



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Forschungsbericht Nr. 577

Forschungsberichte

Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Kurzfassung eines Forschungsgutachtens im Auftrag
des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

www.bmwi.de

Autoren

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

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Druck

Harzdruckerei, Wernigerode

Herausgeber

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

Stand

Februar 2009



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



Forschungsberichte

Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Kurzfassung eines Forschungsgutachtens im Auftrag
des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

Inhalt

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

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

1. Gesamtwirtschaftliche Perspektive der Kultur- und Kreativwirtschaft

1.1 Einführung

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

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

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

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

Das Neue in der Studie

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

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

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

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

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

1.2 Definition

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

Das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst folgende elf Kernbranchen oder Teilmärkte: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt sowie Software/Games-Industrie.

Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der sogenannte schöpferische Akt. Damit sind alle künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalte, Werke, Produkte,

Produktionen oder Dienstleistungen gemeint, die als wirtschaftlich relevanter Ausgangskern den elf Teilmärkten zugrunde liegen.

Die deutsche Abgrenzung ist im Übrigen sowohl mit der europäischen Kernabgrenzung der EU-Kommission als auch mit dem weltweiten Referenzmodell, dem britischen Creative Industries Konzept kompatibel.

1.3 Die wirtschaftlichen Fakten und Trends

Anteil an der Wertschöpfung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft leistet zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung in Deutschland im Jahr 2006 einen Beitrag in Höhe von 61 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil von 2,6 Prozent am Bruttoinlandsprodukt. Im Vergleich zu ausgewählten klassischen Wirtschaftsbranchen, wie der Automobil- oder Chemieindustrie nimmt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Mittelplatz ein. Die Automobilindustrie erreicht 2006 einen Bruttowertschöpfungsbetrag von 71 Milliarden Euro und einem Anteil von 3,1 Prozent, die Chemieindustrie einen Betrag von 49 Milliarden Euro und einem Anteil von 2,1 Prozent. Auf der Basis der positiven Erwerbstätigenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Jahren 2006 bis 2008 wird der Bruttowertschöpfungsbetrag konservativ geschätzt für das Jahr 2008 eine Höhe von 63 Milliarden Euro erreichen.

Erwerbstätige

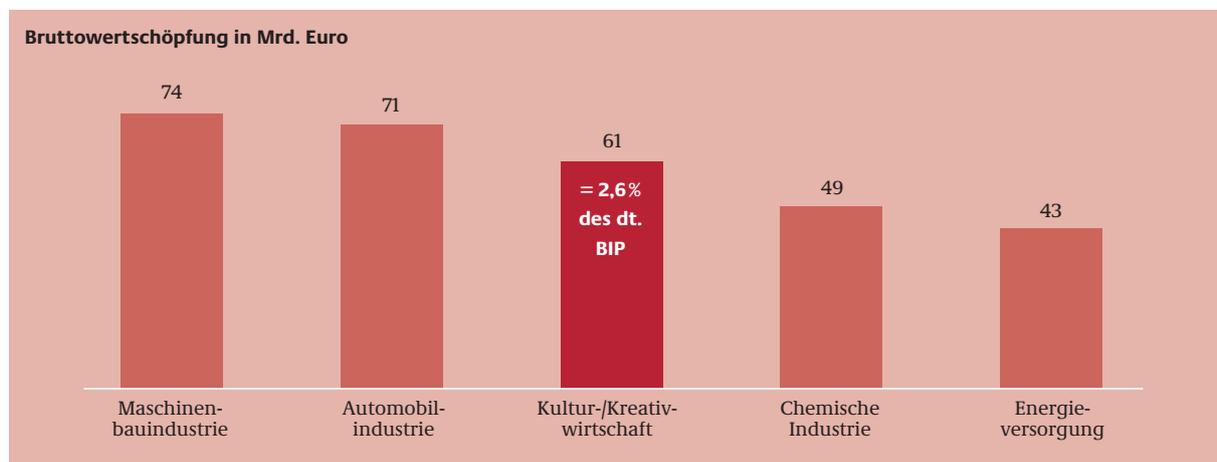
Die Zahl der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht im Jahr 2006 ein Volumen von 938.000 Personen (Selbständige und abhängig Beschäftigte). Die Zahl steigt zum Jahr 2007 um mehr als 30.000 Personen auf knapp 970.000 und bis 2008 erneut mit gleicher Dynamik auf einen neuen Höchststand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

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

Selbständige Künstler und Künstlerinnen

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

Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2006



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

Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

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

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

Anteil der Frauen

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

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

Zusammenfassung der empirischen Befunde

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

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

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

Die wichtigsten Märkte für **Kleinstunternehmen** sind der Kunstmarkt, der Markt für darstellende Künste, die Designwirtschaft, sowie der Architekturmarkt. Hier erwächst ein hoher Marktanteil des Umsatzes durch die große Zahl der Kleinstunternehmen, die als Einpersonunternehmen oder Freiberufler im Markt tätig sind und im Schnitt zwischen 100.000 und 200.000 Euro Jahresumsatz erzielen.

Zu den **ausgeglichenen Teilmärkten**, die in allen Unternehmensgrößenklassen mehr oder weniger gleiche Umsatzanteile aufweisen, zählen die Software-/Games-Industrie – sowie die Filmwirtschaft.

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

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

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

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

Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

2. Analyse der Förderrahmenbedingungen und Handlungsempfehlungen

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2 Strategische Handlungsempfehlungen

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

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

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

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

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

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

Definierter Innovationsbegriff für die Kultur- und Kreativwirtschaft

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

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

Aufbau einer bundesweiten Branchenplattform der Kultur- und Kreativwirtschaft

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

Entwicklung von Bewertungsmaßstäben für Banken und Wirtschaftsförderer

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

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

Ausweitung der Bundespreise

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

Ausweitung der Messförderung

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

Weiterentwicklung von Programmen mit kleinteiligen Förderbeträgen

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

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

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

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

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

Weiterführende und vertiefende Analysen zur Verbesserung der allgemeinen Rahmenbedingungen

Im Rahmen dieser Untersuchung konnte keine ausführliche Analyse der hier als allgemeine Rahmenbedingungen definierten Einflussfaktoren erfolgen.

Vielmehr gilt es, die in der vorliegenden Analyse identifizierten Themen als Anregungen von der Bundesregierung aufzunehmen. Eine Bewertung der Themen erfordert aufgrund der enormen Komplexität dieser allgemeinen Rahmenbedingungen jedoch eigene Untersuchungen.

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

Anhang

Abgrenzungsmodelle

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

Statistische Daten

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

Literaturquellen

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

Neuabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft ab 2009

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

1. Abgrenzungsmodell der EU-Kommission

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

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

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

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

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

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

Statistische Abgrenzung der Kernbranchen der Kulturwirtschaft*

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

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

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

3. Abgrenzungsmodell der Wirtschaftsministerkonferenz nach statistischen Teilgruppen

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

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

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

Hinweise: *3-Steller-Wirtschaftsgruppen werden durch ausgewählte 5-Steller-Wirtschaftszweige ersetzt, sofern vorhanden, ansonsten anteiliger Wert der Gruppe. **Schätzwert 20% für Kunsthandel, da Wirtschaftszweig Nr. 5.2.48.2 hohe Anteile von nicht-kulturellen Aktivitäten enthält. ***Wirtschaftszweig wird mehrfach zugeordnet, Endsumme einfach berechnet.

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

		Anteilswerte
1. Musikwirtschaft		
92.31.5	Selbständige Musiker/innen, Komponist/innen	
92.31.2	Musik- und Tanzensembles	
22.14.0	Verlag von bespielten Tonträgern u. Musikverlage	
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	10% (SVB)
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens	
52.45.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	
Teilmarkt insgesamt		
2. Buchmarkt		
92.31.6	Selbständige Schriftsteller/innen	
22.11.1	Buchverlag	
52.47.2	Einzelhandel mit Büchern	
Teilmarkt insgesamt		
3. Kunstmarkt		
92.31.3	Selbständige bildende Künstler/innen	
52.48.2**	Kunsthandel (Schätzung)	20% (UST, SVB)
92.52.1	Museumshops (Schätzung) und Kunstausstellungen	8% (SVB)
Teilmarkt insgesamt		
4. Filmwirtschaft		
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/innen	
92.11.0	Film-/TV- und Videofilmherstellung	
92.12.0	Filmverleih- und Videoprogrammanbieter	
92.13.0	Kinos	
Teilmarkt insgesamt		
5. Rundfunkwirtschaft		
92.20.0	Rundfunkveranst., Herstellung von Hörfunk-, Fernsehprogrammen	35% (SVB)
Teilmarkt insgesamt		
6. Markt für darstellende Künste		
92.31.7	*Selbständige Bühnenkünstler/innen	
92.31.8	Selbständige Artist/innen	
92.31.1	Theaterensembles	10% (SVB)
92.32.1	*Theater-/Konzertveranstalter	
92.32.2	*Betrieb von Theatern, Opern, Schauspielhäusern usw.	10% (SVB)
92.32.3	Varietes u. Kleinkunstabühnen	
92.32.5	*Sonstige Hilfsdienste des Kultur- und Unterhaltungswesens	
92.34.1	Tanzschulen	
92.34.2	Weitere Kultur-/Unterhaltungseinrichtungen (Zirkus, Akrobaten, Puppentheater)	
Teilmarkt insgesamt		
7. Designwirtschaft		
74.20.6	Industriedesign	
74.87.4	Produkt-/Mode-/Grafikdesign	
74.40.1	*Kommunikationsdesign/ Werbegestaltung	
Teilmarkt insgesamt		



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

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

5. Kultur- und Kreativwirtschaft 2006 nach statistischer Teilgruppengliederung

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

9. Umsatzgrößenklassen der Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

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

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

Hinweis: Steuerpflichtige Unternehmen und Selbständige mit Jahrsumsätzen ab 17.500 Euro

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

10. Selbständige Künstler und Künstlerinnen nach Umsatzgrößenklassen 2006

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

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

Hinweis: Selbständige Künstler/innen mit Jahrumsätzen ab 17.500 Euro

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

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

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

Quelle: Künstlersozialkasse 2008

12. Literaturliste

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

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

13. Übersicht der Länderberichte zur Kultur- und Kreativwirtschaft

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

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

(gültig für alle Datenauswertungen ab 2009)

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

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



WZ-Nr. 2-stellig	WZ-Nr. 3-stellig	WZ-Nr. 4-stellig (teilweise 5-stellig)
Bibliotheken/Museen		
91 – Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	91.0 – Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	91.01 – Bibliotheken und Archive 91.02 – Museen 91.03 – Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen
Handel mit Kulturgütern		
47 – Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)	47.6 – Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren	47.59.3 – Einzelhandel m. Musikinstrum. und Musikalien 47.61 – Einzelhandel mit Büchern 47.62.1 - Einzelhandel m. Zeitschriften und Zeitungen 47.63 – Einzelhandel m bespielten Ton- und Bildträgern 47.78.3 – Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerbl. Erzeugnissen, (Anteil ohne Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln)
Architektur		
71 – Architektur- und Ingenieurbüros; techn, physikalische und chem. Untersuchung	71.1 - Architektur- und Ingenieurbüros	71.11 – Architekturbüros 71.11.1 – Architekturbüros für Hochbau 71.11.2 – Büros für Innenarchitektur 71.11.2 – Büros für Innenarchitektur 71.11.3 – Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung 71.11.4 – Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
Design		
74 – Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten	74.1 – Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design	74.10 – Ateliers f Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design 74.10.1 – Industrie-, Produkt- und Mode-Design 74.10.2 – Grafik- und Kommunikationsdesign 74.10.3 – Interior Design und Raumgestaltung 71.12.2 – Ingenieurbüros für technische Fachplanung und Ingenieurdesign (Anteil)
Werbung		
73 – Werbung und Marktforschung	73.1 – Werbung	73.11 – Werbeagenturen 73.12 – Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen
Software/Games		
	58.2 – Verlegen von Software 62.0 – Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie	58.21 – Verlegen von Computerspielen 58.29 – Verlegen von sonstiger Software 62.01 – Programmierungstätigkeiten 62.01.1 – Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen 62.01.9 – Sonstige Softwareentwicklung

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

Quelle: Arbeitskreis Kulturstatistik e.V.



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