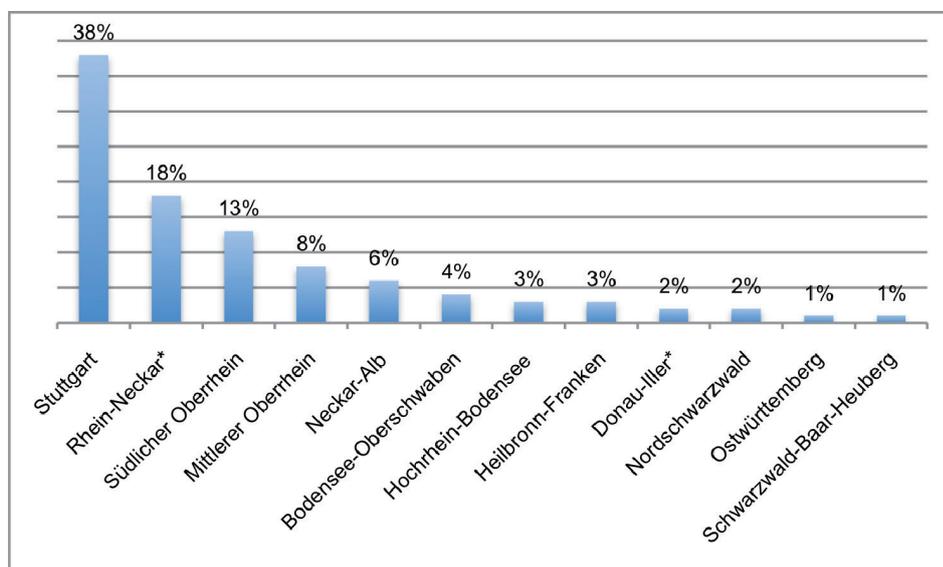
Wie die Übersicht zeigt, entwickelt sich der Umsatz des Buchmarktes von 2003 bis 2007 in einem stetig ansteigenden Verlauf und erreicht bis zum Jahr 2007 ein Plus von 21 % gegenüber dem Jahr 2003. Dieser Zuwachs wird vorwiegend durch die Umsatzergebnisse der Buchverlage getragen, die in diesem Zeitraum die wesentlichen Wachstumsträger in Baden-Württemberg waren. Zugleich prägen sie jedoch auch die Schwächeperiode im aktuellen Jahr 2008. So sind die Gesamtumsätze im Buchmarkt um mehr als 5 % zurückgegangen, da sowohl die Buchverlage, als auch der Bucheinzelhandel Rückgänge zu verzeichnen hatten. Die Umsätze der kleinsten Akteure, der selbstständigen Schriftsteller und Autoren, können wegen des quantitativen Gewichts diesen Trend nicht beeinflussen. Dennoch sind sie die einzige Gruppe des Buchmarkts, die im gesamten Vergleichszeitraum 2003 bis 2008 kontinuierlich ihre Umsätze vergrößern konnten. Im Vergleich 2003 zu 2008 stiegen die Umsätze um 26 %.

So ist es nicht erstaunlich, dass auch die Zahl der selbstständigen Schriftsteller und Autoren gestiegen ist. Mit einem Plus von 21 % zwischen 2003 und 2008 legt die Zahl der Schriftsteller und Autoren zu. Hingegen hat sich die Unternehmensentwicklung im Bucheinzelhandel und bei den Buchverlagen negativ entwickelt. Mit Minusraten von 10 % bzw. 3 % sind beide Segmente im Vergleichszeitraum 2003 zu 2008 geschrumpft. In der Gesamtbetrachtung des Buchmarktes bleibt die Zahl der Unternehmen zwischen 2003 und 2008 – bis auf einen kleinen Zuwachs zum Jahr 2006 – relativ konstant. Sie stagniert nunmehr bei einem Zuwachs von 1 %. Aber die Marktakteure haben sich geändert. Während immer weniger Buchhändler existieren können, wächst die Zahl der Autoren und Schriftsteller stetig an.

Diese gegenläufige Entwicklung bei den Autoren und Buchhändlern könnte eine Ursache für die Schrumpfung des Erwerbstätigenmarkts sein. So entwickelt sich die Zahl der Erwerbstätigen nach einem kleinen Hoch bis 2005 stetig in negativer Richtung weiter und liegt im Jahr 2008 bei einem Minus von 2 % gegenüber dem Jahr 2003. Es sind jedoch nicht die Buchhändler, sondern vor allem die Buchverlage, die diesen Negativtrend beeinflussen. Seit dem Höhepunktjahr 2004 mit mehr als 8.700 Erwerbstätigen haben sie kontinuierlich Personal abgebaut und beschäftigen im Jahr 2008 nur noch 8.100 Erwerbstätige, in Prozenten ausgedrückt bedeutet dies ein Minus von 7 %.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.8: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Buchmarkt 2007 in %



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus regionaler Perspektive tritt – wie schon bei der Betrachtung der Musikwirtschaft – erneut die Region Stuttgart hervor. Sie ist als Standort bundesweit führender Buchverlage naturgemäß für den regionalen Beschäftigungsmarkt von zentraler Bedeutung. 38 % aller Erwerbstätigen des baden-württembergischen Buchmarktes arbeiten in der Region Stuttgart.

Der baden-württembergische Landesverband des Börsenvereins des deutschen Buchhandels organisiert jährlich die *Stuttgarter Buchwochen* und *Stuttgarter Kinder- und Jugendbuchwochen*. Diese Aktionen wirken sich auch verstärkend auf den Buchhandelsumsatz aus. Die Buchhändler in Stuttgart können sich auf eine besonders hohe Kaufkraft für Bücher bei den Einwohnern stützen. Stuttgart zählt neben München, Rhein-Main oder Düsseldorf zu den Standorten mit extrem hoher Kaufkraft für Bücher.

Dieser Befund allein ist jedoch noch keine wirkliche Überraschung. Überraschend hingegen ist die Tatsache, dass das Land Baden-Württemberg die beste flächenmäßige Verbreitung der durchschnittlich guten Kaufkraft für Bücher in Deutschland aufweist. Im Schnitt liegt in fast allen baden-württembergischen Regionen die durchschnittliche Kaufkraft für Bücher bei 220 Euro je Person.⁴ Es gibt in Baden-Württemberg lediglich drei bis vier Landkreise, die einen niedrigeren Wert aufweisen.

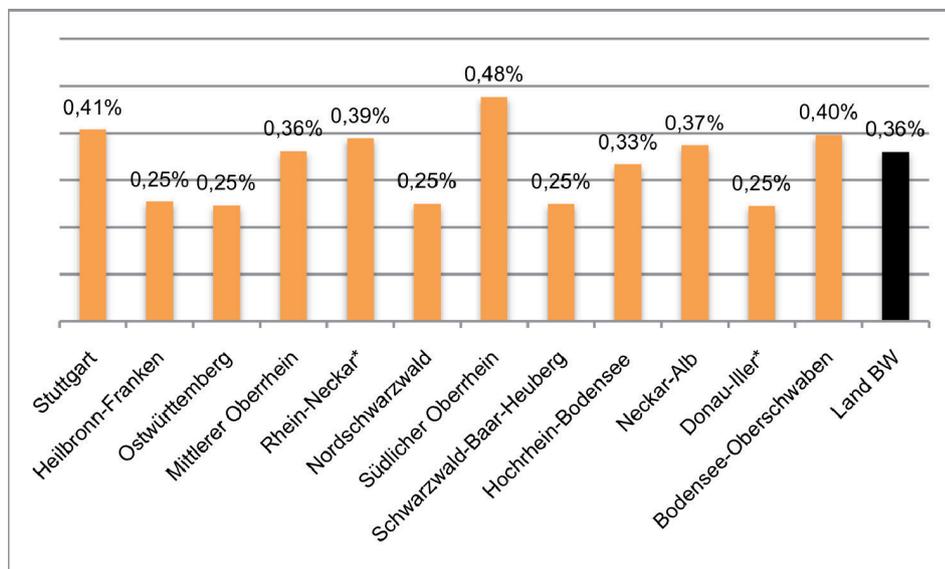
Neben der Region Stuttgart sind die Regionen Rhein-Neckar und Südlicher Oberrhein in der Rangfolge, gemessen an der Erwerbstätigkeit, ebenfalls von Bedeutung. Die Rhein-Neckar-Region u. a. mit den Städten Mannheim und Heidelberg erreicht einen Anteil von 18 % an der landesweiten Erwerbstätigkeit des Buchmarkts. Mit 13 % der Erwerbstätigkeit am Landesanteil liegt der Südliche Oberrhein auf dem dritten Rangplatz der Betrachtung.

Auch die nach der Übersicht dargestellten weiteren Regionen besitzen für den Buchmarkt noch bedeutende Unternehmen oder bieten besondere buchmarktspe-

⁴ Börsenverein des Deutschen Buchhandels: Buch und Buchhandel in Zahlen 2008 Abt. Marktforschung und Statistik, Frankfurt/M. 2008

zifische Aktivitäten. Die Region Mittlerer Oberrhein erreicht 8 %. Das entspricht einem absoluten Wert von mehr als 900 Erwerbstätigen. In der Stadt Karlsruhe findet jährlich die Karlsruher Bücherschau statt. In der Region Neckar-Alb arbeiten 6% oder 705 Personen im regionalen Buchmarkt.

Abb. 3.9: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Buchmarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg

Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass der Buchmarkt eine breite regionale Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Buchmarktunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinunternehmen, Einpersonenernehmen oder Familienbetrieben mit mithelfenden Familienangehörigen zählt. Diese Unternehmensformen sind sowohl in urbanen als auch in ländlich geprägten Räumen verbreitet. Die Regionen: Stuttgart, Südlicher Oberrhein, Rhein-Neckar, Neckar-Alb und Bodensee-Oberschwaben erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche Anteilswerte.

Insgesamt zählt der Buchmarkt zusammen mit der Musik- und Filmwirtschaft zu den klassischen Kulturmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Er wird in jedem Falle durch die wachsende Konvergenz der Medien und durch die Digitalisierung des Buches starke Veränderungen erleben.

3.3. Kunstmarkt in Baden-Württemberg

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

So wird der Kunsthandel in der amtlichen Statistik mit anderen artfremden wirtschaftlichen Aktivitäten zusammengelegt, wie zum Beispiel mit dem Verkauf von Geschenkartikeln, Hirschgeweihen, Briefmarken, etc. Deshalb kann der in Deutschland gültige Wirtschaftszweig „Einzelhandel mit Kunstgegenständen

etc.“ nicht ausschließlich für den Kunstmarkt angewendet, sondern lediglich in anteiliger Verwendung geschätzt werden. Zusätzlich enthält der Wirtschaftszweig „selbstständige bildende Künstler/-innen“ sowohl freie als auch angewandte Künstlerberufe.

Marktstruktur

Abb. 3.10: Strukturdaten des Kunstmarkts 2008

Wirtschaftszweig	Unternehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbstätige (3)	Darunter: Beschäftigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Kunstmarkt	1.766	256	2.228	462	365
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
Selbstständige bildende Künstler/-innen	79 %	52 %	70 %	37 %	34 %
Kunsthandel*	14 %	25 %	17 %	27 %	56 %
Museumsshops, Kunstaustellungen**	7 %	23 %	13 %	36 %	10 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	5 %	1 %	1 %	0 %	1 %

Hinweise: *Schätzung auf Basis des Wirtschaftszweigs Nr. 52.48.2, **Schätzung ohne Beschäftigte des öffentlichen und gemeinnützigen Museumsbetriebs, (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Kunstmarkt beschäftigt 2008 nach amtlichen Angaben und Schätzungen insgesamt 2.228 oder 1 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind sozialversicherungspflichtig Beschäftigte enthalten, die mit einer Zahl von 462 Personen einen eher geringen Anteil im Kunstmarkt ausmachen.

Der wichtigste Wirtschaftszweig ist, gemessen an der Zahl der Erwerbstätigen, die Gruppe der selbstständigen bildenden Künstler und Künstlerinnen, die rund 1.560 Personen (einschließlich einer geringen Zahl abhängig Beschäftigter) oder 70 % im Kunstmarkt ausmacht. Neben dieser aus der amtlichen Statistik ermittelten Zahl arbeitet zusätzlich eine große Zahl von freiberuflich tätigen bildenden Künstlern und Künstlerinnen im Kunstmarkt. So waren bei der Künstlersozialkasse im Jahr 2008 allein 6.500 Freiberufler in der Gruppe bildende Kunst registriert.

Die Zahl der Kunsthandelsunternehmen (Galerien, Kunstversteigerer, Handel) kann auf der Basis der amtlichen Statistik nur geschätzt werden und liegt bei 256 Unternehmen, die Zahl der Museumsshops und kommerziellen Veranstalter von Kunstaustellungen etc. bei rund 120 Unternehmen. Die Unternehmen bieten zusammen knapp 670 Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz. Das entspricht einem Anteil von 30 % am Kunstmarkt in Baden-Württemberg.

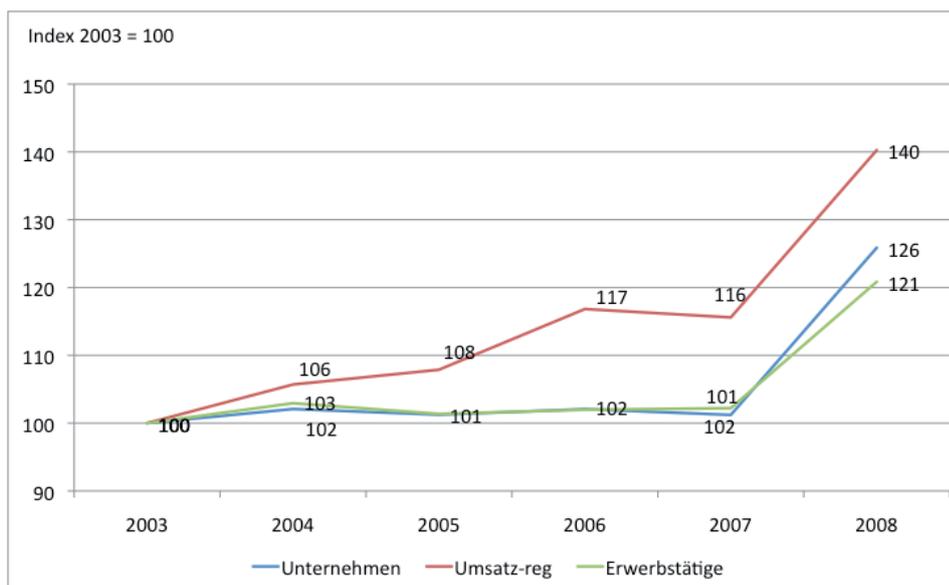
Im Jahr 2008 erwirtschaftet der Kunstmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 256 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 1 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der Kunstmarktumsatz verteilt sich in ungewöhnlicher Weise zu ungleichen Teilen auf die drei Wirtschaftszweige. So erzielen die Gruppe der bildenden Künstler einen Anteil von 52 %, der Kunsthandel 25 % und die Museumsshops sowie Kunstaustellungen zusammen 23 % am Marktvolumen des baden-württembergischen Kunstmarkts.

Insbesondere der überdurchschnittliche Umsatzanteil der selbstständigen bildenden Künstler fällt auf. Nach den Angaben der Steuerbehörden kann den bildenden Künstlern in Baden-Württemberg ein Umsatzvolumen von insgesamt 163 Mio. Euro zugeordnet werden, die sie im Jahr 2008 erzielt haben. Dieser Umsatz wurde von den Künstlern sowohl in Baden-Württemberg, als auch im überregionalen Kunsthandel oder über den direkten Umsatz bei der Sammlerkundschaft erzielt. Der auf Baden-Württemberg bezogene regionalisierte Umsatz läge immer noch bei 133 Mio. Euro. Im Bundesländervergleich konnte die Gruppe der baden-württembergischen bildenden Künstler mit einem überdurchschnittlichen Umsatzwert den zweiten Rangplatz hinter den NRW-Künstlern im Jahr 2008 erreichen. Im Durchschnitt erzielen die in Baden-Württemberg ansässigen bildenden Künstler einen Jahresumsatz von 117 Tsd. Euro je bildender Künstler im Jahr 2008, der erheblich über dem Bundesdurchschnitt von 99 Tsd. Euro je bildender Künstler liegt.

Der Umsatzanteil des Kunsthandels fällt deshalb geringer aus, da insbesondere größere Galerien und Kunsthändler erhebliche Anteile ihres Umsatzes im Ausland erzielen und diese über ihre ausländischen Dependancen bilanzieren. Hingegen versteuern die bildenden Künstler und Künstlerinnen ihre Umsätze in der Regel an ihrem deutschen Wohnsitz.

Entwicklung

Abb. 3.11: Entwicklung des Kunstmarkts 2003 bis 2008



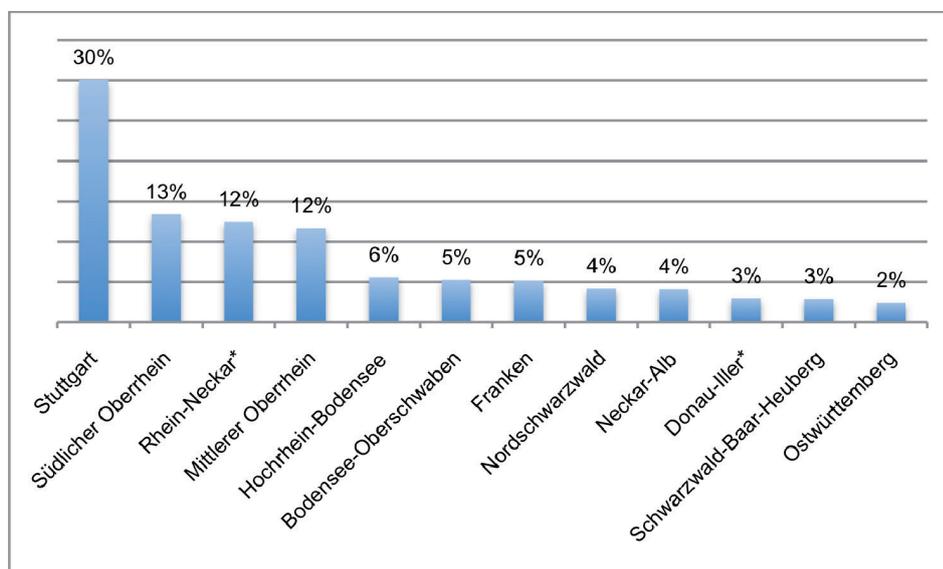
Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Kunstmarkts verläuft nach regelmäßiger Steigerung zwischen den Jahren 2003 und 2006 und nach einem Stagnationsjahr 2007 am Ende deutlich nach oben und belegt im Jahr 2008 ein Umsatzwachstum von 40 % gegenüber dem Jahr 2003. Wie schon oben angedeutet, ist die Gruppe der bildenden Künstler die treibende Kraft des Kunstmarktes. Aber auch die Kunsthändler und die Museumsshops haben nach wechselvollen Umsatzentwicklungen am Ende der Vergleichsperiode ihre Umsätze im Jahr 2008 gegenüber dem Jahr 2007 steigern können.

Die Wachstumslinie der selbstständigen bildenden Künstler und der Kunstmarktunternehmen, die seit dem Jahr 2003 bis zum Jahr 2007 stagnierende Tendenz aufweist, entwickelt sich plötzlich – analog zur Umsatzkurve – zum Jahr 2008 ebenso stark nach oben. 26 % mehr an Unternehmen und Künstlern sind im Jahr 2008 gegenüber dem Vergleichsjahr 2003 auf dem Kunstmarkt. Da die Umsatzkurve stärker angestiegen ist, als die Zahl der Unternehmen und Selbstständigen, dürfte sich die wirtschaftliche Lage für alle Akteure des baden-württembergischen Kunstmarkts deutlich verbessert haben.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.12: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Kunstmarkt 2007 in %



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

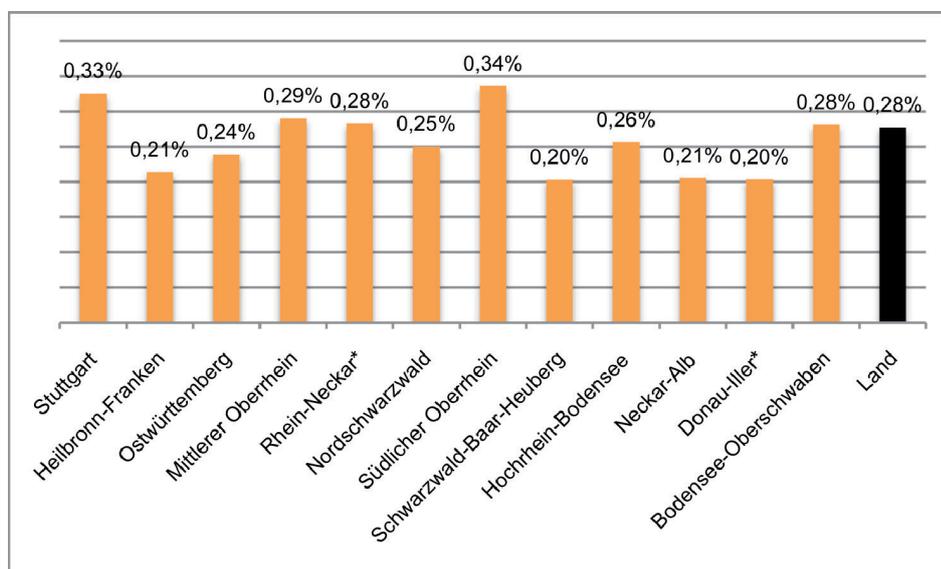
In regionaler Perspektive tritt erneut die Region Stuttgart als zentraler Kunstmarktstandort hervor. 30% aller Erwerbstätigen arbeiten in dieser Region. Diese Konzentration wird auch durch Angaben des *Landesverbandes Galerien in Baden-Württemberg e. V.* bestätigt. Von den 56 Mitgliedern des Landesverbandes sind 18 Galerien oder 32% allein in Stuttgart ansässig. Neben dem Galerienverband existiert außerdem der *Dt. Kunsthandelsverband e. V.*, dessen baden-württembergischen Mitglieder (13 an der Zahl) wiederum mehrheitlich in Stuttgart angesiedelt sind (7 Kunsthändler).

Zum dritten wichtigen Verband, dem *Bundesverband dt. Kunstversteigerer e. V.* mit 36 bundesweit relevanten Auktionshäusern zählen 5 Häuser aus Baden-Württemberg. Allerdings verteilen sich diese nicht mehr in Stuttgart allein, sondern sind in den Städten Heilbronn, Konstanz, Stuttgart mit jeweils einem Auktionshaus, in Heidelberg mit zwei Häusern ansässig.

Mit 13% bzw. jeweils 12% Anteil am Erwerbstätigenmarkt sind die Region Südlicher Oberrhein (insbesondere mit Freiburg), die Region Rhein-Neckar (insbesondere mit Mannheim und Heidelberg) sowie die Region Mittlerer Oberrhein (insbesondere mit Baden-Baden und Karlsruhe) für den Kunstmarkt von Bedeutung, was auch hier mit den typischen Agglomerationsvorteilen zusammenhängen dürfte.

Der für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft verwendete Indikator „Anteil der Erwerbstätigkeit im Kunstmarkt“ verdeckt ein wenig die Besonderheit des Kunstmarkts, der stärker als andere Teilbranchen durch inhabergeführte Unternehmen oder durch Künstlerateliers ohne Mitarbeiter geprägt ist. Betrachtet man hier z. B. die Verteilung der Künstlerverbände, so wird eine breite Struktur in allen Landesteilen sichtbar. Allein der *Landesverband Bildender Künstler und Künstlerinnen Baden-Württemberg e. V.* mit 1.600 Mitgliedern (Angaben des LV BBK BW) verfügt mit seinen Regionalverbänden: BBK Heidelberg, BBK Karlsruhe, BBK Mannheim, BBK Südbaden und BBK Ulm sowie dem VBKW-Verband Bildender Künstler und Künstlerinnen Württemberg über eine ausdifferenzierte Struktur im ganzen Land. Andere wichtige Künstlerverbände wie der Deutsche Künstlerbund e. V. oder der GEDOK – Verband der Gemeinschaften der Künstlerinnen sind für die Stärkung und Entwicklung der baden-württembergischen bildenden Künstler und Künstlerinnen von ebenso großer Bedeutung.

Abb. 3.13: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Kunstmarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass der Kunstmarkt in einigen Regionen eine gleichwertige Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Kunstmarktunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinstunternehmen, Einpersonenernehmen oder Familienbetrieben mit mit-helfenden Familienangehörigen zählt. Die Regionen: Stuttgart, Mittlerer und Südlicher Oberrhein, Rhein-Neckar sowie Bodensee-Oberschwaben erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche oder durchschnittliche Anteilswerte.

Insgesamt ist der Kunstmarkt ein diffiziler Teilmarkt, dessen wirtschaftliche Potenziale mittels empirischer Analyse nicht einfach zu erschließen sind. Trotz dieser Schwierigkeiten bleibt der Kunstmarkt auch weiterhin ein klassischer kulturwirtschaftlicher Teilmarkt, der in jede kultur- und kreativwirtschaftliche Analyse einbezogen werden muss.

Die verwandten kunsthandwerklichen Wirtschaftszweige sowie das Fotografische Gewerbe werden in einer eigenen Betrachtung als Teilmarkt einbezogen (siehe Kap. 4).

3.4. Filmwirtschaft in Baden-Württemberg

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

Zu den produzierenden und verbreitenden Unternehmen zählen die Film-/TV- und Videofilmherstellung, die Filmverleih- und Videoprogrammanbieter und die Kinos. Als Besonderheit ist darauf hinzuweisen, dass die Filmproduktion ebenso die Produktion von Fernsehfilmen einschließt und diese nicht zusätzlich in der Rundfunkwirtschaft erfasst wird. Die Filmwirtschaft steht in enger Beziehung zur Rundfunkwirtschaft und anderen audiovisuellen Branchen.

Marktstruktur*Abb. 3.14: Strukturdaten der Filmwirtschaft 2008*

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbs- tätige (3)	Darunter: Beschäftigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Filmwirtschaft	1.612	419	3.301	1.689	2.725
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
*Selbstständige Bühnenkünstler/-innen	52 %	16 %	28 %	4 %	6 %
Film-/TV- und Videofilmherstellung	34 %	31 %	36 %	38 %	9 %
Filmverleih- und Videoprogrammanbieter	5 %	18 %	6 %	6 %	5 %
Kinos	9 %	35 %	30 %	51 %	80 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	5 %	2 %	2 %	1 %	5 %

*Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet, (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.*

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Filmwirtschaft beschäftigt 2008 nach amtlichen Angaben insgesamt rund 3.300 oder 2 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von 1.689 Personen einen erheblichen Anteil in der Filmwirtschaft ausmachen. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist die Film-/TV-/Videoherstellung, die 36 % aller Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz bieten kann. An zweitplatzierter Stelle liegt die Kinowirtschaft, die 30 % aller Erwerbstätigen beschäftigt. Hierin sind noch nicht die geringfügig Beschäftigten enthalten, die traditionell stark im Kinosegment vertreten sind.

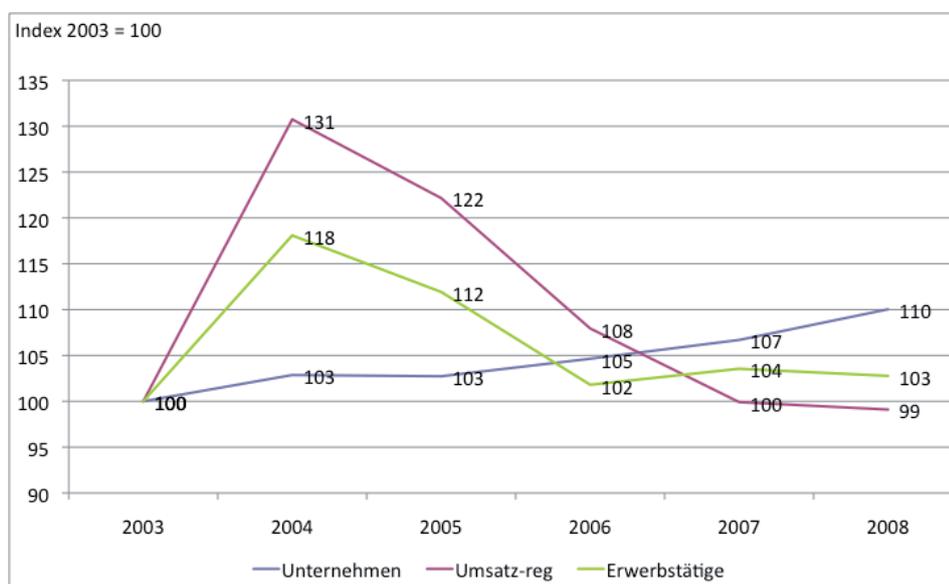
Mit 28 % erreichen die selbstständigen Bühnenkünstler ebenfalls im Erwerbstätigenmarkt einen beachtlichen Anteilswert. Hier sind meist Freiberufler und Einzelunternehmer ohne weitere abhängig Beschäftigte tätig. Unter Hinzunahme der Zahl der geringfügig Beschäftigten, arbeiten in der baden-württembergischen Filmwirtschaft im Jahr 2008 insgesamt rund 6.000 Erwerbstätige.

Im Jahr 2008 erwirtschaftete die Filmwirtschaft ein Umsatzvolumen von schätzungsweise knapp 420 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 2 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Ein wichtiger Wirtschaftszweig ist die Film-/TV-/Videoherstellung, die mit 130 Mio. Euro ein knappes Drittel des gesamten Umsatzes erzielt. Noch bedeutsamer jedoch ist die Kinowirtschaft, die 35 % Marktanteil belegt und damit fast doppelt so gewichtig ist, wie der Filmverleih, dessen Umsatzanteil bei 18 % im Jahr 2008 liegt. Selbst die selbstständigen Bühnenkünstler erreichen mit einem Umsatzanteil von 16 % noch einen nennenswerten Marktanteil an der baden-württembergischen Filmwirtschaft.

Die Zahl der Selbstständigen und steuerpflichtigen Unternehmen liegt zusammen bei knapp 1.620 oder 5 % der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die selbstständigen Bühnenkünstler bilden erwartungsgemäß mit mehr als der Hälfte aller Selbstständigen und Unternehmer die stärkste Gruppe. An zweiter Stelle folgen die Filmproduktionsfirmen, die auf einen Unternehmensanteil von 34 % kommen. Die Filmverleiher mit 5 % und die Kinounternehmen mit 9 % folgen auf den weiteren Plätzen.

Entwicklung

Abb. 3.15: Entwicklung der Filmwirtschaft 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

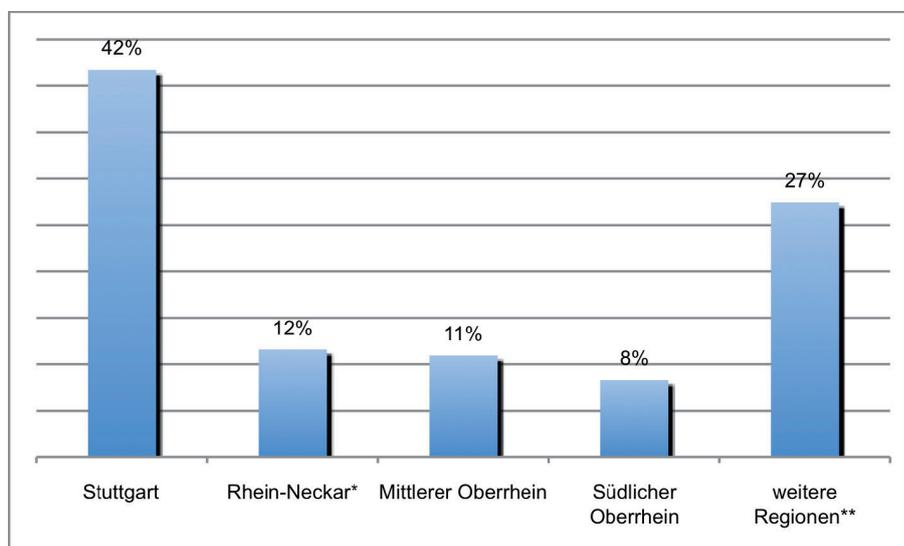
Die Abbildung zeigt eine ruhige Wachstumslinie der Unternehmen einschließlich der selbstständigen Bühnenkünstler, die seit dem Jahr 2003 langsam ansteigt und zum Jahr 2008 um 10 % gewachsen ist. Die Entwicklung wird sowohl von den selbstständigen Bühnenkünstlern als auch von den Filmproduktionsfirmen geprägt, die beide im Vergleichszeitraum um 13 % bis 14 % zulegen konnten. Hingegen mussten die Filmverleiher und Kinounternehmen im gleichen Zeitraum eine Schrumpfung von jeweils minus 12 % und 7 % hinnehmen.

Der Verlauf der Umsatzentwicklung der Filmwirtschaft zeigt nach einem sehr guten Start am Beginn des Vergleichszeitraums mit einem Plus von 31 % zum Jahr 2004 einen stetigen Rückgang bis 2007. Seitdem stagniert der Umsatz der Filmwirtschaft in Baden-Württemberg. Während zum Beginn der Vergleichsperiode vor allem die Filmverleiher und Kinounternehmen ein überdurchschnittliches Wachstum erzielen konnten, sind es wiederum diese beiden Wirtschaftszweige, die für das Minuswachstum in den Folgejahren verantwortlich sind. Da auch die Filmproduktion seit dem Jahr 2005 schwierige Folgejahre zu verzeichnen hatte, ist die wirtschaftliche Gesamtlage der Filmwirtschaft in Baden-Württemberg zum Jahr 2008 wieder auf dem Niveau des Jahres 2003 angekommen.

Durch diese schwierige Umsatzentwicklung konnte auch kein nennenswerter Zuwachs im Erwerbstätigenmarkt geschaffen werden. Nach dem Aufschwungjahr 2004 sank im Gefolge des Umsatzrückganges auch die Zahl der Erwerbstätigen bis zum Jahr 2006. Seitdem stagniert der Erwerbstätigenmarkt in der Filmwirtschaft und erreicht zum Jahr 2008 ein kleines Plus von 3 % gegenüber 2003.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.16: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Filmwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg; **wegen Datenschutz nicht einzeln darstellbar.

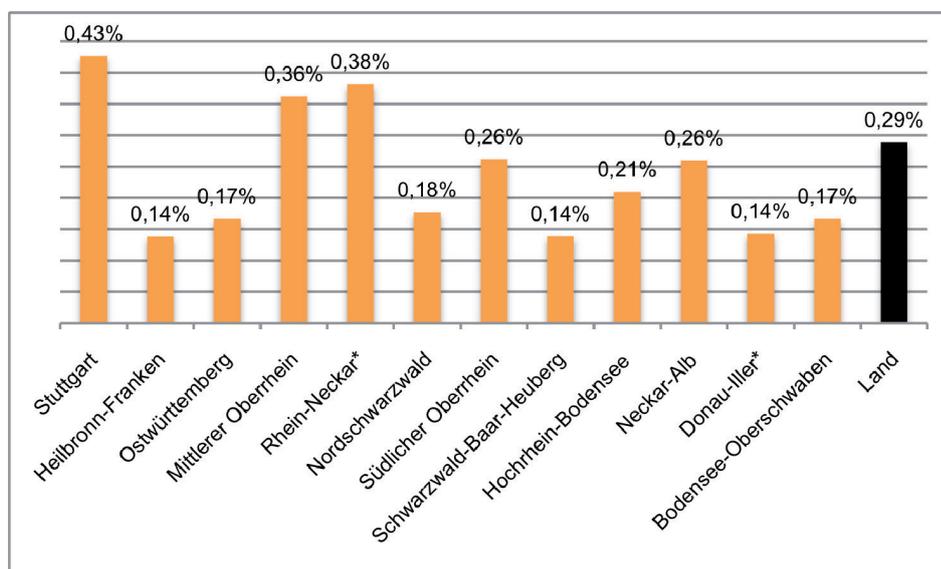
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In regionaler Perspektive steht die Region Stuttgart an der Spitze der regionalen Filmwirtschaft, gemessen am Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Filmwirtschaft. Die Region verfügt über wichtige Infrastruktureinrichtungen, die neben den rein wirtschaftlichen Unternehmen der Filmwirtschaft als „kristalline Strukturen“ wirken können. Die *Filmakademie Baden-Württemberg* in Ludwigsburg schafft es schon seit Jahren, durch ihre Ausbildungsleistungen europaweite Aufmerksamkeit für das Land Baden-Württemberg zu erzeugen. Das *Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart*, organisiert durch die *Film- und Medienfestival GmbH*, gilt als eines der weltweit größten und wichtigsten Festivals für professionelle Animationsfilmkunst. Ergänzt wird das Trickfilm-Festival durch die *Fachkonferenz FMX – Konferenz für Animation, Visuellen Effekte, Games und Interaktiven Medien*. Zusätzlich sind landesweit wichtige Institutionen in Stuttgart ansässig, wie die MFG Medien- und Filmgesellschaft mbH, die für die filmwirtschaftliche und filmkulturelle Entwicklung des ganzen Landes zuständig ist oder das *Filmbüro Baden-Württemberg e. V.*, das die Entwicklungschancen für Filmschaffende verbessert. Bundesweit einzigartig ist das Haus des Dokumentarfilms mit dem jährlichen Branchenkongress Dokville und der Verleihung des Deutschen Dokumentarfilmpreises alle zwei Jahre.

In rund der Hälfte der 12 Regionen wurden sogenannte *Film Commissions* eingerichtet, zunächst in Stuttgart, dann in Ulm, Freiburg, Bodensee-Oberschwaben, Rhein-Neckar und Baden-Baden/Karlsruhe. Diese bundesweit einmaligen Institutionen leisten regionale Beratungsdienste für die Realisierung von Filmwirtschaftsprojekten oder zur Durchführung filmkultureller Aktivitäten.

Die Region Rhein-Neckar (mit Mannheim, Heidelberg) liegt, gemessen am Anteil der Erwerbstätigen an zweiter Stelle in der Rangfolge. Rund 12% aller Erwerbstätigen arbeiten in dieser Region. Neben den filmwirtschaftlichen Unternehmen bietet diese Region mit dem *Internationalen Filmfestival Mannheim-Heidelberg* ebenfalls ein renommiertes Event, welches zu den bundesweit wichtigen Filmfestivals für den Autorenfilm junger Filmemacher zählt. Die Regionen Mittlerer und Südlicher Oberrhein erreichen prozentuale Anteilswerte von 11% bzw. 8%, gemessen an der Erwerbstätigkeit der landesweiten Filmwirtschaft.

Abb. 3.17: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Filmwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer etwas anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass die Filmwirtschaft auch in anderen Regionen eine Substanz aufweisen kann. Als Kennzahl wurde der Anteil der Filmunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinstunternehmen, Einpersonenernehmen oder Familienbetrieben mit mithelfenden Familienangehörigen zählt. Die Regionen: Stuttgart, Mittlerer Oberrhein und Rhein-Neckar erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche Anteilswerte. Allerdings zeigt diese Darstellung auch, dass die Filmwirtschaft sich in wenigen Regionen konzentriert und damit die erste regionale Perspektive nach den landesweiten Schwerpunkten bestätigt.

Aus einer städtischen Perspektive zählt die Stadt Karlsruhe in der Region Mittlerer Oberrhein zu den Städten mit dem besucherintensivsten Kinopublikum. Im Jahr 2007 wurden 4,5 Kinobesuche pro Einwohner von der Filmförderungsanstalt (FFA)⁵ ermittelt. Nur die Stadt Freiburg erzielte mit einem Wert von 5,2 Kinobesuchen pro Einwohner einen noch höheren Wert als Karlsruhe. Jedoch selbst die Städte Stuttgart oder Mannheim erreichen mit Werten von 3,5 bzw. 2,5 Kinobesuchen noch höhere Werte als der Bundesdurchschnitt, der bei 1,5 Kinobesuchen pro Einwohner im Jahr 2007 ermittelt wurde.

Trotz der schwierigen filmwirtschaftlichen Gesamtlage erzielen die genannten Städte auch an der Kinokasse überdurchschnittliche Umsätze. In Stuttgart wurde 2007 ein Umsatz von 12,8 Mio. Euro erzielt. Damit lag die Stadt im bundesweiten Städteranking auf dem 5. Rangplatz, vor Frankfurt a. M. und Bremen, die beide eine größere Einwohnerzahl aufweisen. Die Stadt Karlsruhe erzielte einen Umsatz von 8,2 Mio. Euro und liegt damit auf dem 10. Rangplatz der Kinoumsätze im Städteranking (Rangplatz nach Einwohnerzahl: 19). Die Stadt Freiburg erreicht mit 6,9 Mio. Euro an Kinoumsätzen den 13. Rangplatz (Rangplatz nach Einwohnerzahl: 27) (alle Angaben, FFA).

⁵ Filmförderungsanstalt: Kinoergebnisse 2007 – Städte in Deutschland mit über 200.000 Einwohnern.

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

3.5. Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg

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

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

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

In der Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg sind folgende Rundfunkanbieter im Markt aktiv: Lokal-TV und Ballungsraum-TV, Lokales Sparten-TV, bundesweites Free-TV sowie Teleshopping im Fernsehmarkt; Lokaler und landesweiter Hörfunk, bundesweiter Hörfunk sowie Webradio im Hörfunkmarkt. Zusätzlich müssen die privatwirtschaftlichen Betriebe des *Südwestrundfunks (SWR)* einbezogen werden, während das öffentlich-rechtliche SWR-Unternehmen nicht Teil der privaten Rundfunkwirtschaft ist, da es durch Gebühren und nicht über den Markt finanziert wird.

Marktstruktur

Abb. 3.18: Strukturdaten der Rundfunkwirtschaft 2008

Wirtschaftszweig	Unternehmen (1) Anzahl 2008	Umsatz (2b) in Mio. Euro 2008	Erwerbstätige (3) Anzahl 2008	Darunter: Beschäftigte (4) Anzahl 2008	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte Anzahl 2008
Rundfunkwirtschaft	1.618	634	3.237	1.619	317
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
*Selbstständige Journalistenbüros	96 %	18 %	55 %	13 %	54 %
Rundfunkveranst., H.v.-Hörf./-Fernsehprogrammen	4 %	82 %	45 %	87 %	46 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	5 %	3 %	2 %	1 %	1 %

Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet, (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

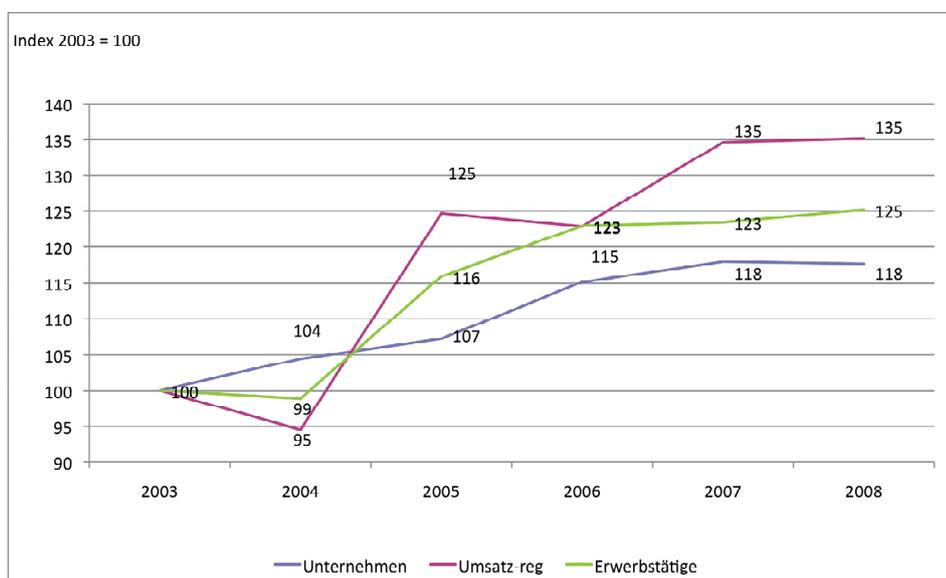
Die amtliche Statistik weist für die Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg im Jahr 2008 insgesamt 59 Rundfunkunternehmen mit einem Anteil von 4 % und 1.559 selbstständigen Journalistenbüros mit einem Anteil von 96 % aus. Zusammen sind dies 1.618 Unternehmen, die insgesamt mehr als 3.200 Erwerbstätige beschäftigen. Die Erwerbstätigen der Rundfunkwirtschaft wiederum erreichen einen Anteil von 2 % an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.

Zu den Erwerbstätigen zählen die abhängig Beschäftigten, die mit einer Zahl von mehr als 1.600 Personen die Hälfte der Rundfunkwirtschaft ausmachen. Die Zahlenangabe bezieht sich ausschließlich auf sogenannte sozialversicherungspflichtig Beschäftigte mit mindestens einer Teilzeitstelle ab der Hälfte der regulären wöchentlichen Arbeitszeit. Die andere Hälfte der Erwerbstätigen umfasst die Selbstständigen mit ebenfalls etwas mehr als 1.600 Personen. Unter Einbeziehung der statistisch nachweisbaren geringfügig Beschäftigten erreicht die Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg einen Gesamtumfang von mindestens 3.500 Personen.

Zum Verständnis des Umsatzvolumens in Baden-Württemberg ist die Unterscheidung zwischen einem unternehmensbezogenen Umsatz und einem betriebsbezogenen Umsatz von Bedeutung. Da eine Reihe von Rundfunkveranstaltern ihren Unternehmenssitz außerhalb des Bundeslandes haben, jedoch Wirtschaftsbetriebe in Baden-Württemberg betreiben, spiegelt der durch die amtliche Statistik nachweisbare Umsatz nicht das wirtschaftliche Potenzial des Rundfunkmarktes in Baden-Württemberg wider. Nach der Umsatzsteuerstatistik kann für die in Baden-Württemberg mit rechtlichem Unternehmenssitz ansässigen Unternehmen lediglich ein Umsatzvolumen von 343 Mio. Euro nachgewiesen werden. Um ein marktnäheres Umsatzvolumen für Baden-Württemberg angeben zu können, wurde ein durchschnittlicher Umsatzwert je Erwerbstätigem ermittelt und dieser auf die in Baden-Württemberg tatsächlich aktiven Betriebe übertragen. Danach lässt sich für die Rundfunkwirtschaft ein Umsatzvolumen von mindestens 634 Mio. Euro ermitteln. Dieser Wert entspricht dem betriebsbezogenen Umsatz, während der oben genannte Wert einen unternehmensbezogenen Umsatz widerspiegelt. Insgesamt erreicht die Rundfunkwirtschaft damit einen Anteil von 3 % am gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatz.

Entwicklung

Abb. 3.19: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

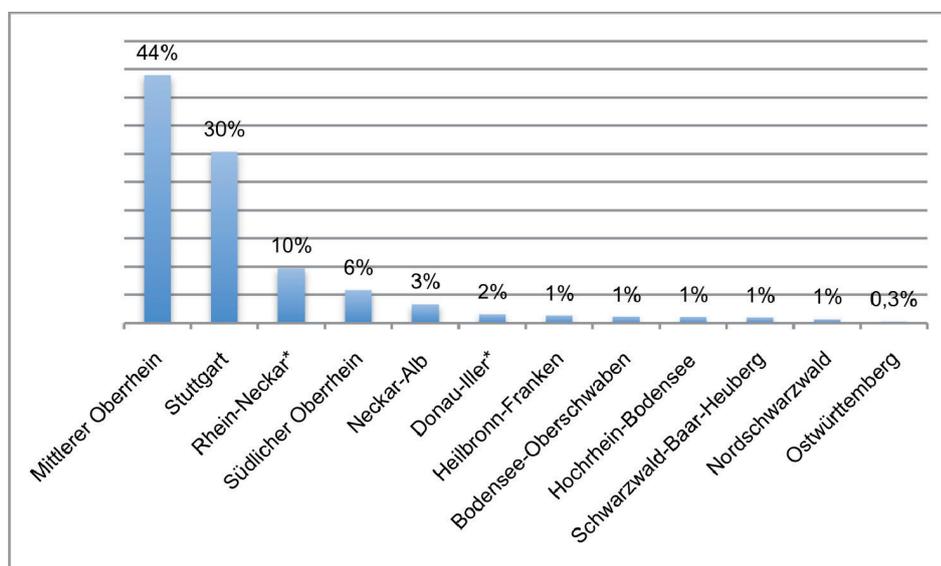
Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie der Unternehmen, mit einer Zunahme seit dem Jahr 2003 bis 2008 kontinuierlich um 18%. Die Entwicklung wird insbesondere von den kleinen Akteuren, den Journalistenbüros geprägt, die jedoch ab dem Jahr 2007 nicht mehr an Zahl zugenommen haben. Die Zahl der Rundfunkveranstalter und Programmunternehmen bleibt, nach einem Höhepunkt im Jahr 2003 (64 Unternehmen), seitdem auf einem Stand von 53 und 59 Unternehmen konstant.

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens der Rundfunkwirtschaft spiegelt nach zwischenzeitlichen Rückgängen in den Jahren 2004 und 2006 einen deutlichen Zuwachs bis zum Jahr 2007 wider. Der Umsatz steigt im Vergleich zu 2003 um 35 %, kann jedoch in 2008 keinen weiteren nennenswerten Entwicklungsschub mehr erreichen. Das gesamte Umsatzvolumen wird im Wesentlichen durch die Rundfunkveranstalter und Programmunternehmen getragen. Diese erwirtschafteten nach einem Anfangsvolumen im Jahr 2003 in Höhe von 371 Mio. Euro am Ende des Vergleichszeitraums einen Umsatz von 517 Mio. Euro (Vorjahr 2007: 514 Mio. Euro).

Der Entwicklungsverlauf im Erwerbstätigenmarkt der Rundfunkwirtschaft ist nach einem schwachen Verlauf zum Jahr 2004 stetig angestiegen und hat im Jahr 2008 einen Zuwachs von 25 % erreicht. Hier ergänzen sich die wechselhaften Entwicklungen der beiden Wirtschaftszweige Journalisten und Veranstalter zu einem gemeinsamen Trend, der weitgehend eine positive Entwicklung für die Rundfunkwirtschaft insgesamt ergibt.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.20: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Rundfunkwirtschaft einschließlich öffentlich-rechtl. Rundfunkbetrieb 2007 in %



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus regionaler Perspektive wirken sich die Verflechtungsbeziehungen zwischen dem privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk deutlicher aus, als aus der Landesperspektive. Deshalb werden die Schwerpunkte des Erwerbstätigenmarktes für den Rundfunksektor insgesamt betrachtet.

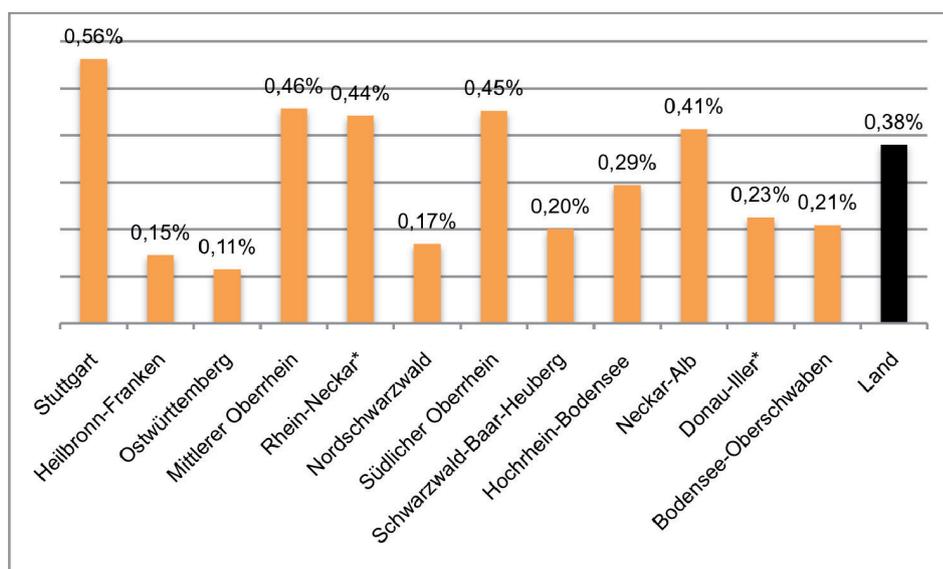
Danach liegt die Region Mittlerer Oberrhein mit einem Erwerbstätigenanteil von 44 % an der Spitze der landesweiten Rundfunklandschaft, gefolgt von der Region Stuttgart, die einen Anteil von 30 % erreicht. Auf nächsten Positionen folgen die Region Rhein-Neckar mit einem Anteil von 10 % und die Region Südlicher Oberrhein mit 6 %. Die weiteren acht Regionen erreichen zusammen einen Anteilswert von 10 %.

Nach den gesetzlichen Vorgaben der *Landesanstalt für Kommunikation (LFK)* gibt es bestimmte Veranstalter bzw. Programme, die vorrangig in Baden-Württemberg verbreitet werden müssen. Dazu zählen, neben bundesweiten Sendern, die privaten und öffentlich-rechtlichen Programme: *REGIO.TV Böblingen*, *REGIO*

TV EURO 3, REGIO TV SCHWABEN, REGIO.TV Stuttgart, RNF, R.TV Karlsruhe, TV Südbaden sowie der SWR mit seinen sechs Hörfunkprogrammen und einem Fernsehprogramm.

Nach Einschätzung der LFK (Pressekonferenz vom 22. Dezember 2009) gilt der baden-württembergische Hörfunkmarkt als hochprofitabel. Dies ist das Ergebnis eines weitverzweigten Veranstalternetzes in allen Teilen des Landes. Sowohl die regional bedeutsamen Sender wie *bigFM*, *Radio Regenbogen*, *Hit-Radio Antenne 1* oder *Radio 7*, als auch die zahlreichen Lokalsender können offensichtlich das jeweilige regional-lokale Hörerpublikum erfolgreich an sich binden. Radio Ton ist mit einer technischen Reichweite von über vier Millionen Hörern das größte Regionalsender-Network Baden-Württembergs.

Abb. 3.21: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Rundfunkwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass die Rundfunkwirtschaft in vielen Regionen eine gleichwertige Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Rundfunkunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Die Regionen: Stuttgart, Mittlerer und Südlicher Oberrhein, Rhein-Neckar sowie Neckar-Alb erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche Anteilswerte.

Neben den privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Programmen verfügt Baden-Württemberg darüber hinaus über ein hervorragendes nicht-kommerzielles Angebot mit allein neun Hörfunkveranstaltern an verschiedenen Standorten, sowie über mindestens fünf sogenannte Lernradios. Dazu zählen das *echo-fm 88,4* und *PH 88,4* an der Universität und PH Freiburg, das *LernRadio* an der Musikhochschule Karlsruhe/Bruchsal, das *HoRadS* an der Hochschule für Medien in Stuttgart sowie die *UniWelle* in Tübingen. Ein Experimentierfeld für innovative Ideen ist *pier111.tv – Public-Private Partnership für Innovationen im digitalen Broadcast* an der Hochschule der Medien.

Es ist zu überlegen und scheint in diesem Fall sinnvoll, zukünftig auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk einzubeziehen, obwohl dieser nicht durch den Markt, sondern überwiegend über Gebühren finanziert wird. Denn die starke Produktionspräsenz der öffentlich-rechtlichen Unternehmen prägt den gesamten Rundfunkmarkt in einer Weise, wie dies in keinem anderen Teilmarkt der Kultur- und

Kreativwirtschaft der Fall ist. Siehe dazu auch die Studie Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 08/09, Hrsg. Landesmedienanstalten, Berlin 2010. Allerdings sollten die Daten des privatwirtschaftlichen Rundfunkmarktes und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks entsprechend dem „Dreisektorenmodell der Kulturwirtschaft“ eindeutig voneinander abgrenzbar sein.

3.6. Markt für darstellende Künste in Baden-Württemberg

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

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

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

Marktstruktur

Abb. 3.22: Strukturdaten des Markts für darstellende Künste 2008

Wirtschaftszweig	Unternehmen (1) Anzahl 2008	Umsatz (2b) in Mio. Euro 2008	Erwerbstätige (3) Anzahl 2008	darunter: Beschäftigte (4) Anzahl 2008	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte Anzahl 2008
Markt für darstellende Künste	2.025	548	4.320	2.295	1.799
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
*Selbstständige Bühnenkünstler/-innen	42 %	12 %	21 %	3 %	8 %
Selbstständige Artist/-innen	4 %	1 %	2 %	0 %	2 %
Theaterensembles	1 %	0 %	1 %	2 %	1 %
*Theater-/Konzertveranstalter	10 %	48 %	29 %	46 %	27 %
*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern etc	3 %	8 %	10 %	15 %	5 %
Varietes u. Kleinkunsth Bühnen	1 %	1 %	2 %	2 %	4 %
*Sonstige Hilfsdienste des Kultur-/Unterhaltungsbetr.	6 %	6 %	8 %	10 %	11 %
Tanzschulen	14 %	6 %	13 %	12 %	34 %
Weitere Kultur-/Unterhaltungsbetriebe**	19 %	15 %	14 %	9 %	9 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	6 %	2 %	2 %	2 %	3 %

Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet, **Zirkus, Akrobaten, Puppentheater etc. (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Markt für darstellende Künste beschäftigt im Jahr 2008 nach amtlichen Angaben insgesamt 4.320 oder 2 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von knapp 2.300 Personen enthalten. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind in der Rangfolge die Theater-/Konzertveranstalter und selbstständigen Bühnenkünstler mit Anteilen von 29 % und 21 %. Weitere für den Erwerbstätigenmarkt relevante Wirtschaftszweige sind die Tanzschulen mit 13 % sowie die weiteren Kultur-/Unterhaltungsbetriebe mit 14 %.

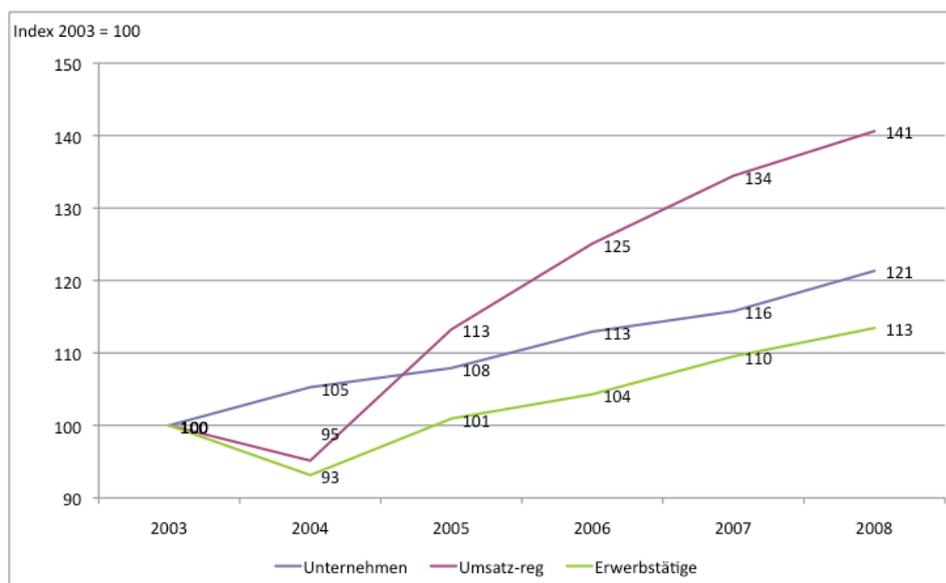
Im Jahr 2008 erwirtschaftete der Markt für darstellende Künste ein Umsatzvolumen von rund 548 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 2 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig, die Theater-/Konzertveranstalter erzielen 48 % des gesamten Umsatzes in diesem Teilmarkt. Die Gruppe der selbstständigen Bühnenkünstler und die weiteren Kultur-/Unterhaltungsbetriebe belegen mit 12 % und 15 % Marktanteilen die weiteren Rangplätze.

Die Zahl der Selbstständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Musikwirtschaft liegt zusammen bei insgesamt 2.025 oder 6 % der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Gruppe der selbstständigen Bühnenkünstler liegt mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil von 42 % an der Spitze, gefolgt von den weiteren Kultur-/Unterhaltungsbetrieben mit 19 %, den Tanzschulen mit 14 % und den Theater-/Konzertveranstaltern mit 10 % Anteilswerten.

Zusätzlich arbeiten rund 1.800 geringfügig Beschäftigte, sodass die Zahl der Erwerbstätigen (Selbstständige, abhängig Beschäftigte einschließlich der geringfügig Beschäftigten) im Jahr 2008 einen Umfang von rund 6.120 Erwerbstätigen im Markt für darstellende Künste erreicht.

Entwicklung

Abb. 3.23: Entwicklung des Markts für darstellende Künste 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Markts für darstellende Künste zeigt einen stark ansteigenden Verlauf. Zwischen den Jahren 2003 und 2008 ist der Umsatz insgesamt um 41 % angestiegen. Damit zählt dieser Teilmarkt zu den wachstumsstärksten Teilmärkten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die wichtigsten Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung sind die umsatzstarken Wirtschaftszweige der Theater-/Konzertveranstalter sowie die weiteren Kulturbetriebe (Zirkus etc.), die im Vergleichszeitraum Zuwächse von 61 % bzw. 10 % erwirtschafteten. Der umsatzrelevante kleinere Wirtschaftszweig, die sonstigen Hilfsdienste (bühnentechnische Betriebe etc.), konnten den Umsatz zwischen den Jahren 2003 und 2008 sogar fast verdreifachen. Ebenso sind die Umsätze der kommerziellen Theaterbetriebe um 31 % und die der selbstständigen Bühnenkünstler um 14 % im gesamten Vergleichszeitraum gestiegen.

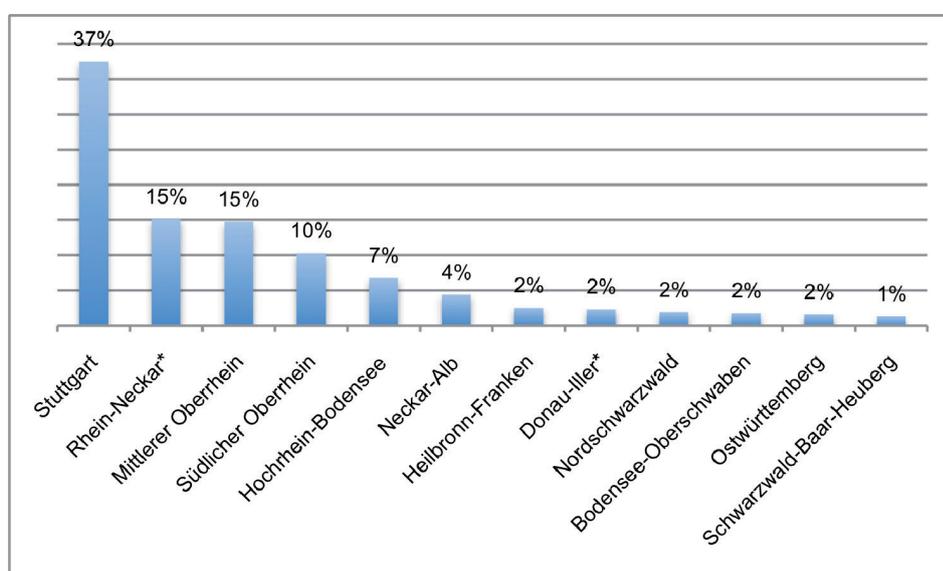
Die Umsatzentwicklung hat sich jedoch nur in geringem Maße in der Zunahme der Beschäftigung niedergeschlagen. Der Teilmarkt kann hier lediglich eine Wachstumsrate von 13 % vorweisen. Dies liegt v. a. am größten Arbeitgeber, den

Theater-/Konzertveranstalter, die keine zusätzliche Beschäftigung im Vergleichszeitraum aufgebaut haben. Hingegen schrumpfte zwischen 2003 und 2008 die Zahl der Erwerbstätigen bei den Theater-/Konzertveranstalter sogar um 7 %.

Dagegen weisen die meisten der anderen Wirtschaftszweige des Markts für darstellende Künste eine positive Dynamik auf und erreichen zwischen 2003 und 2008 Zuwachsraten von 13 % bis zu 85 %. Hier handelt es sich vorwiegend um die weiteren Kulturbetriebe, nämlich die Tanzschulen und die Hilfsdienste der Kulturbetriebe. Auch die selbstständigen Bühnenkünstler und Artisten zeigen positive Zuwachsraten. Lediglich die Gruppen der Theaterensembles, der kommerziellen Theater und die Kleinkunstabtätten mussten im Vergleichszeitraum Personal abbauen.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.24: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Markt für darstellende Künste 2007 in %

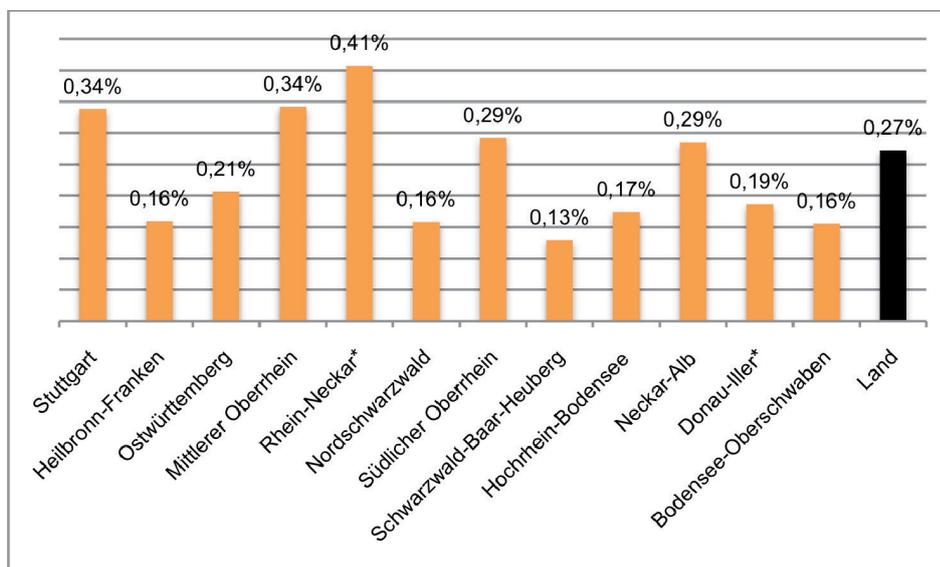


Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In regionaler Perspektive treten neben der dominierenden Region Stuttgart drei weitere Regionen mit Konzentrationen im Markt für darstellende Künste hervor: Die „Region Rhein-Neckar“ mit Schwerpunkt Mannheim, sowie die beiden Regionen „Mittlerer Oberrhein“ mit Schwerpunkt Baden-Baden und „Südlicher Oberrhein“ mit Schwerpunkt Freiburg. Gemessen am Anteil der Erwerbstätigkeit steht die Region Stuttgart mit 37 % erneut an der Spitze. Die in der Region ansässigen mehr als 400 Unternehmen und Freiberufler erwirtschaften knapp 50 % des landesweiten Umsatzes. Neben den umsatzstarken Musicalunternehmen existieren etwa das *Friedrichsbau-Variete* und professionelle Kleinstbühnen, wie die international bekannte Kabarett-Bühne *Renitenztheater Stuttgart*.

In den drei nächstplatzierten Regionen Rhein-Neckar, Mittlerer Oberrhein und Südlicher Oberrhein arbeiten jeweils 10 % bis 15 % der Erwerbstätigen des Markts für darstellende Künste. Beispiele aus der Region Südlicher Oberrhein sind die Internationale Kulturbörse Freiburg, die größte Fachmesse für Bühnenproduktionen, Musik und Events im deutschsprachigen Raum, die jährlich in Freiburg stattfindet und das Wallgraben-Theater, eines der ältesten Privattheater Deutschlands.

Abb. 3.25: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Markts für darstellende Künste an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass der Markt für darstellende Künste in vielen Regionen eine gleichwertige Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Teilmarktunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinstunternehmen, Einpersonenernehmen oder Familienbetrieben mit mithelfenden Familienangehörigen zählt. Diese Unternehmensformen sind sowohl in urbanen als auch in ländlich geprägten Räumen verbreitet. Die Regionen: Stuttgart, Mittlerer und Südlicher Oberrhein, Rhein-Neckar sowie Neckar-Alb erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche Anteilswerte.

Nicht nur große, umsatzstarke Unternehmen prägen den regionalen und lokalen Markt für darstellende Künste. Durch die besonderen Finanzierungsstrukturen stützen sich viele Privattheater („Kleintheater“) und Freie Theater auf staatliche Förderung und zugleich privatwirtschaftliche Finanzierung.

Nach Angaben des *Landesverbandes Freie Theater Baden-Württemberg e. V.* existieren rund 170 Freie Theater und hauptberufliche Einzelkünstler, die ihre Produktionen im Schnitt mit einem privatwirtschaftlichen Anteil von 60 % bis 74 % finanzieren können. Die restlichen Produktionskosten werden durch staatliche Förderung und Sponsoring finanziert.

Die Szene der 31 professionellen Kleintheater wird durch eine große Vielfalt geprägt. Neben dem seit 60 Jahren existierenden *Zimmertheater Heidelberg* arbeitet das renommierte zeitgenössische Tanzensemble *Unterwegstheater* ebenfalls mit Sitz in Heidelberg. Das *Aktionstheater PAN.OPTIKUM* in Freiburg bietet international erfolgreiche theatralisch-musikalische open-Air-Produktionen, während das *BAAL novo* in Offenburg/Straßburg interkulturelle Theaterproduktionen erarbeitet, die sowohl in der Region Offenburg/Straßburg als auch im internationalen Raum, wie z. B. Brasilien gastieren.

Dieses unterschiedliche Spektrum wird zusätzlich durch eine lange Tradition des Figuren- und Puppentheaters in Baden-Württemberg ergänzt. Allein 12 professionelle Figuren- und Puppentheater existieren in größeren und kleineren Städten. Das *Eppinger Figurentheater* besteht seit 1992 und wird regelmäßig zu interna-

tionalen Festivals eingeladen. Das *Figurentheater Phoenix* in Schorndorf betreibt seinen Spielbetrieb seit 1986 erfolgreich. Ebenfalls existiert in Karlsruhe mit dem *marotte-Figurentheater* ein bekanntes Figurentheater. Mit dem internationalen *Figurentheaterfestival IMAGINALE* bietet das Land Baden-Württemberg seit 2008 eine neue Infrastruktur an, die eine Weiterentwicklung der Figurentheaterlandschaft unterstützen soll.

Insgesamt ist der baden-württembergische Markt für darstellende Künste mit seinen Theatertagen und Festivals, seiner traditionellen lokalen Präsenz und seinen international verankerten Szenen ein komplexer und heterogener Markt, der ein ausgeprägtes und eigenständiges Profil aufweist.

3.7. Designwirtschaft in Baden-Württemberg

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

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

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

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

Marktstruktur

Abb. 3.26: Strukturdaten der Designwirtschaft 2008

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Umsatz (2b) in Mio. Euro	Erwerbs- tätige (3)	darunter: Beschäftigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Designwirtschaft	5.078	2.233	19.779	14.701	5.887
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
Industriedesign	13 %	17 %	24 %	27 %	3 %
Produkt-/Grafikdesign	31 %	10 %	14 %	8 %	11 %
*Kommunikationsdesign/Werbegestaltung	55 %	73 %	63 %	65 %	86 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	15 %	10 %	11 %	10 %	10 %

Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet, (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Designwirtschaft beschäftigt 2008 nach amtlichen Angaben insgesamt rund 19.800 oder 11 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl

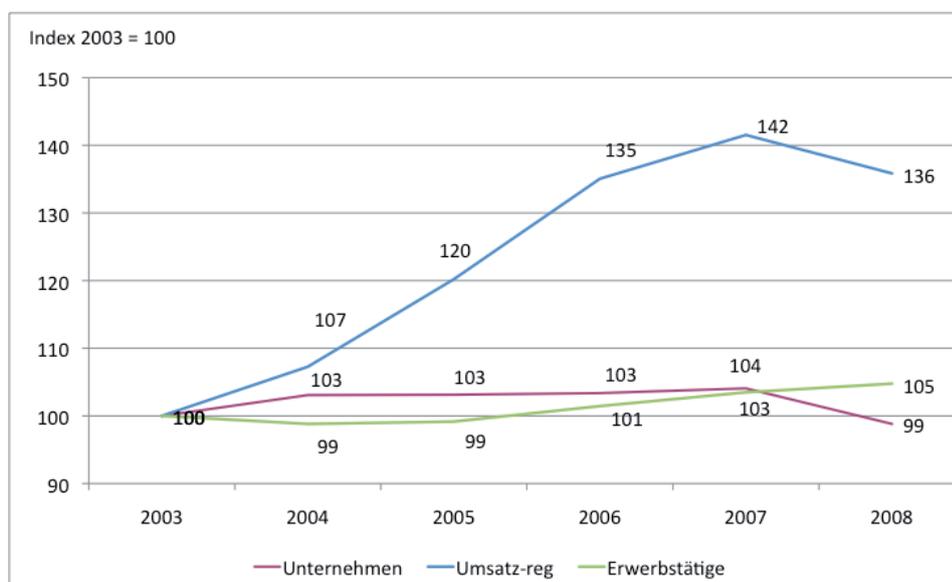
von ca. 14.700 Personen einen erheblichen Anteil in der Designwirtschaft ausmachen. Der Wirtschaftszweig Kommunikationsdesign/Werbegestaltung ist der mit Abstand wichtigste. Er bietet mit einem Anteil von 63 % knapp zwei Dritteln aller Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz in der Designwirtschaft.

Im Jahr 2008 erwirtschaftete die Designwirtschaft in der gewählten Abgrenzung ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 2,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 10 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum Kommunikationsdesign/Werbegestaltung, der mit 1,6 Milliarden Euro einen Anteil von 73 % des gesamten Designumsatzes belegt. Die beiden anderen Zweige erzielen den restlichen Umsatz mit einem Anteil von zusammen 27 %.

Die Zahl der Selbstständigen und steuerpflichtigen Unternehmen in der Designwirtschaft liegt bei knapp 5.100 oder 15 % der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 55 % der Unternehmen arbeiten im Wirtschaftszweig Kommunikationsdesign/Werbegestaltung. Im Wirtschaftszweig Produkt-/Mode-/Grafikdesign sind 31 % tätig, während die Zahl der Unternehmen im Industriedesign bei 13 % liegt.

Entwicklung

Abb. 3.27: Entwicklung der Designwirtschaft 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens der Designwirtschaft zeigt einen starken Anstieg mit einem Umsatzplus von 42 % zwischen den Jahren 2003 und 2007. Erst zum Folgejahr 2008 wird ein deutlicher Umsatzrückgang erkennbar und der Teilmarkt erzielt nur ein Plus von 36 %. Die Unternehmen des Industriedesigns, die mit einem Zuwachs von 51 % eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik im Vergleichszeitraum erzielten, mussten am Ende einen Minusumsatz hinnehmen. Ähnlich ist die Entwicklung im Kommunikationsdesign verlaufen, nach einem starken Zuwachs bis zum Jahr 2007 konnte zum Ende des Jahres 2008 ein Gesamtzuwachs von 39 % erreicht werden. Allerdings mussten auch die Kommunikationsdesigner zwischen 2007 und 2008 einen Umsatzeinbruch hinnehmen. Die Produkt-/Mode-/Grafikdesigner erzielten nur minimale Umsatzzuwächse und schafften zwischen den Jahren 2003 und 2008 am Ende nur einen marginalen Zuwachs von 4 %.

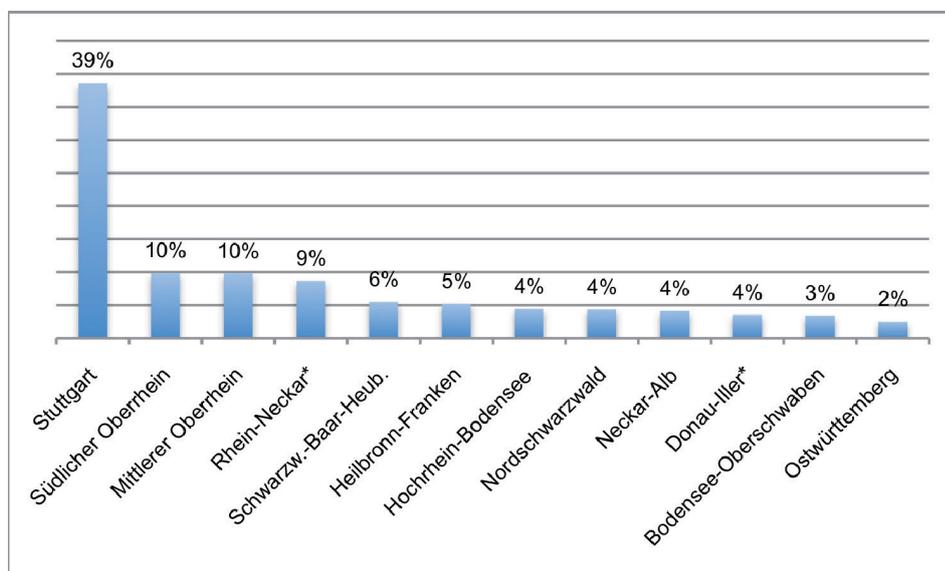
Die über mehrere Jahre bestehende starke wirtschaftliche Wachstumsdynamik hat jedoch zu keinem nennenswerten Zuwachs der Erwerbstätigenzahl geführt. Die

Entwicklung der Erwerbstätigen zeigt im Vergleichszeitraum 2003 bis 2008 ein Wachstum von lediglich 5%. Hier wirkt sich v. a. die starke Marktdominanz des Kommunikationsdesigns aus, dessen Erwerbstätigenzahl im gesamten Vergleichszeitraum stagnierte, es wurde lediglich ein Zuwachs von 2% erreicht. Eine leicht bessere Bilanz hatten die Produkt-/Mode-/Grafikdesigner, die mit einem Plus von 6% abschnitten. Hingegen haben die Industriedesigner ab dem Jahr 2004 bis zum Jahr 2008 ihre Erwerbstätigenzahlen ständig erhöht und am Ende ein Plus von 13% Zuwachs erreicht.

Die Wachstumslinie der Unternehmen, die bis zum Jahr 2004 einen leichten Anstieg von 3% anzeigte, stagniert seitdem. Sowohl im Wirtschaftszweig Produkt-/Mode-/Grafikdesign als auch im Wirtschaftszweig Kommunikationsdesign/Werbegestaltung hat es keine nennenswerte Zahl an neuen Marktteilnehmern mehr gegeben. Starke Wachstumsimpulse bei der Unternehmensentwicklung gehen allerdings von den Industriedesignern aus, die im Vergleichszeitraum um 31% gewachsen sind. Für den Teilmarkt insgesamt wirkte sich dies jedoch nicht positiv aus, sondern die Zahl der Unternehmen ging insgesamt um 1% zurück.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.28: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Designwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In regionaler Perspektive tritt die Region Stuttgart mit einem Anteil von 39% an der landesweiten Erwerbstätigkeit hervor. Sie ist eine ausgeprägte Designregion, die alle Ausprägungen des Designs, vom Industrie- und Produktdesign, über Mode- und Textildesign, Verpackungsdesign, bis zum Kommunikations- und Grafikdesign bietet.

Diese Designvielfalt gilt allerdings in gleichem Maße für die weiteren Regionen. Gemessen am Erwerbstätigenanteil der landesweiten Designwirtschaft folgen auf den Rangplätzen zwei und drei die Regionen *Südlicher* und *Mittlerer Oberrhein* mit jeweils 10% Anteil, während die viertplatzierte *Region Rhein-Neckar* mit 9% nur knapp dahinter folgt.

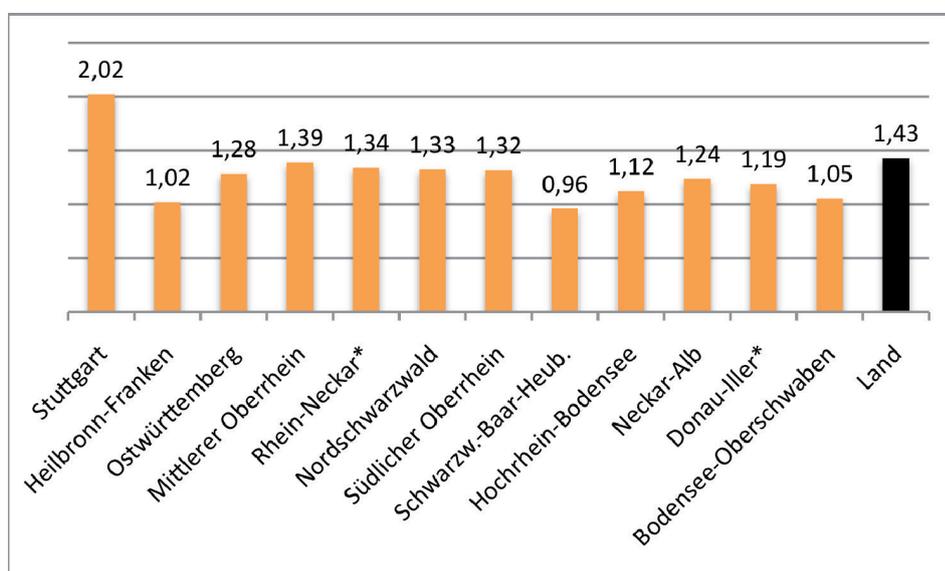
Diese regionale Schwerpunktbildung, gemessen an der Erwerbstätigenzahl, verdeckt ein wenig die Tatsache, dass im ganzen Land kleine und größere Designnetzwerke oder „Cluster“ von wirtschaftlichem Rang existieren. So liegt beispielsweise in der *Region Ostwürttemberg* die *Stadt Schwäbisch Gmünd*, die mit

mehr als 120 Designbüros, Werbeagenturen und anderen kreativen Dienstleistern von der Financial Times als die „heimliche Designhauptstadt Deutschlands“ bezeichnet wurde.⁶ Die Gmünder Designbüros sind für die kultur- und kreativwirtschaftliche Perspektive insbesondere wegen ihrer Kundenstruktur von Bedeutung: So kommen die Designkunden nur zum geringen Teil aus der Region selbst (ca. 20 %). 70 % der Aufträge werden für Kunden aus dem gesamten Bundesgebiet abgewickelt, rund 10 % der Aufträge stammen aus dem europäischen und internationalen Ausland. Damit sind die Gmünder Designbüros beispielgebend für viele Unternehmen, Ateliers und Büros in anderen Teilmärkten. Weitere national und international herausragende Design-Standorte befinden sich in Pforzheim, Schwäbisch-Hall oder Ulm.

Es gibt eine Reihe von designbezogenen Infrastruktureinrichtungen, die landesweit von Bedeutung sind, ihren Sitz meist jedoch in der Region Stuttgart haben. So ist gegenwärtig die Stadt Ludwigsburg Austragungsort des internationalen *Designpreises Baden-Württemberg*, der jährlich vergeben wird. Das *Design Center Stuttgart* steht als landesweite Einrichtung allen Designbüros in Baden-Württemberg zur Verfügung. Es informiert zu aktuellen Designthemen und deren Mehrwert für Markterfolge im In- und Ausland. Das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg hat in Zusammenarbeit mit dem *Verband Deutscher Industrie Designer e. V. Regionalgruppe Baden-Württemberg*, einen Leitfaden „Innovationsfaktor Design“ für kleine und mittlere Unternehmen erarbeitet, um den Designbüros einen Zugang zu wirtschaftspolitischen Instrumenten zu erleichtern.

Die Region Stuttgart ist als Ausbildungsstandort für Design und Gestaltung von Bedeutung, so die *Staatliche Akademie der Bildenden Künste Stuttgart* und die *Merz Akademie Stuttgart (FH)*. Ohnehin nimmt die designrelevante Hochschullandschaft Baden-Württembergs unter den bundesweiten Designausbildungsstätten eine herausragende Stellung ein. Neben Stuttgart finden sich in den anderen Regionen weitere designrelevante Hochschulen: die *HFG Karlsruhe*, die *FH Konstanz*, die *FH Mannheim*, die *HS Pforzheim* und die *HFG Schwäbisch Gmünd*.

Abb. 3.29: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Designwirtschaft an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonener Unternehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

⁶ zitiert nach Dokumentation: Branchenhearing Designwirtschaft vom 18. November 2009, Stuttgart, hrsg. von der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, S. 6.

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass die Designwirtschaft in vielen Regionen eine breite Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Designunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinunternehmen, Einpersonunternehmen oder Familienbetrieben mit mithelfenden Familienangehörigen zählt. Diese Unternehmensformen sind sowohl in urbanen als auch in ländlich geprägten Räumen verbreitet. Ausgenommen die Region Stuttgart, die auch in dieser Perspektive einen überdurchschnittlichen Anteil erreicht, zeigt die Übersicht eine breite Streuung von Designunternehmen. Zu den Regionen mit einem leicht unterdurchschnittlichen Wert zählen Ostwürttemberg, Mittlerer und Südlicher Oberrhein, Rhein-Neckar, sowie Nordschwarzwald.

In Baden-Württemberg sind zusätzlich einige bundesweit wichtige Designverbände aktiv: So der *Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e. V. (BDG)*, regionale Vertretung mit Sitz in Haigerloch (Region Neckar-Alb), der *Deutsche Werkbund (DWB) Baden-Württemberg* mit Sitz in Karlsruhe (Region Mittlerer Oberrhein), die *Allianz deutscher Designer (AGD)* mit Regionalstandorten in Freiburg, Karlsruhe und Stuttgart, der *Verband Deutscher Mode- und Textil Designer e. V. (VDMD)*, Regionalgruppe Baden-Württemberg, der *Deutsche Designer Club (DDC)* mit Regionalstandort Stuttgart und das *designerinnen forum*, Regionalstandort in Rammingen.

Insgesamt gründet sich die langjährige wirtschaftliche Potenz der Designwirtschaft in Baden-Württemberg zum einen auf die starke industrielle Tradition der verarbeitenden Industrie, die schon immer professionelle Designleistungen benötigte. Zum anderen existieren in Baden-Württemberg allenthalben kleinere oder größere Netzwerke von Designbüros, Designanwendungen und regionalen Hochschulen mit speziellen Designausbildungsschwerpunkten, die eine stabile klein- und mittelständische Designwirtschaft haben entstehen lassen. Design ist für den Erfolg vieler Produkte ein entscheidender Wettbewerbsfaktor und strahlt damit auf nahezu sämtliche Branchen bzw. Märkte aus.

Das Schmuckdesign wird in einem eigenen Kapitel, die Innenarchitektur beim Unterkapitel Architektur behandelt.

3.8. Architekturmarkt in Baden-Württemberg

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

In kulturwirtschaftlicher Betrachtung spielt die Gruppe der Innenarchitekten eine besondere Rolle. Dieser Wirtschaftszweig kann jedoch nach der derzeitigen Wirtschaftszweigklassifikation (WZ 2003) noch nicht separat dargestellt werden. Es wird allerdings nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation (WZ 2008) erstmals möglich sein, die Innenarchitekten als einen eigenen Wirtschaftszweig zu untersuchen. Die Wirtschaftsstatistiken 2009, die ab 2010 verfügbar sein werden, bieten dann neue differenzierte Einsichten in den Architekturmarkt.

Marktstruktur*Abb. 3.30: Strukturdaten des Architekturmarkts 2008*

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbs- tätige (3)	darunter: Beschäf- tigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Architekturmarkt	5.930	1.232	15.908	9.978	3.442
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
Architekturbüros f. Hochbau u. Innenarchitektur	88 %	90 %	90 %	91 %	91 %
Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplan.	7 %	6 %	6 %	5 %	4 %
Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung	4 %	4 %	4 %	4 %	5 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	17 %	6 %	9 %	7 %	6 %

Hinweise: (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

*Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung*

Der Architekturmarkt beschäftigt 2008 nach amtlichen Angaben insgesamt rund 15.900 oder 9% der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von knapp 10.000 Personen enthalten. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Büros für Hochbau und Innenarchitektur, die 90% des gesamten Architekturmarkts ausmachen.

Im Jahr 2008 erwirtschaftete der Architekturmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 1,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 6% des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Auch hier sind die Hochbau- und Innenarchitekten wiederum für 90% des Umsatzes verantwortlich.

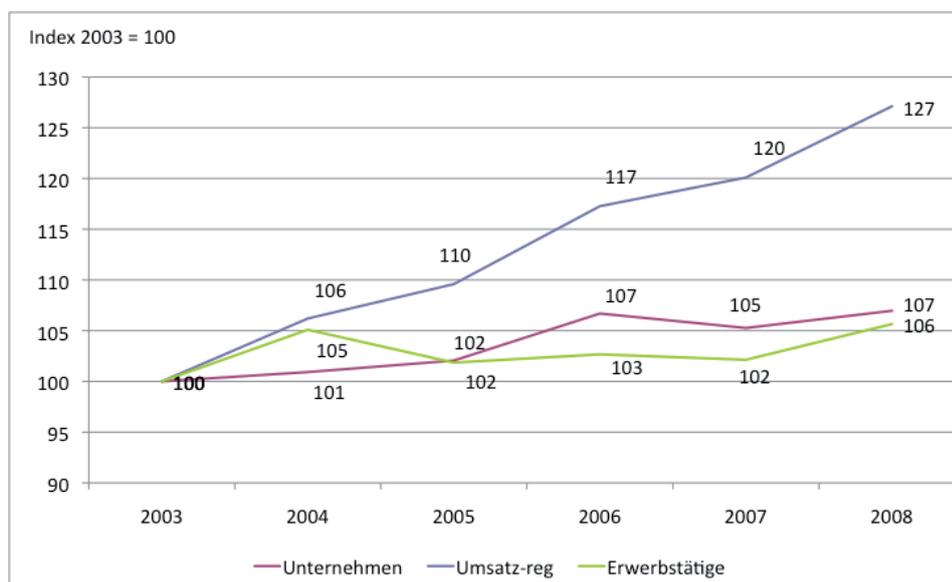
Die Zahl der Selbstständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Architekturmarkt liegt bei rund 5.900 oder 17% der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Insgesamt arbeiten im Jahr 2008 im baden-württembergischen Architekturmarkt einschließlich der geringfügig Beschäftigten mehr als 19.000 Erwerbstätige, die statistisch nachweisbar sind. Eine weitere Zahl von freien Mitarbeitern unterschiedlichster Art ist damit noch nicht abschließend erfasst.

Wie der folgende Abschnitt belegt, war der Architekturmarkt in Baden-Württemberg durch einen stetigen und kontinuierlichen wirtschaftlichen Aufschwung zwischen den Jahren 2003 und 2008 gekennzeichnet. Dies hat auch dazu geführt, dass das relative Gewicht des Architekturmarktes innerhalb der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft gestiegen ist, wie der Vergleich zum Bundesgebiet deutlich macht: Die Architekturanteile auf Bundesebene liegen bei rund 9% in der Kategorie Erwerbstätige, bei 5% in der Kategorie Umsatz und bei 15% in der Kategorie der Unternehmen.

Entwicklung

Abb. 3.31: Entwicklung des Architekturmarkts 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklungslinie des Umsatzvolumens des Architekturmarkts zeigt im Vergleichszeitraum eine stetig ansteigende Tendenz. Bis zum Jahr 2008 ist der Umsatz gegenüber dem Jahr 2003 um 27 % gestiegen. Die Umsatzentwicklung wird natürlich durch das starke Übergewicht des Architekturzweigs Büros für Hochbau und Innenarchitektur geprägt, die ein Wachstum von 25 % im Vergleichszeitraum erzielen konnten. Hingegen waren die wirtschaftlichen Ergebnisse der beiden kleineren Architekturzweige mit Wachstumsraten von knapp 50 % bis 55 % mehr als doppelt so gut.

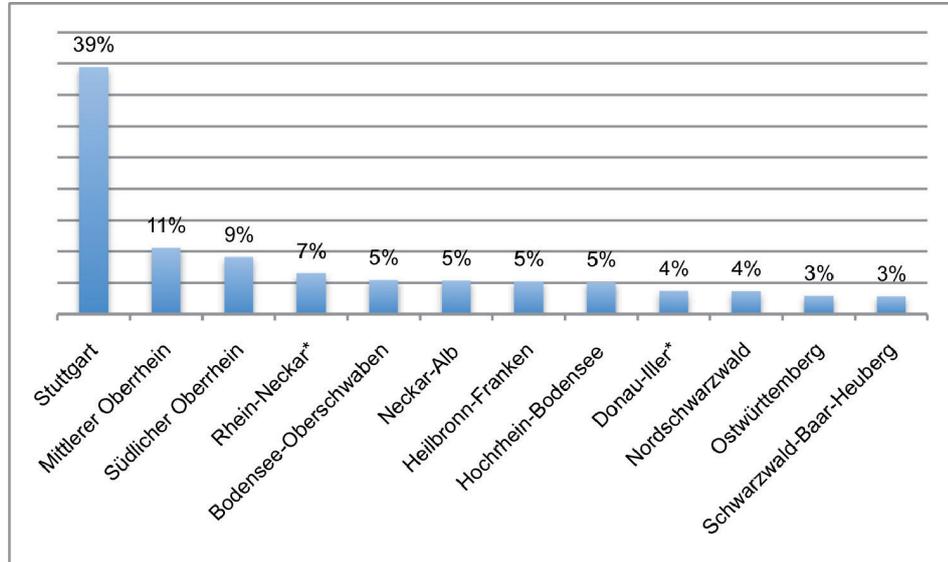
Die Lage auf dem Erwerbstätigenmarkt bewegt sich allerdings nicht in analoger Richtung zur positiven Umsatzlinie. Die Architektenbüros sind beim Personalaufbau eher zurückhaltend gewesen und haben nur geringfügig zusätzliches Personal eingestellt. So zeigt der Kurvenverlauf der Erwerbstätigen zwischen den Jahren 2003 und 2008 lediglich ein leichtes Plus von 6 % zum Ende der Vergleichsperiode.

Die Entwicklung der Erwerbstätigen korrespondiert mit der Entwicklung der Unternehmen. Auch hier hat es nur einen verhaltenen Zuwachs an neuen Architekturbüros gegeben. Im Vergleich des Jahres 2008 zu 2003 ist das Wachstum nur um 7 % angestiegen.

Insgesamt ist der Architekturmarkt in Baden-Württemberg jedoch durch einen ruhigen kontinuierlichen Entwicklungsverlauf gekennzeichnet, der keine Minusraten zu verzeichnen hatte, wie dies im Bundesgebiet zu beobachten war.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.32: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Architekturmarkt 2007 in %



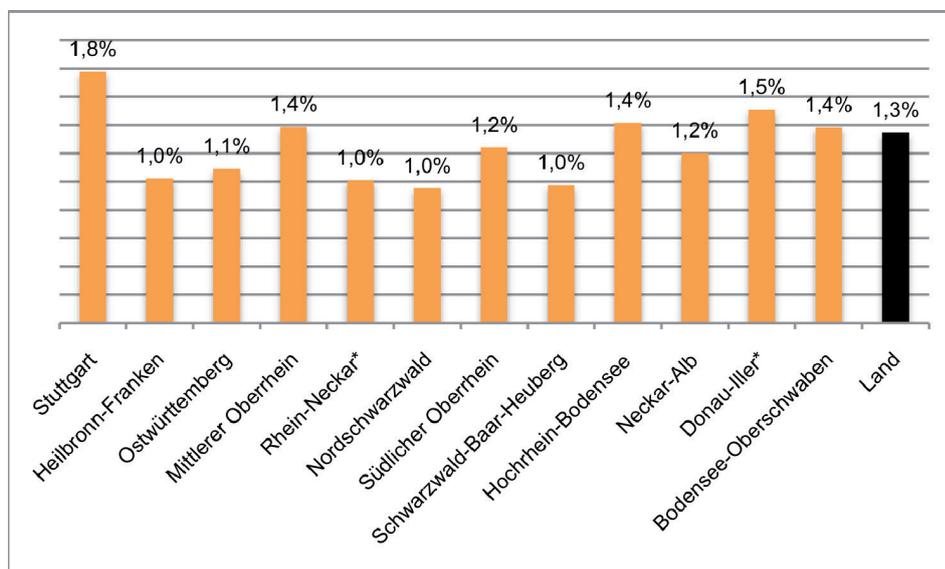
Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg

Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus regionaler Perspektive liegt die Region Stuttgart mit einem Anteil von 39 % an der landesweiten Erwerbstätigkeit an der Spitze. Die Regionen Mittlerer und Südlicher Oberrhein folgen mit jeweils 11 % bzw. 9 % an den Positionen zwei und drei. Mit einem Anteil von 7 % kann die Region Rhein-Neckar einen vierten Rangplatz einnehmen. Die weiteren acht Regionen weisen einen Erwerbstätigenanteil von 3 % bis 5 % auf.

Die baden-württembergischen Architekturbüros zählen zu den wirtschaftsstärksten Büros in Deutschland, weil sie in einem guten gewerblich ausgeprägten Nachfragemarkt agieren. Damit verbunden ist eine starke Ausrichtung auf den Bedarf von fachlich ausgewiesenen Experten, die von baden-württembergischen Architekturbüros umworben werden. Denn tendenziell gibt es in Baden-Württemberg weniger ein Auftragsproblem, als ein Problem, fachliches Personal zu finden. Bezüglich dieser Lage befindet sich die Region Stuttgart gegenüber den anderen, insbesondere eher ländlichen Regionen, in einem Standortvorteil, da es offensichtlich nicht leicht ist, die gewünschten Experten zu mehr räumlicher Mobilität zu motivieren.

Abb. 3.33: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Architekturmarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass der Architekturmarkt in vielen Regionen eine gleichwertige Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Architekturunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinstunternehmen, Einpersonenernehmen oder Familienbetrieben mit mithelfenden Familienangehörigen zählt. Diese Unternehmensformen sind sowohl in urbanen als auch in ländlich geprägten Räumen verbreitet. Die Regionen: Stuttgart, Mittlerer Oberrhein, Hochrhein-Bodensee, Donau-Iller und Bodensee-Oberschwaben erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche Anteilswerte.

Die landesweiten infrastrukturellen Einrichtungen für den Architekturmarkt existieren alle auf einem hohen fachlichen Niveau. Mit der *Architektenkammer Baden-Württemberg (AKBW)* steht eine Institution des öffentlichen Rechts mit professionellen Dienstleistungen für alle Architekten offen. Sie wird von einer breiten differenzierten Verbandsstruktur ergänzt, die in vielen anderen Teilmärkten wünschenswert wäre, aber dort nicht ansatzweise vorhanden ist. Allein in Stuttgart sind folgende Fachverbände mit ihren Landesverbänden ansässig: der *Bund Deutscher Architekten (BDA)*; der *Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure e. V. (BDB)*, der *Bund Deutscher Innenarchitekten e. V. (BDIA)*, und der *Bund Deutscher Landschaftsarchitekten e. V. (BDLA)*. Am Standort Sinsheim agiert der *Verband Deutscher Architekten e. V. (VDA)*, am Standort Ditzingen ist die *Vereinigung Freischaffender Architekten Deutschlands e. V. (VFA)* ansässig.

Für die Hochschulausbildung von Architekten stehen allein in Baden-Württemberg 11 Hochschulen mit grundständigen Studiengängen an den sechs Standorten Biberach, Heidelberg, Karlsruhe, Konstanz, Nürtingen-Geislingen und Stuttgart zur Verfügung.

Insgesamt ist festzustellen, dass in Baden-Württemberg der Teilmarkt Architektur mit seinem beständigen Wachstum eine stabile Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft darstellt. Und dank der akademischen Ausbildungsstätten wird hier dem Bedarf an Nachwuchs Rechnung getragen.

3.9. Pressemarkt in Baden-Württemberg

Zum Pressemarkt zählen die selbstständigen Journalisten und Journalistinnen sowie die Korrespondenz- und Nachrichtenbüros. Neben „Zeitungs- und Zeitschriftenverlage“ werden die sonstigen Verlage mit Landkarten, Kunstdruckwerken etc. und die Adressbuchverlage der Wirtschaftsgruppe „Presseverlage“ zugeordnet.

Markstruktur

Abb. 3.34: Strukturdaten des Pressemarkts 2008

Wirtschaftszweig	Unternehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbstätige (3)	darunter: Beschäftigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Pressemarkt	2.394	3.919	16.180	13.786	10.766
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
*Selbstständige Journalist/-innen	65 %	3 %	11 %	2 %	2 %
Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	3 %	1 %	3 %	3 %	2 %
Verlegen von Adressbüchern	1 %	3 %	3 %	3 %	0 %
Zeitungsverlag	5 %	30 %	40 %	46 %	71 %
Zeitschriftenverlag	10 %	47 %	34 %	39 %	21 %
Sonstiges Verlagswesen	16 %	16 %	8 %	7 %	4 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	7 %	18 %	9 %	10 %	19 %

Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet. (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

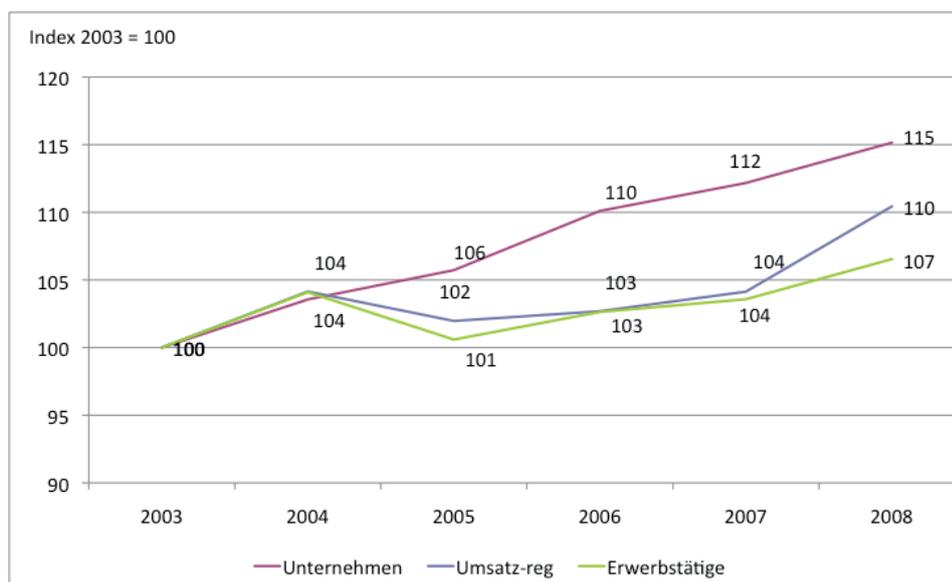
Der Pressemarkt beschäftigt 2008 nach statistischen Angaben rund 16.200 oder 9 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten enthalten, die mit einer Zahl von knapp 13.800 Personen einen erheblichen Anteil im Pressemarkt ausmachen. Gemessen an den Arbeitsplätzen sind die Presseverlage (Zeitungen und Zeitschriften) mit einem Anteil von zusammen 74 % die wichtigsten Wirtschaftszweige. Die selbstständigen Journalisten und Korrespondenzbüros kommen auf einen Erwerbstätigenanteil von zusammen 14 %. In Baden-Württemberg ist die Verlagsbranche vielseitig aufgestellt. Knapp 50 Zeitungsverlage produzieren täglich mehr als 220 verschiedene Tageszeitungen.

Im Jahr 2008 erwirtschaftet der Pressemarkt ein Umsatzvolumen von rund 3,9 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 18 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Hier wiederum sind es die Presseverlage, die mit 77 % mehr als Dreiviertel des gesamten Umsatzes erzielen. Das sonstige Verlagswesen (worunter auch die Kunstverlage gerechnet werden) erwirtschaftet 16 %, die selbstständigen Journalisten und Korrespondenzbüros schaffen 4 % des Pressemarktumsatzes.

Nimmt man die geringfügig Beschäftigten, die im Pressemarkt eine wichtige ergänzende Rolle spielen, hinzu, ist der Pressemarkt in Baden-Württemberg mit insgesamt knapp 27.000 Erwerbstätigen ein herausragender Faktor für den Beschäftigungsmarkt in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Entwicklung

Abb. 3.35: Entwicklung des Pressemarkts 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie die Übersicht zeigt, ist die Zahl der Unternehmen im Pressemarkt seit dem Jahr 2003 konstant angestiegen und bis zum Jahr 2008 um 15 % gewachsen. Es handelt sich hier vorwiegend um den Zuwachs von Journalistenbüros, die um mehr als 19 % zugenommen haben. Aber auch bei den Presseverlagen gab es minimale Unternehmenszuwächse von 3 % im Vergleichszeitraum.

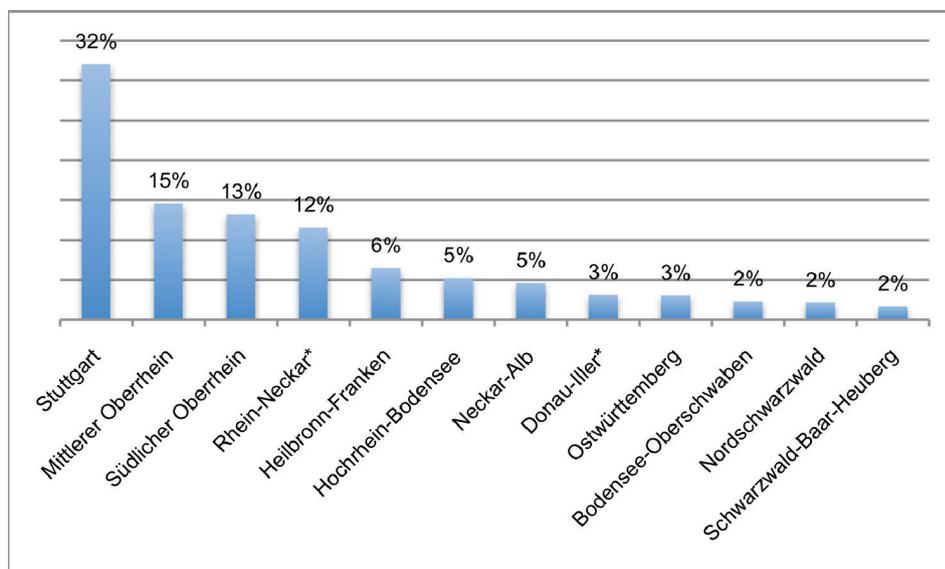
Der Umsatz entwickelte sich im Pressemarkt von 2003 bis 2008 um insgesamt 10 %. Hinter der relativen guten wirtschaftlichen Gesamtentwicklung verbergen sich in den einzelnen Wirtschaftszweigen jedoch unterschiedliche und zum Teil gegenläufige Tendenzen. Während die Presseverlage Zuwächse von 8 % bzw. 27 %, die Adressbuchverlage sogar von 49 % zwischen 2003 und 2008 erzielen konnten, mussten die Korrespondenzbüros und die sonstigen Verlage Minusraten von 9 bis 20 % hinnehmen.

Der Erwerbstätigenmarkt entwickelt sich in einem analogen Verlauf zur Umsatzkurve im Vergleichszeitraum. Am Ende der Vergleichsperiode gab es rund 7 % mehr Erwerbstätige. Bis auf die Korrespondenzbüros (mit minus 11 %) hatten alle anderen Wirtschaftszweige positive Zuwachsraten zu verzeichnen. Da aber der stärkste Wirtschaftszweig, die Zeitungsverlage, nur mit einem einzigen Prozent zulegen konnte, bleibt das Gesamtergebnis von 7 % relativ bescheiden.

Insgesamt schneidet der baden-württembergische Pressemarkt im Vergleich zur Bundesentwicklung jedoch besser ab. So hat auf Bundesebene lediglich die Zahl der Unternehmen bzw. selbstständigen Journalisten im Zeitraum von 2003 bis 2008 um überdurchschnittlich 34 % zugenommen. Beim Umsatz und bei der Erwerbstätigenzahl hingegen mussten sogar Minusraten von 2 % bis 3 % für den Pressemarkt insgesamt hingenommen werden.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.36: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Pressemarkt 2007 in %



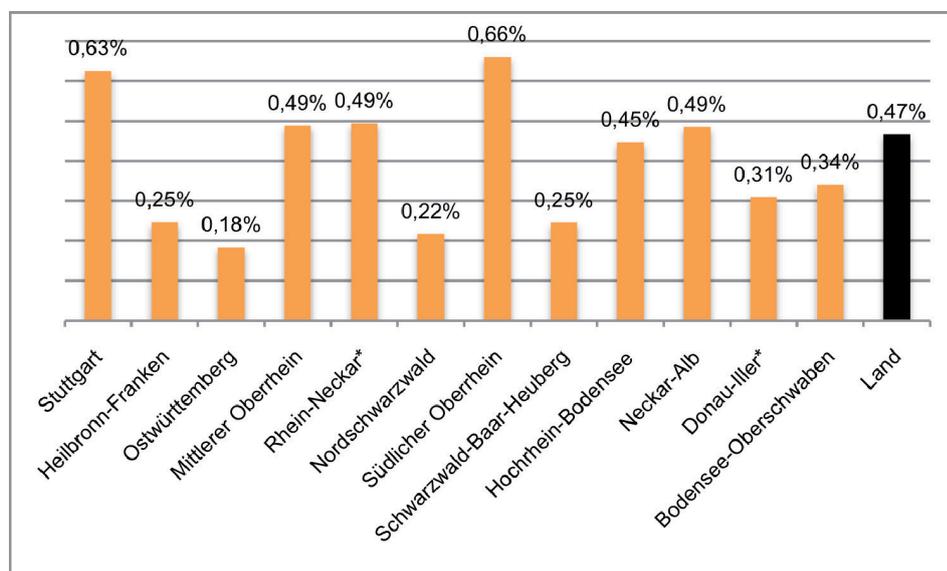
Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In regionaler Perspektive ist die Region Stuttgart der wichtigste Beschäftigungsmarkt in Baden-Württemberg. Rund 32 % aller Erwerbstätigen des Pressemarkts arbeiten in dieser Region. Ebenso stark ist die wirtschaftliche Potenz. Rund 35 % der Umsätze werden in dieser Region erwirtschaftet. Bei der Zahl der Selbstständigen (35 % Anteil) und der abhängig Beschäftigten (32 %) ergeben sich annähernde Anteile für die Region Stuttgart.

Auf den Rangplätzen zwei und drei folgen die beiden Regionen Mittlerer und Südlicher Oberrhein, die jeweils Anteile von 15 % bzw. 13 % der landesweiten Erwerbstätigkeit belegen. Hinsichtlich der wirtschaftlichen Potenz ist der Südliche Oberrhein jedoch bedeutsamer. Er erzielt rund 18 % aller landesweiten Umsätze im Pressemarkt, während der Mittlere Oberrhein einen Anteil von 10 % erreicht.

Die Region Rhein-Neckar liegt auf dem vierten Rangplatz und erreicht Anteilswerte von 12 % bei der Erwerbstätigkeit und 10 % beim Umsatz am gesamten Landeswert.

Abb. 3.37: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Pressemarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer etwas anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass der Pressemarkt in vielen Regionen eine gleichwertige Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Presseunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Die Regionen: Stuttgart, Südlicher Oberrhein, Mittlerer Oberrhein, Rhein-Neckar und Neckar-Alb erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche Anteilswerte.

Zu den wichtigsten Landesverbänden im Pressemarkt zählen der *Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger* sowie der *Südwestdeutsche Zeitschriftenverleger-Verband e. V.*, beide mit Sitz in Stuttgart. Der Deutsche Journalistenverband, LV Baden-Württemberg agiert mit seiner Geschäftsstelle ebenfalls von Stuttgart aus.

Der Pressemarkt steht in enger Verbindung zum Buchmarkt und wird deshalb – insbesondere in europäischer Perspektive – häufig in zusammenfassender Weise auch als Verlagsgewerbe betrachtet. Für die kulturwirtschaftliche Analyse in Deutschland ist es jedoch aufgrund der strukturellen Unterschiede bedeutsam, diese beiden Teilmärkte weiterhin in getrennter Weise zu beobachten.

3.10. Werbemarkt in Baden-Württemberg

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

Marktstruktur

Abb. 3.38: Strukturdaten des Werbemarkts 2008

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbs- tätige (3)	darunter: Beschäf- tigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Werbemarkt	4.885	3.435	19.057	14.172	19.687
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
*Kommunikationsdesign/Werbegestaltung	57 %	48 %	65 %	68 %	26 %
Werbung/Werbevermittlung	43 %	52 %	35 %	32 %	74 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	14 %	15 %	11 %	10 %	35 %

Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet. (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Werbemarkt beschäftigt 2008 nach amtlichen Angaben insgesamt mehr als 19.000 oder 11 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von rund 14.200 Personen enthalten.

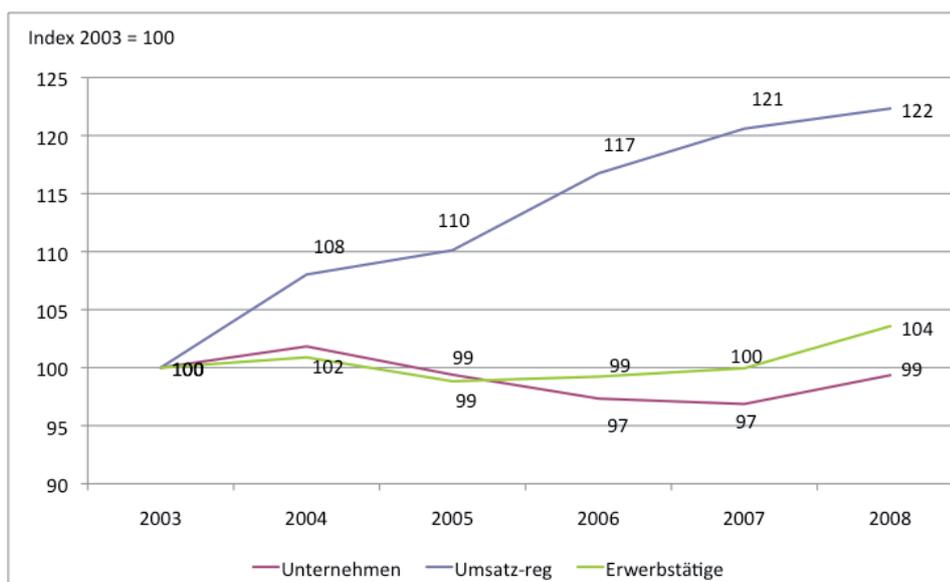
Im Jahr 2008 erwirtschaftete der Werbemarkt ein Umsatzvolumen von mehr als 3,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 15 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes.

Die Zahl der Selbstständigen und steuerpflichtigen Unternehmen im Werbemarkt liegt bei rund 4.900 oder 14 % der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Mit der Hinzunahme der 19.700 geringfügig Beschäftigten (Minijobs) steigt das Gesamtvolumen der Erwerbstätigen im Werbemarkt in Baden-Württemberg auf eine Zahl von mehr als 38.700 Beschäftigungsverhältnissen. Der Anteil der geringfügig Beschäftigten im Werbemarkt ist mit einem Anteil von 35 % an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft überdurchschnittlich hoch.

Entwicklung

Abb. 3.39: Entwicklung des Werbemarkts 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

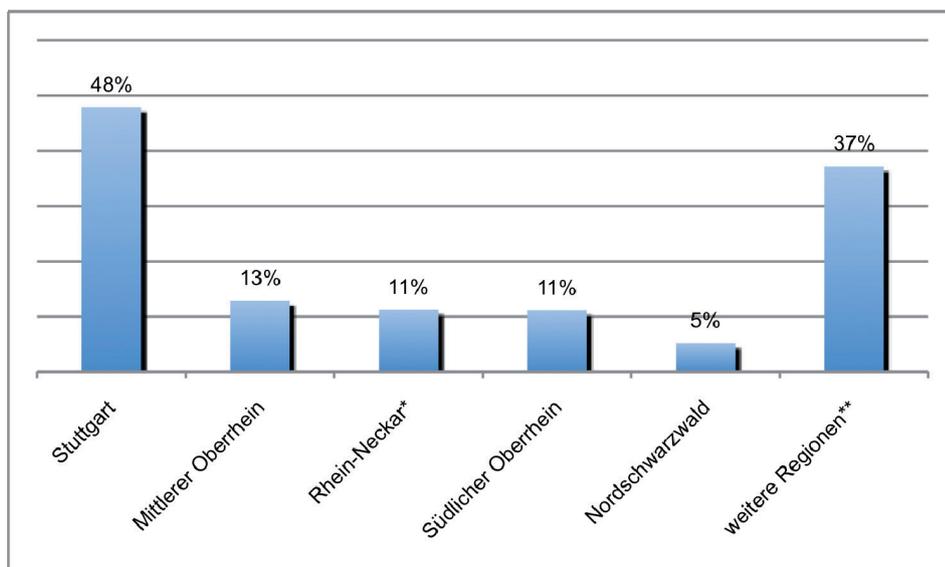
Die Abbildung zeigt eine negative Wachstumslinie der Unternehmen, die nach einem geringfügigen Plus im Jahr 2004 seitdem kontinuierlich bis zum Jahr 2007 zurückgegangen ist. Erst im letzten Jahr 2008 gab es wieder einen Unternehmenszuwachs. Da dieser Stand jedoch noch nicht das Niveau des Jahres 2003 erreichen konnte, endet die Entwicklung zwischen der Vergleichsperiode bei minus 1 %.

Die Entwicklung des Umsatzvolumens im Werbemarkt steigt hingegen im gesamten Zeitraum kontinuierlich an und erreicht zum Jahr 2008 ein Plus von 22 % gegenüber dem Jahr 2003. Insbesondere der Wirtschaftszweig Werbegestaltung entwickelt eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik und steigt im Gesamtzeitraum um 39 %. Der Wirtschaftszweig Werbevermittlung konnte nicht mit gleicher Dynamik mithalten, hat aber immerhin mit einem Plus von 10 % ein positives wirtschaftliches Ergebnis im Zeitvergleich erzielt.

Der Erwerbstätigenmarkt konnte nicht von dieser wirtschaftlichen Dynamik profitieren, wie der Kurvenverlauf anzeigt. So stieg die Zahl der Erwerbstätigen erst im letzten Vergleichsjahr 2008 um 4 % gegenüber dem Jahr 2003 geringfügig an, nachdem sie in den Zwischenjahren auf einem stagnierenden Niveau geblieben war.

Regionale Schwerpunkte

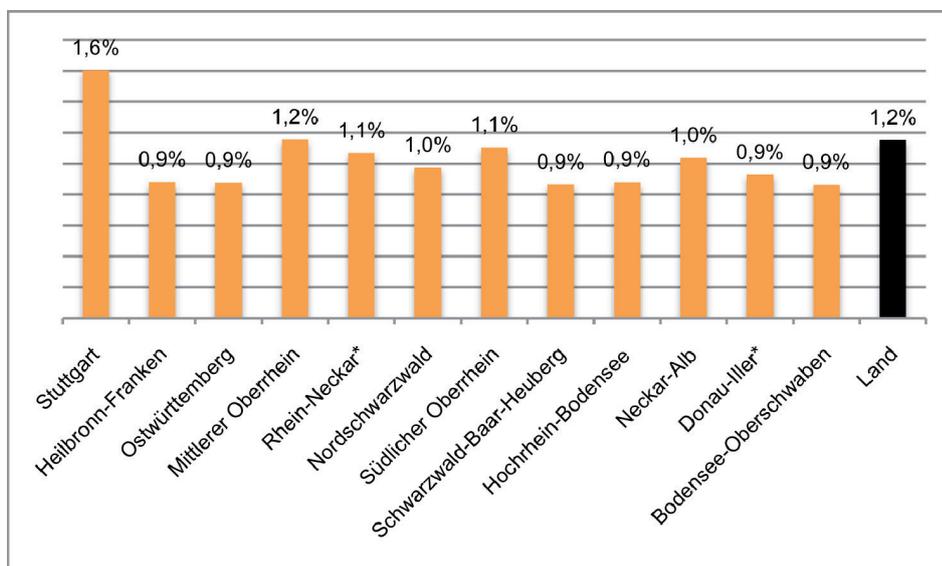
Abb. 3.40: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Erwerbstätigen am landesweiten Werbemarkt 2007 in %



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg; **wegen Datenschutz zusammengefasst
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Mit einem Anteil von 48 % an der landesweiten Erwerbstätigkeit steht die Region Stuttgart an der Spitze des regionalen Vergleichs. Die Regionen: Mittlerer Oberrhein, Rhein-Neckar und Südlicher Oberrhein folgen mit Anteilswerten von 11 % bis 13 % auf den Rangplätzen zwei bis vier. Als fünfte Region folgt Nordschwarzwald mit einem Anteil von 5 %, während die weiteren Regionen wegen des Datenschutzes nicht einzeln dargestellt werden können.

Abb. 3.41: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen des Werbemarkts an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonenernehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass der Werbemarkt in vielen Regionen eine gleichwertige Substanz aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Werbeunternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Diese Kennzahl wird als legitim angesehen, da der überwiegende Teil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Kleinstunternehmen, Einpersonenernehmen oder Familienbetrieben mit mithelfenden Familienangehörigen zählt. Diese Unternehmensformen sind sowohl in urbanen als auch in ländlich geprägten Räumen verbreitet. Die Regionen: Stuttgart und Mittlerer Oberrhein erreichen in dieser regionalen Perspektive überdurchschnittliche bzw. durchschnittliche Anteilswerte.

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e. V. mit Sitz in Frankfurt/Main ist als Fachverband des Werbemarkts in Baden-Württemberg aktiv.

Lange Zeit galt der Werbemarkt im kulturwirtschaftlichen Kontext lediglich als ergänzender Nebenmarkt, der nicht wirklich als Kulturbranche anzusehen sei. Inzwischen wird jedoch deutlich, dass der Teilmarkt innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft in mehrfacher Weise von Bedeutung ist. So besteht durch die Zusammenarbeit und Vermischung von Kommunikationsagenturen und -büros eine enge Bindung zur Designwirtschaft. Desweiteren bildet der Werbemarkt für den Pressemarkt und die Rundfunkwirtschaft eine wichtige wirtschaftliche Basis. Nicht zuletzt funktioniert der Werbemarkt als Frühindikator für die Kultur- und Kreativwirtschaft, da dieser Teilmarkt besonders intensiv und schnell auf konjunkturelle Schwankungen reagiert, die in einem weiteren Umfeld dann auch andere kultur- und kreativwirtschaftliche Teilmärkte betrifft.

3.11. Software-/Games-Industrie in Baden-Württemberg

Die Software-/Games-Industrie wurde in Deutschland erst in jüngerer Zeit als regulärer Teilmarkt in die Kultur- und Kreativwirtschaft mit einbezogen. Damit erfolgt der Anschluss an die internationale Debatte, die diesem Wirtschaftszweig im Rahmen des creative industries Modells bereits seit längerem eine zentrale Stellung einräumt.

Zur Software-/Games-Industrie zählen die Entwicklung und das Verlegen von Softwareprodukten jedweder Art. In Anlehnung an den Bundesverband G.A.M.E.

gehören zur Games-Industrie beispielsweise Computerspiele, Konsolenspiele, Videospiele, Mobile Games und Werbespiele. Der Verband definiert die Spielebranche wie folgt: „Computer- und Videospiele umfassen alle interaktiven, non-linearen Medien, die mit Hilfe audiovisueller Wiedergabe das Spielen ermöglichen oder Spiel zu Lernzwecken einsetzen. Dabei sind Trägermedium, Wiedergabesystem oder Übertragungsweg unwesentlich.“

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

Abb. 3.42: Internationale statistische Definition der Software-/Games-Industrie

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

Hinweis: *Internationale Wirtschaftszweigklassifikation, OECD-Definition

In der Übertragung auf die deutsche Klassifikation ergibt sich folgende Abgrenzung:

WZ-Nr.	Wirtschaftszweig
72.2	Verlegen von Software, Softwareberatung und -entwicklung

Hinweise: In Anlehnung an OECD-Definition.

Marktstruktur

Abb. 3.43: Strukturdaten der Software-/Games-Industrie 2008

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbs- tätige (3)	darunter: Beschäf- tigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl 2008	in Mio. Euro 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008	Anzahl 2008
Software-/Games-Industrie	5.487	6.159	72.322	66.835	6.175
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil
Softwarehäuser	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	16 %	28 %	41 %	47 %	11 %

Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet. (1) Selbstständige und Unternehmen, (2b) regionalisierter Umsatz, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

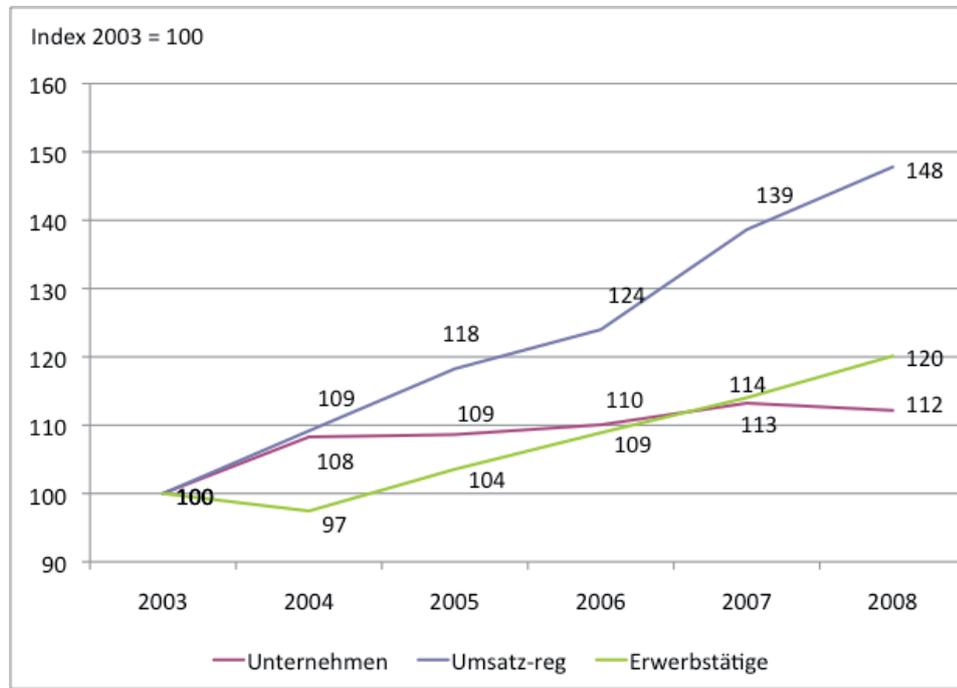
Die Software-/Games-Industrie beschäftigt 2008 nach amtlichen Angaben insgesamt rund 72.300 oder 41 % der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einer Zahl von mehr als 66.800 Personen enthalten.

Im Jahr 2008 erwirtschaftet die Software-/Games-Industrie ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 6,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 28 % des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes. Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen in der Software-/Games-Industrie liegt zusammen bei rund 5.500 oder 16 % der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit der Hinzunahme der 6.200 geringfügig Beschäftigten steigt das Gesamtvolumen der Erwerbstätigen auf eine Zahl von mehr als 78.500 Beschäftigungsverhältnissen.

Die Software-/Games-Industrie ist der größte Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg.

Entwicklung

Abb. 3.44: Entwicklung der Software-/Games-Industrie 2003 bis 2008



Hinweise: Umsatz-reg = Umsatz der Unternehmen wird auf der Basis der am Arbeitsort tätigen Erwerbstätigen regionalisiert
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

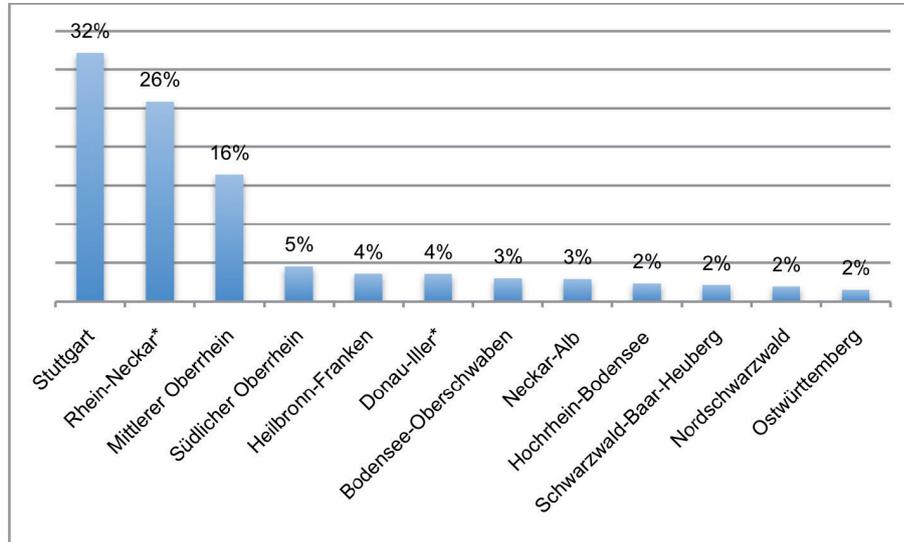
Die Abbildung zeigt eine stetige Wachstumslinie des Umsatzes, der zwischen den Jahren 2003 und 2008 kontinuierlich angestiegen ist und am Ende einen Zuwachs von 48 % erreicht.

Die Zahl der Unternehmen, die vom Jahr 2003 bis zum Jahr 2004 einen starken Zuwachs von 8 % zu verzeichnen hatte, stagniert seitdem, sodass die Entwicklungsrate nur noch um wenige Prozentpunkte auf insgesamt 12 % in der gesamten Vergleichsperiode gestiegen ist.

Der Erwerbstätigenmarkt hat sich deutlich besser als die Zahl der Unternehmen entwickelt. Nach einem geringfügigen Rückgang im Jahr 2004 stieg die Zahl der Erwerbstätigen kontinuierlich und hat im Jahr 2008 einen Zuwachs von 20 % gegenüber dem Jahr 2003.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 3.45: Regionale Schwerpunkte Anteil der Erwerbstätigen an der landesweiten Software-/Games-Industrie 2007 in %



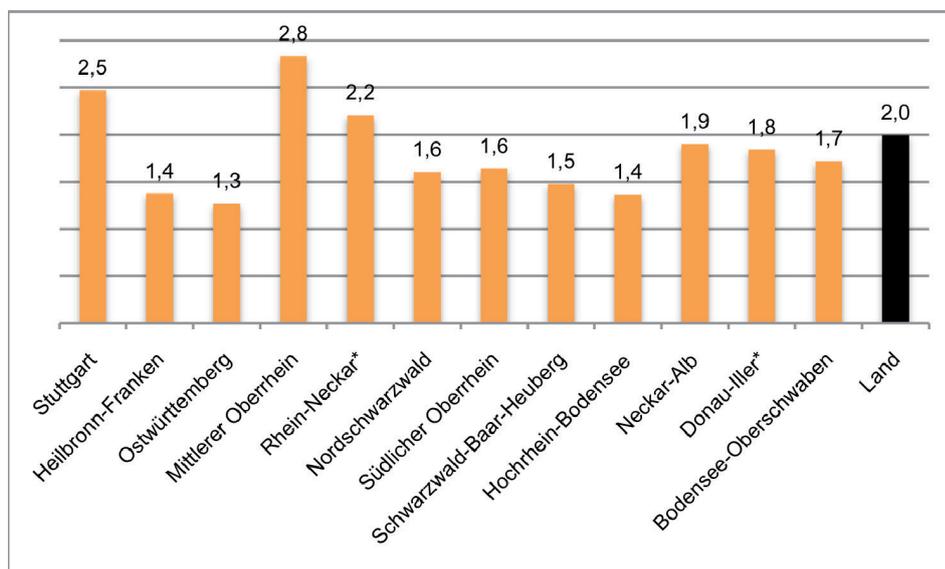
Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Region Stuttgart ist mit einem Anteil von 32 % an der landesweiten Erwerbstätigkeit die wichtigste Region. Sie wird gefolgt von den beiden Regionen Rhein-Neckar und Mittlerer Oberrhein, die jeweils 26 % und 16 % Anteile an der landesweiten Erwerbstätigkeit erreichen. Die weiteren Regionen weisen jeweils nur geringe Anteilswerte von 2 bis 5 % auf.

Wie oben dargestellt, kann der Teilmarkt noch nicht eindeutig nach Softwarebranche und Gamesbranche unterschieden werden. Dennoch ist natürlich bekannt, dass die Softwarebranche mit ihren Weltmarktunternehmen, die ihren Sitz in Baden-Württemberg haben, die wirtschaftlich prägende Branche des Teilmarkts bildet.

Im Vergleich zur baden-württembergischen Softwarebranche ist die Gamesbranche erwartungsgemäß ein sehr kleiner Markt. Nach ersten vorläufigen amtlichen Daten können für die Gamesbranche folgende Eckdaten angegeben werden: Rund 100 Unternehmen in der baden-württembergischen Gamesbranche erzielen knapp 70 Millionen Euro und beschäftigen damit mindestens 600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Diese Daten wurden erstmals aus einer Sonderauswertung des Statistischen Landesamtes für das Unternehmensregister 2009 ermittelt. Diese Angaben sollten jedoch zunächst nur als allererste Anhaltswerte gewertet werden. Es ist sinnvoll, weitere Datenjahre abzuwarten, um eine stabilere Datenbasis für die Gamesbranche zur Verfügung zu haben.

Abb. 3.46: Regionale Schwerpunkte – Anteil der Unternehmen der Software-/Games-Industrie an den Unternehmen der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweise: Alle Selbstständigen und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz, einschließlich der sogenannten Einpersonener Unternehmen ohne weitere Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg
 Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
 Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus einer anderen regionalen Perspektive wird deutlich, dass die Software-/Games-Industrie wiederum in den drei oben genannten Regionen Konzentrationen aufweist. Als Kennzahl wurde der Anteil der Software-/Games-Unternehmen an der Unternehmenszahl der jeweiligen Gesamtwirtschaft herangezogen. Danach sind die Regionen: Stuttgart, Mittlerer Oberrhein und Rhein-Neckar mit überdurchschnittlichen Anteilswerten vertreten. Die Verteilung der anderen Regionen zeigt andererseits ein erstaunliches Bild dieses Teilmarktes. Mindestens 1,3 % bis 1,9 % aller Unternehmen in diesen Regionen zählen zur Software-/Games-Industrie. Das bedeutet, dass neben den wenigen großen beschäftigungsrelevanten Unternehmen eine regional breit gestreute Unternehmenslandschaft von Klein- und Kleinstunternehmen in der baden-württembergischen Software-/Games-Industrie existiert.

Zu den wichtigen Verbänden in der Gamesbranche zählen der *Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BUI)*, der *Bundesverband der Entwickler von Computerspielen (G.A.M.E.) e. V.* sowie der *Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.* Für die Softwarebranche sind der *Verband der deutschen Internetwirtschaft (eco) e. V.* sowie der *Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) e. V.* von Bedeutung.

Auch wenn der Teilmarkt Software-/Games-Industrie noch eine junge Branche innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft ist, stellt er auch in Baden-Württemberg einen beachtlichen Anteil an der Kultur- und Kreativwirtschaft dar.

4. Spezialthemen

4.1. Neue kulturwirtschaftliche Wirtschaftszweige

In diesem Kapitel werden neue Wirtschaftszweige untersucht, die gemäß den Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz-Definition bislang noch nicht zum Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen. Es handelt sich hier um einen ersten Versuch, insbesondere handwerksspezifische und verwandte Ak-

tivitäten mit Hilfe wirtschaftsstatistischer Quellen zu identifizieren. Sie sollen damit dem Branchenkomplex Kultur- und Kreativwirtschaft in einem erweiterten Verständnis zugeordnet werden können.

In Baden-Württemberg existieren mit der Musikinstrumentenproduktion und der Schmuckproduktion bereits überregional bis teilweise weltweit bekannte Produktionsstandorte. Neben diesen Wirtschaftszweigen lassen sich weitere kulturwirtschaftliche oder handwerkliche Aktivitäten identifizieren. In Anlehnung an den *Bund der Kunsthandwerker Baden-Württemberg e. V.* zählen dazu, neben dem Schmuck, folgende weitere kunsthandwerkliche Gewerke: Keramik, Textil/Leder, Holz/Korb/Geflecht, Metall, Glas und Papier. Zusätzlich wurden auf Anregung des Auftraggebers das Druckgewerbe und der darunter zugeordnete Wirtschaftszweig Buchbinderei sowie die Steinbildhauerei in die Untersuchung einbezogen.

Nach Zuordnung der „kulturhandwerklichen u. ä. Aktivitäten“ zur Wirtschaftszweigklassifikation konnten folgende Wirtschaftszweige identifiziert und erste wirtschaftliche Eckdaten ermittelt werden.

Abb. 4.1: Ergänzende kulturwirtschaftliche und kulturhandwerkliche Wirtschaftszweige 2008

Wirtschaftliche Aktivität/ Gewerk	Wirtschaftszweig nach WZ 2003	Unternehmen (1) Anzahl 2008	Umsatz (2) Mio. Euro 2008
1. Musikinstrumente	Herstellung von Musikinstrumenten	239	122
2. Schmuck	Herstellung v. Schmuck, Gold- u. Silberschmiedewaren u. ä. Erzeugnissen	802	1.010
3. Keramik	Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen	105	23
	Herstellung von keramischen Erzeugnissen ang.	29	19
4. Holz/Korb/Geflecht	Herstellung Korb-, Flecht- und Korbwaren (ohne Herstellung von Möbeln)	590	389
5. Metall	Beschlag- und Kunstschmieden	338	99
6. Glas	Herstellung von Hohlglas	22	539
7. Druckgewerbe	Druckgewerbe	2.433	3.967
7.1 Papier	dar. Buchbinderei/Druckweiterverarbeitung	166	142
8. Stein	Steinbildhauerei und Steinmetzerei	696	197
9. Fotografie	Fotografisches Gewerbe	861	131
	Wirtschaftszweige insgesamt	6.115	6.496
	Wirtschaftszweige ohne Druckgewerbe	3.848	2.671

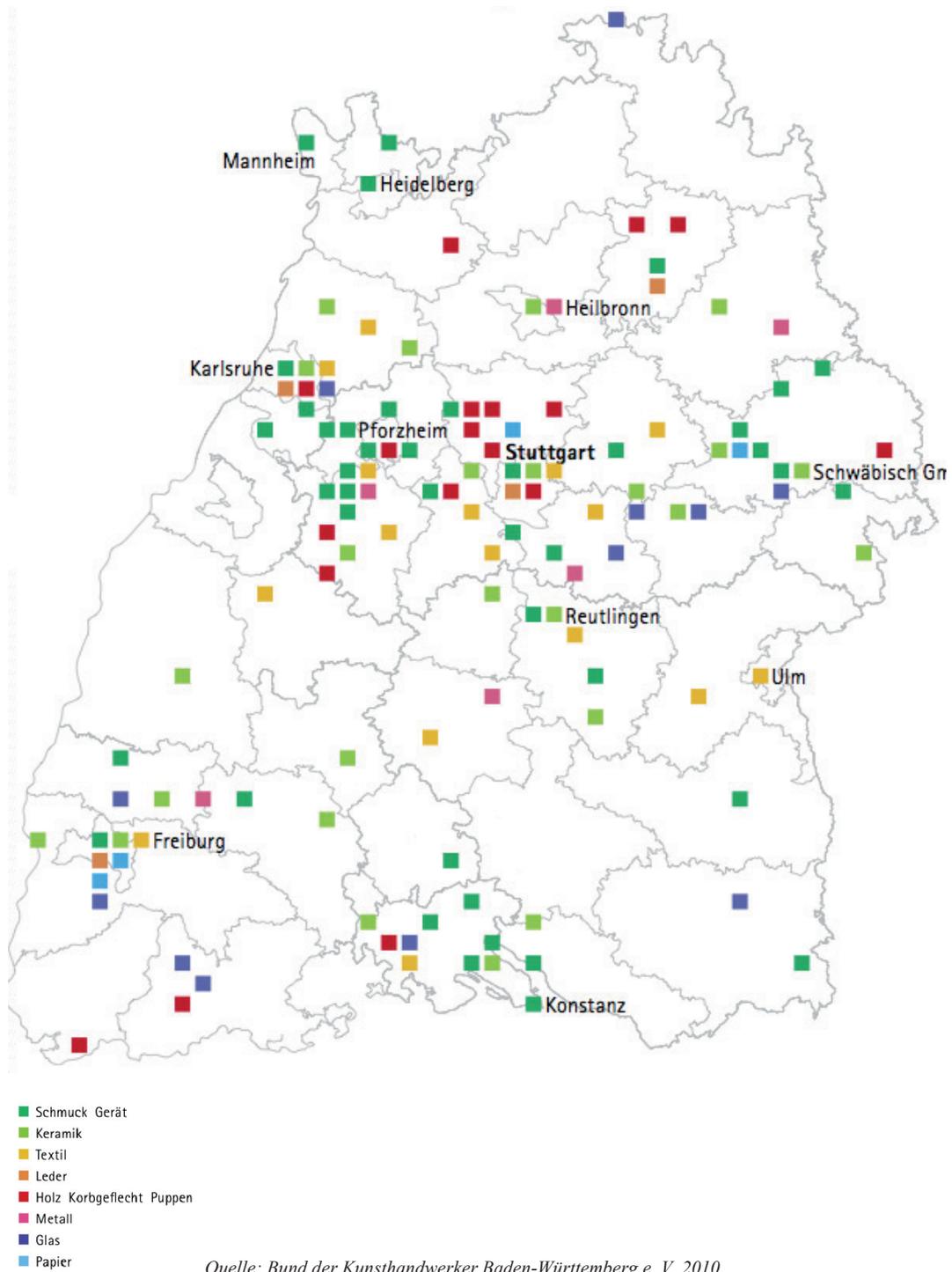
Hinweis: Die Textil- und Lederproduktion wurde nicht aufgenommen, da hier die gesamte Textil-Bekleidungsindustrie hätte einbezogen werden müssen. Zum anderen ist das Textil-Handwerk teilweise im Wirtschaftszweig „Ateliers für Textil-, Möbel-, Schmuck- u. ä. Design“ enthalten, der bereits zum Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zählt. (1) Selbstständige und Unternehmen/ Gewerke; (2) Umsatz nicht regionalisiert.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Nach dieser ergänzenden Zusammenstellung sind zusätzlich rund 6.100 Unternehmen mit einem Umsatz von 6,5 Mrd. Euro in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg tätig. Erwartungsgemäß ragt das Druckgewerbe mit rund 2.400 Unternehmen und einem Umsatz von knapp 4 Mrd. Euro als größter Teilbereich quantitativ heraus. Ohne das Druckgewerbe, aber einschließlich der Buchbinderei, würde das „Kulturhandwerk u. ä.“ mit rund 3.800 Unternehmen und einem Umsatz von zusammen knapp 2,7 Mrd. Euro eine weitere beachtliche Wirtschaftsleistung zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg beitragen.

Regionale Schwerpunkte

Abb. 4.2: Das regionale Profil des Kunsthandwerks 2010



Wie die regionale Karte deutlich macht, gibt es in verschiedenen Räumen eine breit ausgebaute Marktstruktur des Kunsthandwerks. Die Räume Stuttgart, Freiburg und Karlsruhe verfügen jeweils über mehr als der Hälfte der 8 aufgeführten Gewerke. In den Räumen: Pforzheim, Konstanz und Schwäbisch Gmünd sind rund die Hälfte der Gewerke, mit deutlichem Schwerpunkt Schmuck, vertreten.

Alle im *Bund der Kunsthandwerker Baden-Württemberg* organisierten Betriebe können sich durch künstlerische Leistungen in den Bereichen Gestaltung und Handwerk ausweisen. Der Verband formuliert sehr hohe Ansprüche für seine Mitglieder: Die Produkte der Mitglieder „müssen in ihrer inhaltlichen Aussage zeitgemäß sein und einen Beitrag zur Weiterentwicklung der Angewandten Kunst leisten. Die Arbeiten stehen für eine individuelle gestalterische Auseinandersetzung mit dem Material, die in der Formgebung, der Oberflächenbehandlung und der Farbgestaltung ihren unverwechselbaren Ausdruck findet“. (zitiert nach Verbandsinformationen 2010)

Als zusätzlicher Ausdruck für die wirtschaftsfachliche Qualität des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg kann die Vernetzung des Fachverbandes gesehen werden. So ist der *Bund der Kunsthandwerker Baden-Württemberg* eng mit dem Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg verbunden, er ist Mitglied im Baden-Württembergischen Handwerkstag und gehört dem Bundesverband Kunsthandwerk – Berufsverband Handwerk Kunst Design e. V. an. Über diese Dachorganisation der professionell tätigen Kunsthandwerker ist er mittelbar auch im Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH), im Kunstrat des Deutschen Kulturrates und in der europäischen Sektion des World Craft Council vertreten. (Verbandsinformationen 2010)

Insgesamt bietet das baden-württembergische „Kunst- und Kulturhandwerk einschließlich verwandter Aktivitäten“ eine breite Palette von wirtschaftlich exzellenten Unternehmen, Betrieben und Einzelhandwerkern, deren Beitrag für die zukünftige Kultur- und Kreativwirtschaft stärker einbezogen werden sollte. In den folgenden Unterkapiteln werden dazu beispielhaft das Musikhandwerk/die Musikinstrumentenproduktion und das Schmuckhandwerk/die Schmuckproduktion näher beleuchtet.

Die Wirtschaftszweige des Kulturhandwerks finden hier innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft erstmals Beachtung. Mit seiner facettenreichen Struktur trägt es in beeindruckender Weise zur Wirtschaftsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württembergs bei.

4.2. Musikinstrumentenproduktion in Baden-Württemberg

Mit dem Begriff Musikinstrumentenproduktion wird die Herstellung unterschiedlichster Instrumente bezeichnet. Dazu zählen nach der Musikinstrumentenmacher-Innung Baden-Württemberg die folgenden Typen: Geigenbauer, Handzuginstrumentenmacher, Holzblasinstrumentenmacher, Klavier- und Cembalobauer, Metallblasinstrumentenmacher, Orgel- und Harmoniumbauer, Bogenschütze und Zupfinstrumentenmacher. Im Wirtschaftszweig „Herstellung von Musikinstrumenten“ werden sowohl die Handwerksbetriebe als auch die Industriebetriebe der Musikinstrumentenproduktion zusammengefasst. So zählen auch die Herstellung von elektronischen Musikinstrumenten und die Teile-/bzw. Zubehörproduktion von Musikinstrumenten zum Wirtschaftszweig.

Marktstruktur*Abb. 4.3: Strukturdaten der Musikinstrumentenproduktion 2008*

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Umsatz (2)	Erwerbs- tätige (3)	darunter: Beschäf- tigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl	in Mio. Euro	Anzahl	Anzahl	Anzahl
	2008	2008	2008	2008	2008
Herstellung von Musikinstrumenten	239	122	1.471	1.232	470

*Hinweise: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet. (1) Selbstständige und Unternehmen, (2) Umsatz nicht regionalisiert, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte*

*Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung*

Im Wirtschaftszweig Musikinstrumentenproduktion sind nach amtlichen Angaben im Jahr 2008 rund 240 Unternehmen und Handwerksbetriebe tätig. Sie erwirtschafteten 122 Millionen Euro und beschäftigten mehr als 1.200 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Zusammen mit den Selbstständigen und Handwerkern ohne Beschäftigte sind rund 1.470 Erwerbstätige tätig. Einschließlich der geringfügig Beschäftigten (Anzahl 470) konnten die Unternehmen der baden-württembergischen Musikinstrumentenproduktion insgesamt rund 1.940 Personen eine Beschäftigung oder einen Arbeitsplatz bieten.

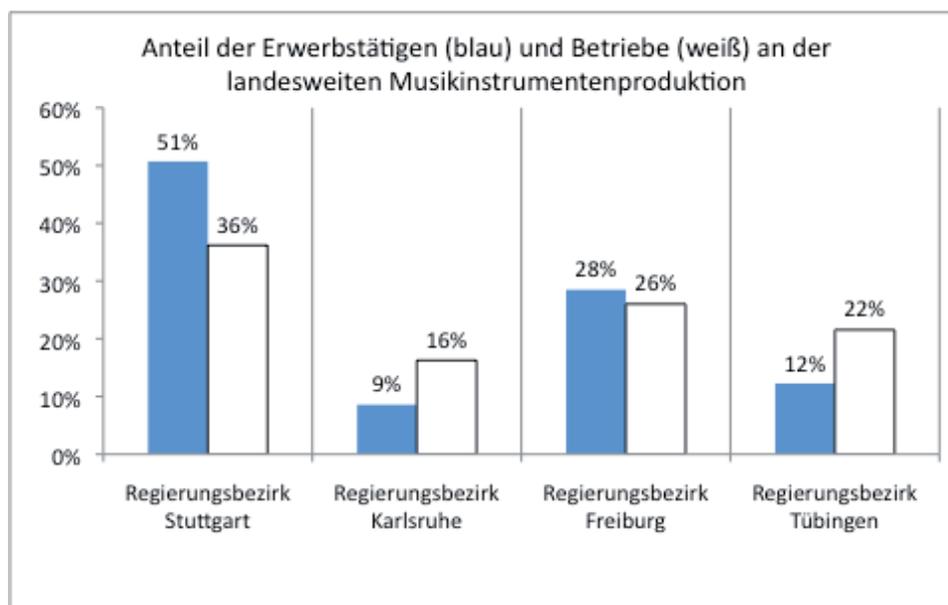
Die baden-württembergische Musikinstrumentenproduktion zählt neben den Bundesländern Bayern und Sachsen zu den bedeutendsten Regionen in Deutschland. Während in Bayern rund ein Viertel aller Handwerks- und Industriebetriebe ansässig sind, belegen die Länder Baden-Württemberg und Sachsen jeweils rund ein Fünftel der deutschen Musikinstrumentenproduktion.

Die drei Bundesländer sind zugleich auch zentrale Produktionsregionen aus europäischer Perspektive, da Deutschland als das wichtigste Land in der Musikinstrumentenproduktion gilt. Mit rund 1.200 Unternehmen und Betrieben, einem Umsatz von mehr als 600 Millionen Euro und einem Erwerbstätigenvolumen von mehr als 7.000 Personen liegt die Bundesrepublik vor Frankreich und Italien, die jeweils nur ein Drittel des deutschen Umsatzes oder der Erwerbstätigenzahl erzielen. Die gesamte Instrumentenproduktion in Großbritannien⁷ entspricht in etwa der Dimension des baden-württembergischen Marktes: dort erzielten die rund 290 britischen Unternehmen im Jahr 2007 einen Umsatz von mehr als 90 Millionen Euro und beschäftigten damit knapp 1.250 Erwerbstätige.

⁷ Eurostat: Strukturelle Unternehmensstatistik, Luxemburg

Regionale Schwerpunkte

Abb. 4.4: Regionale Schwerpunkte der Musikinstrumentenproduktion 2007



Hinweise: wegen Datenschutz Regierungsbezirk an Stelle der Regionendarstellung. Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte
Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wegen datenschutzrechtlicher Beschränkungen kann die Musikinstrumentenproduktion nicht nach den 12 Regionen dargestellt werden. Es erfolgt deshalb eine Präsentation der Schwerpunkte auf Regierungsebene.

Mit einem Anteil von 51 % an der landesweiten Erwerbstätigkeit steht der Regierungsbezirk Stuttgart an der Spitze des regionalen Vergleichs. Diese Konzentration wird durch die beiden anderen Anteilswerte in den Kategorien: Umsatz und Beschäftigung bestätigt. So erwirtschaften die Unternehmen im Regierungsbezirk Stuttgart mit 54 % mehr als die Hälfte des Landesumsatzes. Der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten dieses Bezirks liegt bei 55 %. An zweiter Stelle der Rangfolge folgt der Regierungsbezirk Freiburg mit einem Anteil von 28 % an der gesamten landesweiten Erwerbstätigkeit.

Vergleicht man die regionale Verteilung der Zahl der Betriebe, dann erreicht der Regierungsbezirk Stuttgart zwar erneut den Spitzenwert und belegt einen Anteil von 36 %. Jedoch weisen die anderen drei Regierungsbezirke mit Anteilswerten von 16 %, 22 % und 26 %, ebenfalls nennenswerte Anteile von Handwerksbetrieben auf. Dies ist ein Hinweis auf das spezifische Profil der baden-württembergischen Musikinstrumentenproduktion. So existiert neben wenigen mittelständischen Unternehmen und Handwerksbetrieben mit einem nennenswerten Beschäftigungspotenzial eine große Anzahl von kleinen Handwerksbetrieben ohne sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Es handelt sich in der Regel um Einpersonenernehmen oder Familienbetriebe.

Damit verbunden ist ein weiteres Profilvermerkmal der baden-württembergischen Musikinstrumentenproduktion. International renommierte Firmen und Betriebe haben ihren Sitz nicht etwa in den urbanen Städten, sondern befinden sich verstärkt in ländlich strukturierten Standorten. So hat sich ein neues Netzwerk Musikindustrie und Musikinstrumentenproduktion in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg mit den Städten Spaichingen und Trossingen gebildet. Damit wird die vielfältige, historisch gewachsene Musikwirtschaft in dieser Region vernetzt. Im Februar 2010 haben sich deshalb 25 Firmen zu einem *Netzwerk Musikindustrie in der Gewinnerregion* zusammengeschlossen. Ziel ist es, Firmen mit den Produktfeldern Musikinstrumente, Tonträger, Videoherstellung, Musikinstrumentenhan-

del, Musikevents und Radiosendungen zu vernetzen und Wege zu neuen Synergien zu finden.

Baden-Württemberg verfügt auch bei den kleinen und kleinsten Unternehmen über herausragende Handwerksbetriebe des Musikinstrumentenbaus. So werden regelmäßig baden-württembergische Handwerksbetriebe beim jährlichen Deutschen Musikinstrumentenpreis ausgezeichnet. Im Jahr 2006 war die *Bernhard Hammig, Kunstwerkstätte Boehmflötenbau* in Lahr erster Preisträger. Im Jahr 2008 folgte *Sascha Nowak, Gitarrenbau* in Freiburg, der für das beste Modell einer Konzertgitarre als Preisträger ausgezeichnet wurde. Und im aktuellen Jahr 2010 wurde die *Rudolf Walter & Co, Meisterwerkstatt für Holzblasinstrumentenbau GmbH* in Pleidelsheim als Preisträger in der Kategorie Fagotte geehrt. Neben den traditionellen Instrumentenbauern existieren in Baden-Württemberg weitere wirtschaftlich bedeutende Firmen.

Der Wirtschaftszweig Musikinstrumentenproduktion zeichnet sich durch eine relativ hohe Anzahl von Fachverbänden aus. So verfügt nahezu jede Instrumentengattung über einen eigenen Fachverband auf Bundesebene, mit zum Teil regionalen Standorten in Baden-Württemberg. Stellvertretend für diese Verbandsfülle sei auf die *Musikinstrumentenmacher-Innung Baden-Württemberg* mit Sitz in Stuttgart hingewiesen. Die meisten der Instrumentenbauer werden hier als Mitglieder registriert. Im *Bundesverband der deutschen Musikinstrumenten-Hersteller e. V.* mit Sitz in Wiesbaden sind ebenfalls eine hohe Anzahl baden-württembergischer Unternehmen vertreten.

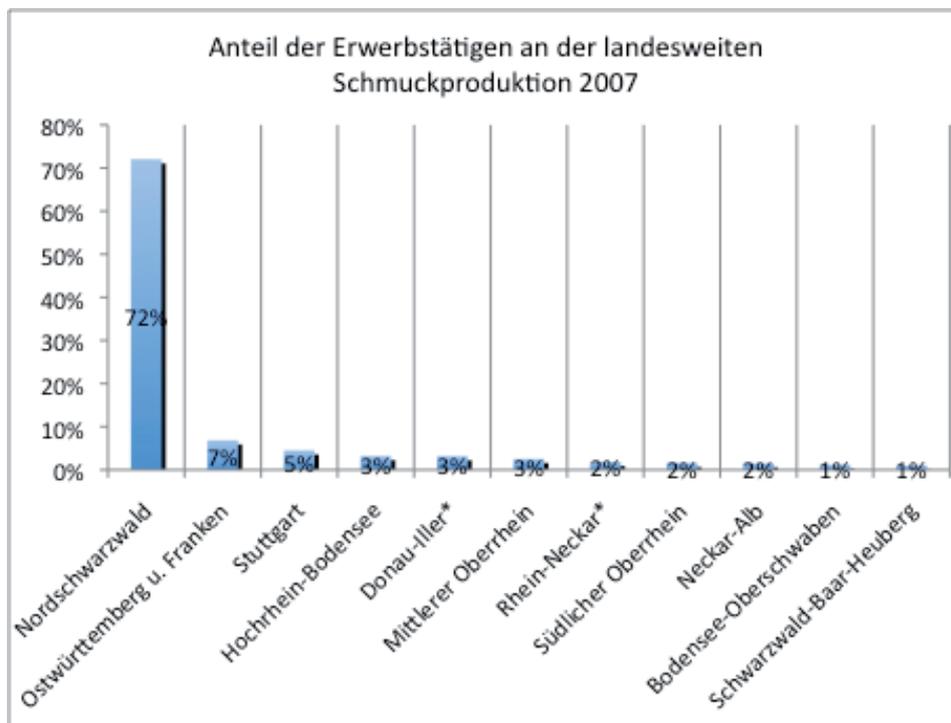
Insgesamt zählt der Wirtschaftszweig Musikinstrumentenproduktion in Baden-Württemberg zu den führenden Standortregionen in Deutschland und in Europa. Seine Firmen und Handwerksbetriebe können zum Teil auf eine mehr als 150-jährige Marktpräsenz verweisen. Neben Weltmarktführern existiert eine breite Palette von Meisterhandwerksbetrieben, die regelmäßig als Preisträger beim Deutschen Musikinstrumentenpreis hervortreten.

4.3. Schmuckproduktion in Baden-Württemberg

Mit dem Begriff Schmuckproduktion wird die Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Phantasieschmuck) und Münzen zu einem Wirtschaftszweig zusammengefasst. Dazu zählen die Herstellung, Bearbeitung von Edel- und Schmucksteinen, Perlen, von industriellen Qualitätssteinen und synthetischen Steinen sowie die Bearbeitung von Diamanten. Die Schmuckproduktion umfasst sowohl Schmuckindustrie als auch Handwerk und Gestaltung mit Schmuck u. ä. Erzeugnissen.

Mit rund 800 Unternehmen und einem Jahresumsatz von mehr als einer Milliarde Euro ist die Schmuckproduktion innerhalb des Branchengeflechts Kulturhandwerk u. ä. der bedeutendste Wirtschaftszweig, sofern man das in den Vergleich einbezogene Druckgewerbe außer Acht lässt (siehe Abschnitt 4.1.). Der im Abstand wichtigste Standort dieses Zweiges ist die Region Nordschwarzwald, die mit einem Erwerbstätigenanteil von über 70% alle anderen Regionen überragt.

Abb. 4.5: Regionale Schwerpunkte der Schmuckproduktion 2007



Hinweise: Erwerbstätigenbegriff = Selbstständige mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr sowie sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Betrieben am Arbeitsort, ohne geringfügig Beschäftigte; *nur Anteil Land Baden-Württemberg

Quelle: Sonderauswertung Unternehmensregister, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In der Stadt Pforzheim existiert bereits seit über 200 Jahren die Produktion für „edle Schmuckwaren“. Sie gilt in Deutschland als eine besondere Adresse. So wird sie oft auch als „Goldstadt“ bezeichnet. Rund acht von zehn Schmuckstücken, die aus Deutschland exportiert werden, sind Pforzheimer Ursprungs.⁸

Neben der Stadt Pforzheim gibt es weitere Standorte wie die Städte Schwäbisch Gmünd, Konstanz, Stuttgart oder Mannheim, die zusammen die wichtigste Landesregion in Deutschland im Bereich der Schmuckproduktion bilden: So liegt das Land Baden-Württemberg mit jeweils mehr als einem Drittel des Jahresumsatzes und der Erwerbstätigen im Bundesländervergleich unangefochten auf dem ersten Rangplatz in Deutschland.

Abb. 4.6: Die fünf wichtigsten Länder in der Schmuckproduktion in Deutschland 2007

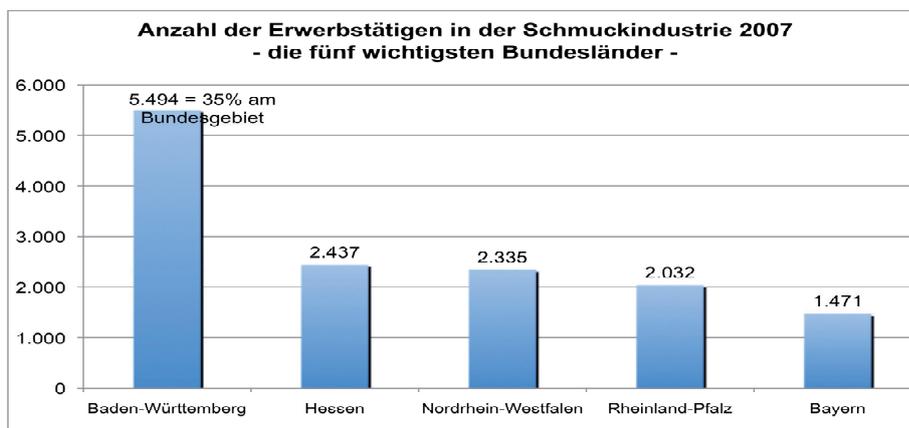
	Unternehmen (1)	Umsatz (2b)	Erwerbstätige (3)	%-Anteil	sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (4)
	Anzahl 2007	in Mio. Euro 2007	Anzahl 2007		Anzahl 2007
Baden-Württemberg	763	1.281	5.494	35 %	4.731
Hessen	259	568	2.437	15 %	2.178
Nordrhein-Westfalen	802	544	2.335	15 %	1.533
Rheinland-Pfalz	503	474	2.032	13 %	1.529
Bayern	781	343	1.471	9 %	690
Deutschland	4.046	3.707	15.902	100 %	11.859

Hinweise: (1) Selbstständige und Unternehmen, (2) Umsatz nicht regionalisiert, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

⁸ vgl. www.bw-invest.de

Abb. 4.7: Die fünf wichtigsten Länder in der Schmuckindustrie in Deutschland 2007



Hinweise: Erwerbstätige = Selbstständige einschließlich sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die außergewöhnlich starke Stellung der baden-württembergischen Schmuckproduktion führt darüber hinaus dazu, dass Deutschland auch im europäischen Ranking einen hervorragenden Platz hinter Italien einnimmt. Wie die Daten des europäischen Statistikamtes Eurostat ausweisen, arbeiten in Italien im Jahr 2007 rund 39.000 Beschäftigte in der Schmuckindustrie, gefolgt von Deutschland, das mit 12.000 Beschäftigten den zweiten Rangplatz in Europa belegt.

Abb. 4.8: Die fünf wichtigsten Länder in der Schmuckindustrie in Europa 2007

	Zahl der Beschäftigten 2007	Anteil in % 2007
Italien	38.749	34 %
Deutschland	12.028	11 %
Frankreich	11.167	10 %
Spanien	9.637	8 %
Polen	7.484	7 %
EU-27	113.600	100 %

Hinweise: Differenzen rundungsbedingt.

Quelle: Eurostat, SBS (SUS), eigene Berechnungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

4.4. Fotografisches Gewerbe in Baden-Württemberg

Mit dem Begriff Fotografisches Gewerbe werden alle Aktivitäten zusammengefasst, die sich auf die Fotografie für Privatpersonen und kommerzielle Nutzer beziehen. Dazu zählen Tätigkeiten von Fotojournalistinnen und Fotojournalisten, bei denen die fotografische Arbeit im Vordergrund steht. Sie reichen von Porträtaufnahmen usw., Werbe- und Modeaufnahmen, Aufnahmen für das Verlagswesen oder Aufnahmen für die Immobilienbranche und den Tourismus, Luftbildfotografie, Videoaufnahmen von Veranstaltungen bis zu Aufnahmen von Dokumenten auf Mikrofilm.

Marktstruktur

Abb. 4.9: Strukturdaten des Fotografischen Gewerbes 2008

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Umsatz (2)	Erwerbs- tätige (3)	darunter: Beschäf- tigte (4)	Zusätzlich: geringfügig Beschäftigte
	Anzahl	in Mio. Euro	Anzahl	Anzahl	Anzahl
	2008	2008	2008	2008	2008
Fotografisches Gewerbe	861	131	1.863	1.002***	729***

Hinweise: WZ-Nr. 74.81.1 nach WZ2003, (1) Selbstständige und Unternehmen, (2) Umsatz nicht regionalisiert, (3) Selbstständige einschließlich (4) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte und nach WZ2008 Klassifikation (Nr. 74.20.1).
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistik der Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen
Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Im Wirtschaftszweig Fotografisches Gewerbe sind nach amtlichen Angaben im Jahr 2008 rund 860 Unternehmen tätig. Sie erwirtschafteten 131 Millionen Euro und beschäftigten mehr als 1.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Zusammen mit den Selbstständigen ohne Beschäftigte sind rund 1.860 Erwerbstätige tätig. Einschließlich der geringfügig Beschäftigten (Anzahl 729) konnten die Unternehmen des baden-württembergischen Fotografischen Gewerbes insgesamt rund 2.600 Personen eine Beschäftigung oder einen Arbeitsplatz bieten.

Das Fotografische Gewerbe steht in engen Austauschbeziehungen zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie z. B. zur Designwirtschaft, zum Kunstmarkt oder zur Filmwirtschaft. In diesem Kontext ist auf das *Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM)* in Karlsruhe als international anerkannte Einrichtung hinzuweisen. Sie erforscht die Verbindung der verschiedenen Künste zu neuen Technologien und entwickelt neue multimediale Formate weiter. Ausgehend von der Fotografie über die Lichtkunst bis zur Medienkunst u. a. Formen strebt das ZKM in Karlsruhe „eine Triennale technisch-wissenschaftlicher Kunst und audiovisueller Produktion im globalen Kontext an“.⁹

5. Zusammenfassung

Vor dem Hintergrund der vorgestellten empirischen Ergebnisse können folgende Erkenntnisse festgehalten werden:

5.1. Allgemeine Bewertung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg verfügt über eine besonders gute Ausgangsposition im Wettbewerb der Bundesländer.

1. Die Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg signalisieren eine wirtschaftlich stabilere Position als im Bundesdurchschnitt.

So erzielen die Unternehmen im Durchschnitt höhere Umsätze als die Unternehmen im Bundesdurchschnitt, ebenso liegt die Beschäftigtenzahl je Unternehmen höher als im Durchschnitt. Weiterhin wird die Kultur- und Kreativwirtschaft tendenziell stärker durch gewerbliche Unternehmen geprägt und weniger durch eine „Freelancer“-Szene.

Dieser Befund gilt selbst dann, wenn die Software-/Games-Industrie nicht in die Berechnungen einbezogen werden. Ohne diesen Teilmarkt liegt der Umsatz je Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württembergs im Jahr 2008 bei 573.000 Euro, im Bundesgebiet bei 533.000 Euro. Ebenso bleiben auch die Durchschnittswerte zur Erwerbstätigkeit und Beschäftigung in Baden-Württemberg höher. Ohne die Software-/Games-Industrie wird in der Kultur- und Kreativwirtschaft ein Durchschnittswert von 3,7 Erwerbstätige je

⁹ vgl. Kultur 2020. Kunstpolitik für Baden-Württemberg, Landtagsdrucksache 14/6232, S. 116 ff.

Unternehmen in Baden-Württemberg erreicht, im Bundesgebiet liegt der Vergleichswert hingegen bei 3,3. Die vergleichbaren Werte: Beschäftigung je Unternehmen liegen in Baden-Württemberg bei 2,7, im Bundesgebiet bei 2,3.

2. Die Wachstumsdynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg war überwiegend deutlich besser ausgeprägt als im Bundesdurchschnitt.

Insbesondere ist das wirtschaftliche Wachstum im untersuchten Zeitraum 2003 bis 2008 doppelt so hoch ausgefallen, wie im gesamten Bundesgebiet. Baden-Württemberg erzielte in der Umsatzentwicklung eine Zuwachsrate von 26 % über die gesamte Vergleichsperiode, während im Bundesgebiet lediglich 13 % erreicht wurden. Ebenso überdurchschnittlich war die Erwerbstätigenentwicklung, die in Baden-Württemberg um 13 % in der Vergleichsperiode gestiegen ist, während der Bundeswert bei 8 % Zuwachs lag.

3. Auffällig sind die gegensätzlichen Trends bei der Entwicklung der Beschäftigten und bei den Unternehmen.

Die Wachstumsdynamik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten verlief in Baden-Württemberg im Vergleich zum Bundesgebiet dreimal so gut. Umgekehrt entwickelte sich die Zahl der Unternehmen im Bundesdurchschnitt dreimal schneller als in Baden-Württemberg. Der Zuwachs von sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen ist in der Regel ein Hinweis auf wirtschaftlich stabile Unternehmensstrukturen. Die fehlende Wachstumsdynamik für neue Unternehmen kann ein Hinweis auf die fehlenden Zugangsmöglichkeiten zum Markt sein.

4. Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann sich als eigenständiges Wirtschaftsfeld selbst in einer ausgeprägt starken Produktions- und Technologieregion überraschend gut behaupten. Ein wesentlicher Grund für die positive Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg dürfte ihre räumliche und strukturelle Nähe zu einer starken Industrie sein.

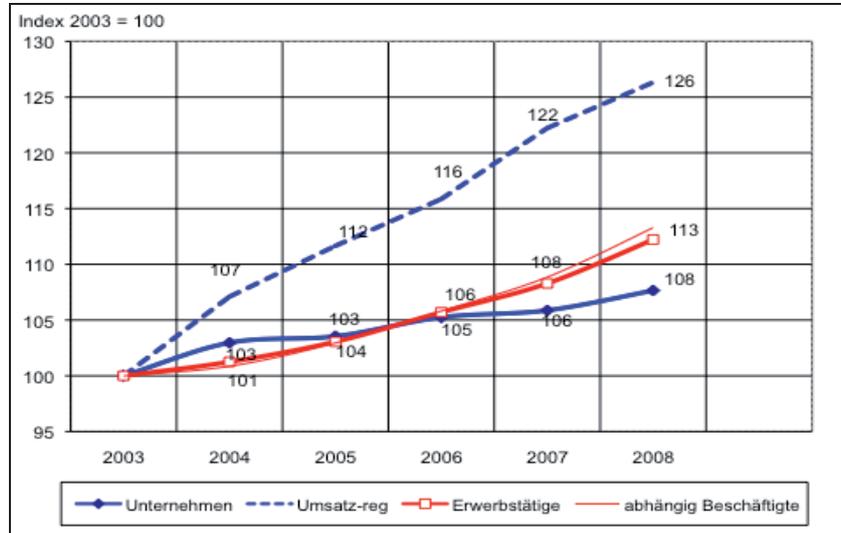
Oftmals werden der Kultur- und Kreativwirtschaft nur in solchen Dienstleistungsregionen, die zugleich schwache Produktionsstandorte sind, ausgeprägte Potenziale zugesprochen.

Obwohl der Branchenkomplex Kultur- und Kreativwirtschaft überwiegend durch Kleinst- und Kleinunternehmen geprägt wird, erreicht er ein Gesamtvolumen von rund 210.000 Erwerbstätigen (einschließlich geringfügig Beschäftigte). Die Querschnittsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft liegt damit in einem Größenumfeld vergleichbar mit dem Fahrzeugbau, der 238.000 (einschließlich geringfügig Beschäftigte) Erwerbstätige umfasst.

Selbst wenn man nur den „harten“ Beschäftigungskern ohne Selbstständige vergleicht, kann sich die Kultur- und Kreativwirtschaft mit 131.000 sozialversicherungspflichtig (sv.) Beschäftigte gegenüber der vergleichbaren Zahl von 195.000 Beschäftigten im Fahrzeugbau noch erstaunlich gut behaupten. Andere Industriebranchen wie die Chemische Industrie mit 31.000 sv.-Beschäftigten oder die Energie-/Wasserversorgung mit 40.000 sv.-Beschäftigten liegen weit unterhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft.

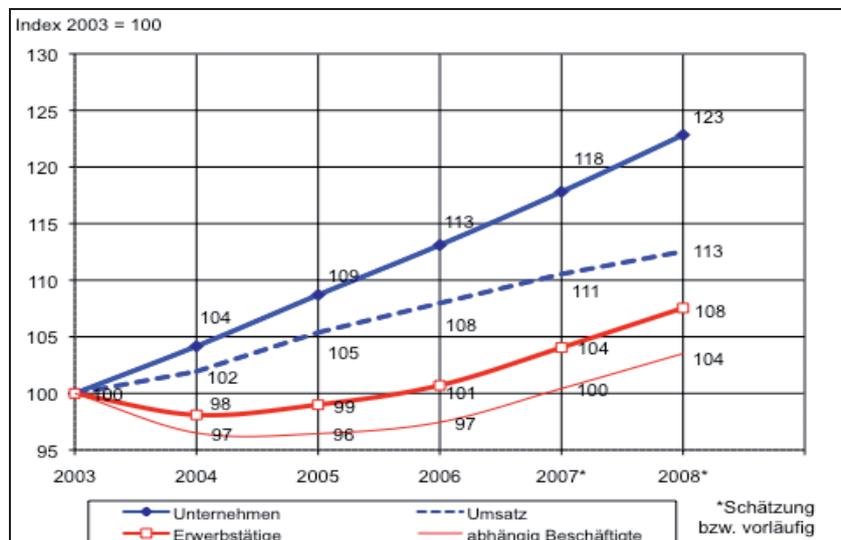
Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg und Bundesgebiet

Abb. 5.1: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg 2003 bis 2008



Quelle: Datenreport Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2010

Abb. 5.2: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2003 bis 2008



Quelle: Forschungsbericht Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

Nach dem Forschungsbericht Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009, mit dem erstmals bundesweite Daten und Trends bis zum Jahr 2008 aufbereitet worden waren, ist nunmehr vor wenigen Wochen ein neuer Monitoringbericht 2010¹⁰ erschienen, der aktuelle Schätzungen zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland bis zum Jahr 2009 vorlegen konnte.

¹⁰ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Kurzfassung Berlin, Juli 2010.

Danach existierten im Jahr 2009 in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Schätzungen rund 237.000 Unternehmen. Sie erzielten zusammen ein Umsatzvolumen von insgesamt 131,4 Milliarden Euro und konnten damit rund 787.000 abhängig Beschäftigten einen Voll- oder Teilzeitarbeitsplatz bieten. Zusammen mit den Selbstständigen arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland mehr als eine Million Erwerbstätige. Insgesamt erreichte die Kultur- und Kreativwirtschaft damit im Jahr 2009 schätzungsweise einen Wertschöpfungsbeitrag in Höhe von rund 62,6 Milliarden Euro.

Vor dem Hintergrund der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Situation im Jahr 2009 geriet auch die Kultur- und Kreativwirtschaft in Teilen in eine schwierige Lage. So schrumpfte der Umsatz gegenüber dem Vorjahr 2008 mit einem Minus von 3,5%. Zugleich macht der Vergleich mit der Gesamtwirtschaft jedoch deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft trotzdem erstaunlich glimpflich durch die Krise gekommen ist. So ging das gesamtwirtschaftliche Umsatzvolumen im gleichen Zeitraum um mehr als 8% zurück.

Im Hinblick auf die Erwerbstätigen- und Beschäftigungsentwicklung ist die Kultur- und Kreativwirtschaft sogar mit einem leichten Wachstumsplus durch das Krisenjahr gekommen. Der Erwerbstätigenmarkt bietet im Kontrast zur wirtschaftlichen Lage ein unerwartet positives Bild. Trotz des Krisenjahres 2009 stieg die Zahl der Erwerbstätigen zum Vorjahr 2008 um 1,8% an. Zwar konnten die Wachstumsraten der Vorjahre 2008 und 2007 nicht mehr erreicht werden, die mit 3% bis knapp 4% eine erhebliche Steigerung für die Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutet hatten. Dennoch bleibt es ein bemerkenswertes Phänomen der Kultur- und Kreativwirtschaft, dass sie ihr Erwerbstätigenpotenzial in einer wirtschaftlichen Krise halten oder zum Teil sogar ausweiten kann.

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

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

Alle für das Jahr 2009 vorgelegten Befunde und Kennzahlen auf Bundesebene beruhen auf vorläufigen Angaben und Schätzungen. Eine Schätzung dieser Kennzahlen für Baden-Württemberg ist im Rahmen dieses Datenreports nicht möglich.

5.2. Bewertung der Teilmärkte

Die Ergebnisse der Teilmakrtanalysen lassen sich zusammenfassend bewerten:

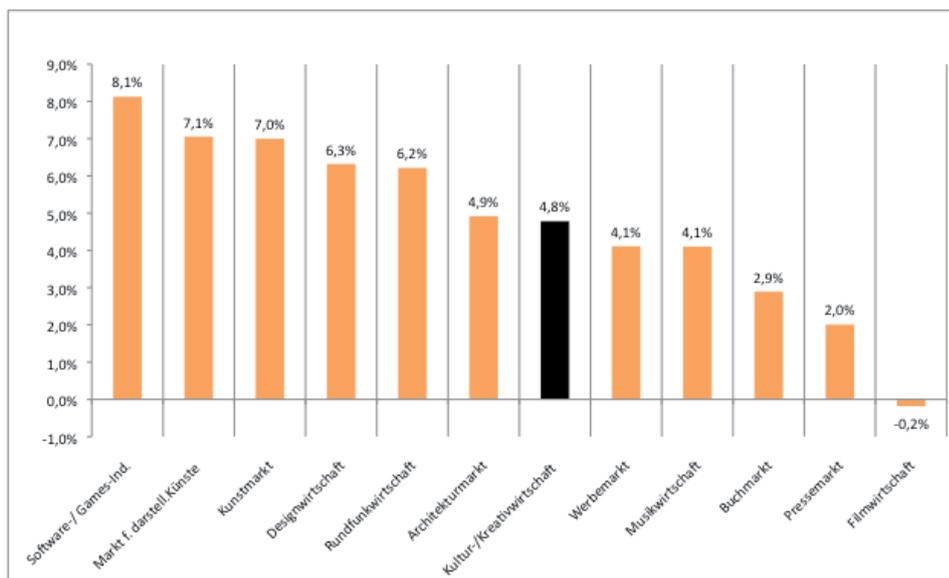
Bewertung der Teilmakrtgrößen

Gemessen am Umsatzvolumen können folgende fünf Teilmärkte in Rangfolge genannt werden: An der Spitze steht die Software-/Games-Industrie mit einem Umsatzanteil von 28% an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft, gefolgt vom Pressemarkt mit 18% und dem Werbemarkt mit 15%. Der Buchmarkt mit 12% und die Designwirtschaft mit 10% erreichen ebenfalls zweistellige Anteilswerte.

Bezogen auf den Erwerbstätigenmarkt lässt sich eine ähnliche Schwerpunktbildung der Teilmärkte erkennen. Neben den oben genannten fünf Teilmärkten ist hier zusätzlich der Architekturmarkt einzubeziehen, der gemessen an der Zahl der Erwerbstätigen in der Rangfolge auf Platz fünf, noch vor dem Buchmarkt, folgt.

Bewertung der wirtschaftlichen Entwicklung

Abb. 5.3: Durchschnittliche jährliche Veränderung des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg, 2003 bis 2008



Quelle: Datenreport Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2010

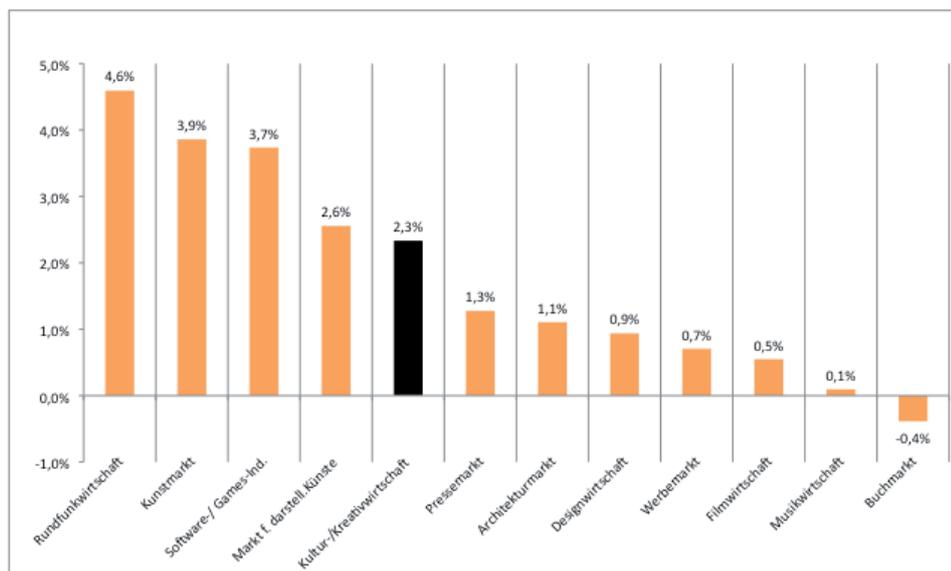
Im Vergleich der Wachstumsdynamik treten sechs Teilmärkte mit überdurchschnittlich positiven Wachstumsraten hervor. Die Teilmärkte Software-/Games-Industrie, Markt für darstellende Künste, Kunstmarkt, Designwirtschaft, Rundfunkwirtschaft und Architekturmarkt weisen überdurchschnittliche Wachstumsraten von knapp 5 % bis über 8 % in der Vergleichsperiode 2003 bis 2008 aus.

Moderate jährliche Wachstumsraten konnten die Teilmärkte Werbemarkt und Musikwirtschaft mit Werten von jeweils 4,1 % erzielen.

Der Buchmarkt und der Pressemarkt zählen mit jährlichen Raten von 2 bis 3 % zu den schwächeren, gleichwohl positiven Teilmärkten, während die Filmwirtschaft mit einem zwar nur minimalen Minuswachstum von 0,2 % auf eine wirtschaftlich schwierige Phase in der Vergleichsperiode hindeutet. Hier kann darauf verwiesen werden, dass sich die baden-württembergische Filmwirtschaft nicht vom bundesweiten Trend abkoppeln konnte. Dieser signalisiert mit minus 0,6 % jährliche Wachstumsrate eine noch schlechtere Wirtschaftslage in der Filmwirtschaft.

Bewertung der beschäftigungsbezogenen Entwicklung

Abb. 5.4: Durchschnittliche jährliche Veränderung der Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg, 2003 bis 2008



Quelle: Datenreport Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2010

Der Vergleich der Wachstumsdynamik bei der Erwerbstätigkeit macht deutlich, dass hier lediglich vier Teilmärkte mit überdurchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten hervortreten. An der Spitze liegt die Rundfunkwirtschaft, die im jährlichen Schnitt um 4,6% gewachsen ist, es folgen der Kunstmarkt mit 3,9%, die Software-/Games-Industrie mit 3,7%, und Markt für darstellende Künste mit 2,6% Wachstum im Vergleichszeitraum, die noch über dem Gesamtdurchschnitt der Kultur- und Kreativwirtschaft liegen. Auffallend ist die Tatsache der sehr ungleichen Marktgrößen, die dennoch zu ähnlichen Wachstumsraten gelangen. Der Kunstmarkt als kleinster Teilmarkt und die Software-/Games-Industrie als größter Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickeln beide ähnliche Wachstumstendenzen. Allerdings sind hier weniger gemeinsame konjunkturelle oder strukturelle Ursachen zu vermuten, denn beide Teilmärkte sind diametral unterschiedliche Märkte die auch in regionalen oder global unterschiedlichen Kontexten stehen.

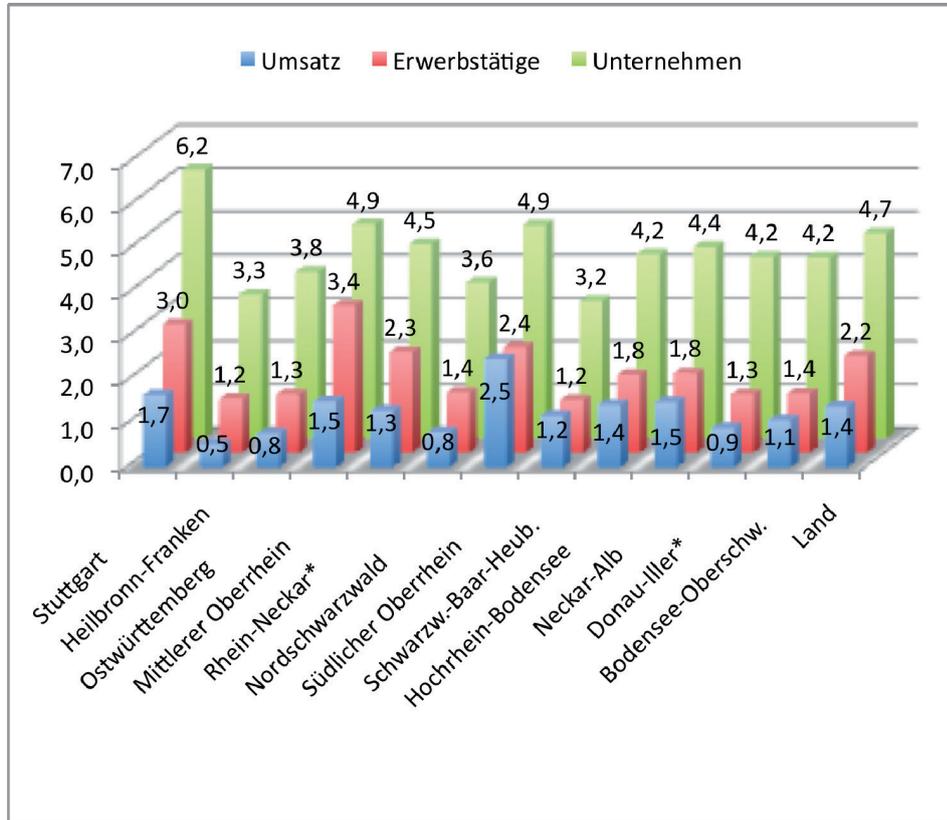
Durchschnittliche Wachstumsraten erzielen der Architekturmarkt, der Pressemarkt, die Designwirtschaft sowie der Werbemarkt mit jeweils rund einem Prozent jährlichen Wachstums.

Die Musikwirtschaft und die Filmwirtschaft bewegen sich mit 0,5% und 0,1% nahezu im Nullwachstumsbereich, während der Buchmarkt mit minus 0,4% sogar Arbeitsplätze kontinuierlich abbauen musste.

Insgesamt zählen zu den vier stärksten Teilmärkten in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft die Software-/Games-Industrie, der Kunstmarkt, der Markt für darstellende Künste und die Rundfunkwirtschaft, wenn die beiden dargestellten Entwicklungsindikatoren: Umsatz und Erwerbstätigkeit zum Maßstab genommen werden.

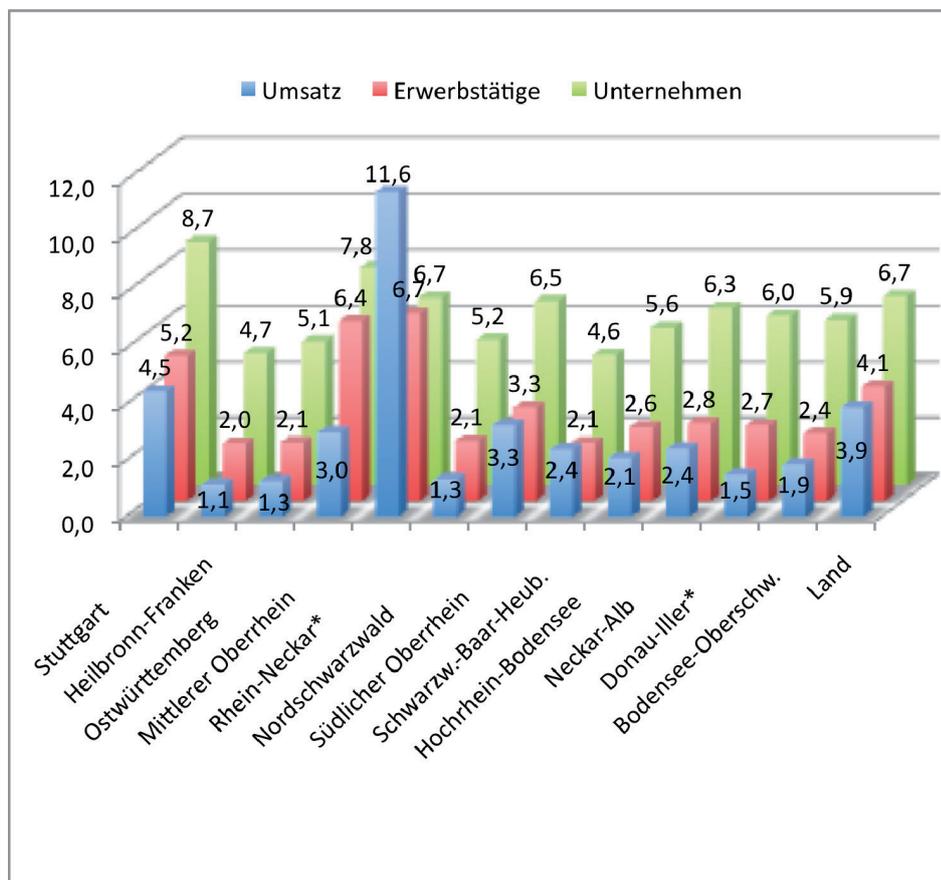
5.3. Bewertung der Regionen

Abb. 5.5: Regionale Kultur- und Kreativwirtschaft ohne Software-/Games-Industrie – Anteile des Umsatzes, der Erwerbstätigen und der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweis: Kultur- und Kreativwirtschaft ohne Teilmarkt Software-/Games-Industrie.
 Quelle: Datenreport Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2010

Abb. 5.6: Regionale Kultur- und Kreativwirtschaft mit Software-/Games-Industrie – Anteile des Umsatzes, der Erwerbstätigen und der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft 2007 in %



Hinweis: Kultur- und Kreativwirtschaft ohne Teilmarkt Software-/Games-Industrie.
Quelle: Datenreport Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2010

Wie Abbildung 5.5 deutlich macht, existiert sowohl in wirtschaftlicher als auch in beschäftigungs- und unternehmensbezogener Hinsicht eine relativ breit gestreute regionale Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Gemessen an der jeweiligen regionalen Gesamtwirtschaft erreichen die Umsätze, die Erwerbstätigen und die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft prozentuale Anteilswerte, die überwiegend im Bereich des Landeswertes liegen. Die Daten der Kultur- und Kreativwirtschaft wurden ohne den Teilmarkt Software-/Games-Industrie ermittelt, da die Weltmarktunternehmen dieses Teilmarkts das regionale Gesamtbild der Kultur- und Kreativwirtschaft stark zugunsten der Region Rhein-Neckar verzerren würden. Wie sich die Einbeziehung der Software-/Games-Industrie auf das Gesamtbild auswirken würde, kann in der Abbildung 5.6 im Vergleich geprüft werden.

In wirtschaftlicher Betrachtung (und ohne Software-/Games) liegt die Region Südlicher Oberrhein mit einem Anteilswert von 2,5 % an der Spitze der gesamten regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Regionen: Stuttgart, Mittlerer Oberrhein, Neckar-Alb und Hochrhein-Bodensee folgen mit regional überdurchschnittlichen oder durchschnittlichen Anteilswerten in der Kategorie Umsatz.

In der Kategorie der Erwerbstätigen (und wiederum ohne Software-/Games) erreicht die Region Mittlerer Oberrhein den regionalen Spitzenwert von 3,4 %. Hier folgen die Regionen: Stuttgart, Rhein-Neckar und Südlicher Oberrhein mit weiteren überdurchschnittlichen Anteilswerten von 2,3 % bis 3,0 %.

Die Unternehmenslandschaft der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft (und wiederum ohne Software-/Games) wird von der Region Stuttgart angeführt. Mit einem Anteilswert von 6,2 % liegt sie an der Spitze, gefolgt von den Regionen: Mittlerer und Südlicher Oberrhein.

Insgesamt erreichen die 12 Regionen des Landes Basispotenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft, die es gerechtfertigt erscheinen lassen, dass sich alle Regionen mit diesem wichtigen Zukunftsfeld beschäftigen.

5.4. Ausblick

Mit dem vorliegenden Datenreport wurde eine Grundlage zur Einschätzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg geschaffen. Durch die konsequente Anbindung des Datenreports an den „Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft“ entsprechend den Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz (siehe dazu einleitendes Kapitel) können die Befunde und Trends im Vergleich zu anderen Bundesländerberichten oder zum Monitoringbericht der Bundesregierung bewertet werden. Damit ist ein sinnvoller Weg in Richtung einer vergleichenden empirischen Analyse besritten worden.

In diese Richtung geht auch die erstmalige Betrachtung der 12 Regionen Baden-Württembergs. Denn gerade die lokalen Netzwerke und Cluster in den einzelnen Regionen bilden oftmals die entscheidenden Keimzellen für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Insofern können sie grundsätzlich als Basis für sogenannte „World Class Cluster“ der „Creative Industries“ verstanden werden, wie sie die Europäische Kommission¹¹ derzeit europaweit prüfen lässt. Die EU versteht hierbei allerdings Großräume wie Paris/Île-de-France, London oder ganze Bundesländer als Clusterräume, und schreibt ihnen für die gesamteuropäische Entwicklung eine große Bedeutung zu.

Wesentliche Innovationen entstehen oftmals in kleinsten lokalen Räumen und Netzwerken. Die vorliegende Untersuchung zeigt, dass es in den Regionen Baden-Württembergs dafür zahlreiche Belege gibt. Die Entstehung von ästhetischen Ideen, Produkten und Dienstleistungen in den Regionen ist die eine Seite der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die andere Seite ist die Verwertung dieser Ideen, die durch wertschöpfungsstabile Unternehmen geleistet werden kann. Auch hier gibt es in Baden-Württemberg bereits zahlreiche hervorragende Beispiele, die von kleinsten, familiengeführten Betrieben bis zu großen mittelständischen Unternehmen und weltweiten tätigen Konzernen reichen.

¹¹ Pan-europäische Initiative zur Unterstützung der Kreativwirtschaft in Europa, Amsterdamer Erklärung Februar 2010, in: http://ec.europa.eu/enterprise/e_i/news/article:10043_de.htm.