



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

Die Beauftragte der Bundesregierung  
für Kultur und Medien



Initiative  
Kultur- & Kreativwirtschaft  
der Bundesregierung

# Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024

*Studie erstellt im Auftrag des Bundesministeriums für  
Wirtschaft und Klimaschutz*

[bmwk.de](https://www.bmwk.de)

## **Impressum**

### **Herausgeber**

Bundesministerium für  
Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
www.bmwk.de

### **Redaktion**

Kathleen Freitag, Bianca Creutz, Dr. Anna Heugel, Arun Mahato,  
Frauke Dornberg, Christina Schenten (Prognos AG)

### **Stand**

Januar 2025

Diese Publikation wird ausschließlich als Download angeboten.

### **Gestaltung**

PRpetuum GmbH, 81541 München

### **Bildnachweis**

AdobeStock  
Tamara/S. 114

iStock

AleksandarGeorgiev/22 – 23, 26 – 27

Alona Horkova/S. 76 – 77, 80 – 81

anyaberkut/S. 94 – 95

artJazz/S. 116

Bjoern Wyzelich/S. 70 – 71, 74 – 75

demaerre/S. 46 – 47, 50 – 5

Devin Vervena Valentino Rossy/S. 2 – 5, 101 – 102, 106, 107, 111, 112

fergregory/S. 52 – 53, 56 – 57

fpphotobank/S. 88 – 89, 91 – 93

Franck-Boston/S. 64 – 65, 68 – 69

freepik/S. 98, 103, 108

gleitfrosch/S. 113, 123

James Brown/S. 82 – 83, 86 – 87

Kertlis/S. 7, 20 – 21

primipil/S. 34 – 35, 38 – 39

RadomanDurkovic/S. 58 – 59, 62 – 63

Svitlana Unuchko 28 – 29, 32 – 33

The7Dew/Titel

varunyu suriyachan/S. 40 – 41, 44 – 45

Diese Publikation wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht zur Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

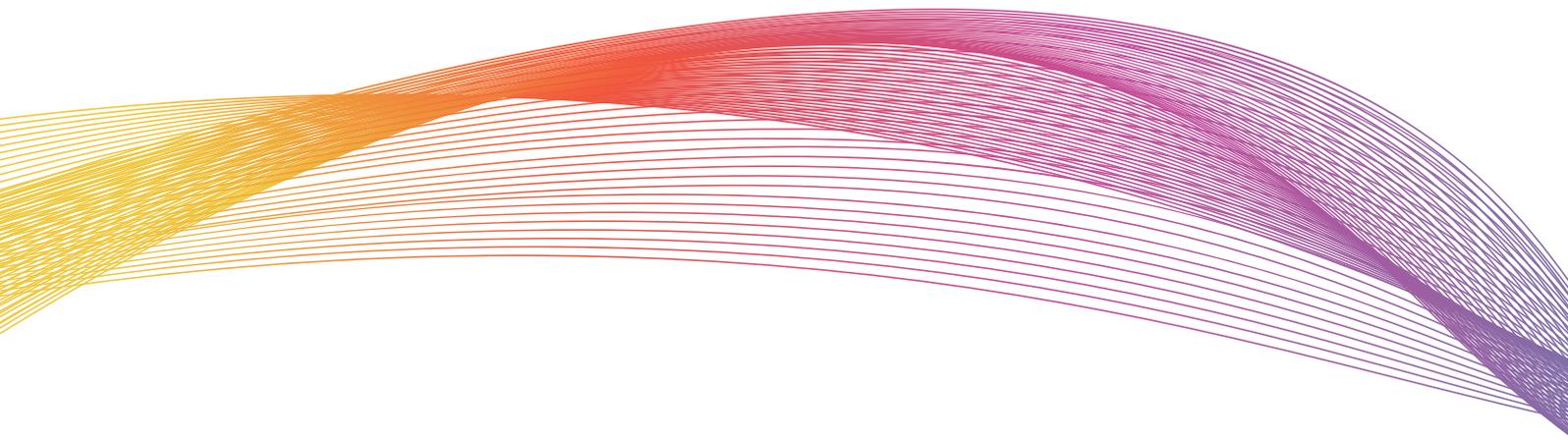
# Inhalt

Aufgaben und Methodik des Monitorings	2
Key Facts Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2023	6
Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2023	7
Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft	8
Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft	12
Exporte in der Kultur- und Kreativwirtschaft	14
Indirekte und induzierte Effekte der Kultur- und Kreativwirtschaft	16
Teilmarktsteckbriefe 2023	21
Musikwirtschaft	23
Buchmarkt	29
Kunstmarkt	35
Filmwirtschaft	41
Rundfunkwirtschaft	47
Markt für Darstellende Künste	53
Designwirtschaft	59
Architekturmarkt	65
Pressemarkt	71
Werbemarkt	77
Software-/Games-Industrie	83
Sonderauswertung Games-Markt	89
<b>EU-Benchmark: Frankreich, Polen, Niederlande</b>	<b>95</b>
Methodik Ländersteckbriefe	96
Stand und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Frankreich	98
Stand und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Polen	103
Stand und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Niederlande	108
<b>Anwendungspotenziale von Künstlicher Intelligenz in der Kultur- und Kreativwirtschaft</b>	<b>113</b>
<b>Anhang</b>	<b>123</b>
Bezugsgrößen und statistische Quellen	124
Quellenverzeichnis	126
Daten-Tabellen	131

# Aufgaben und Methodik des Monitorings

Die Prognos AG hat im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) den Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024 erstellt.

Der Monitoringbericht ist ein **kontinuierliches Instrument** zur Beobachtung von Status quo und Entwicklung der **Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)** in Deutschland. Kern des Monitorings bilden zentrale statistische Daten zu Umsatz und Beschäftigung in der Branche, die im Rahmen des nun im zweijährigen Rhythmus erscheinenden Monitoringberichtes fortgeschrieben werden. Einschätzungen und O-Töne von Branchenverbänden zur Entwicklung der Teilmärkte wurden schriftlich eingeholt. Sie ergänzen die statistischen Kennzahlen. Darüber hinaus wird in jedem Bericht ein Sonderthema aufbereitet, welches für die KKW von aktueller Relevanz ist. In diesem Bericht werden Anwendungspotenziale von Künstlicher Intelligenz in der KKW im Rahmen des Sonderthemas näher beleuchtet.



## INFO

## Abgrenzung der KKW

Als Querschnittsbranche verfügt die KKW über ein breites Angebotsportfolio. Kultur- und Kreativschaffende sind auf zahlreichen Märkten aktiv. Zur Branche zählen elf Teilmärkte mit unterschiedlichen Tätigkeitsprofilen, von den Darstellenden Künsten bis zur Software-/Games-Branche.

Verbindendes Element ist der schöpferische Akt. „Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, die **überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert** sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“<sup>1</sup> Unternehmen, Einrichtungen oder Vereine, die öffentlich finanziert werden, zählen nicht zur KKW und werden im Monitoring nicht erfasst.

Die Erhebung der Kennzahlen im Monitoringbericht basiert auf der **bundesweit abgestimmten Abgrenzung der KKW** nach dem Leitfaden der Wirtschaftsministerkonferenz<sup>2</sup> (s. Anhang). Der Leitfaden wurde 2009 entwickelt und 2016 aktualisiert.

Im Leitfaden werden offiziell **elf Teilmärkte** der KKW definiert (s. Abbildung).<sup>3</sup> Einzelne Wirtschaftszweige, die keinem Teilmarkt direkt zugeordnet werden können, werden in einer zusätzlichen Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst. Diese systematische Zusammenführung der Branche auf Grundlage der Wirtschaftszweigklassifikation ermöglicht eine **Vergleichbarkeit** der Daten über Regionen hinweg.

## Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



1 Söndermann et al. (2009)

2 Söndermann (2016)

3 Der Teilmarkt „Sonstiges“ wird häufig nicht referenziert und so wird i. d. R. von elf Teilmärkten der KKW gesprochen.

## Zentrale statistische Kennzahlen des Monitoringberichtes

Der Status quo und die Entwicklung der KKW werden anhand von Daten zu Umsatz, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung erfasst (Kerndatenset). Die zentralen statistischen Datenquellen des Monitorings zur Abbildung der Kerndaten sind:

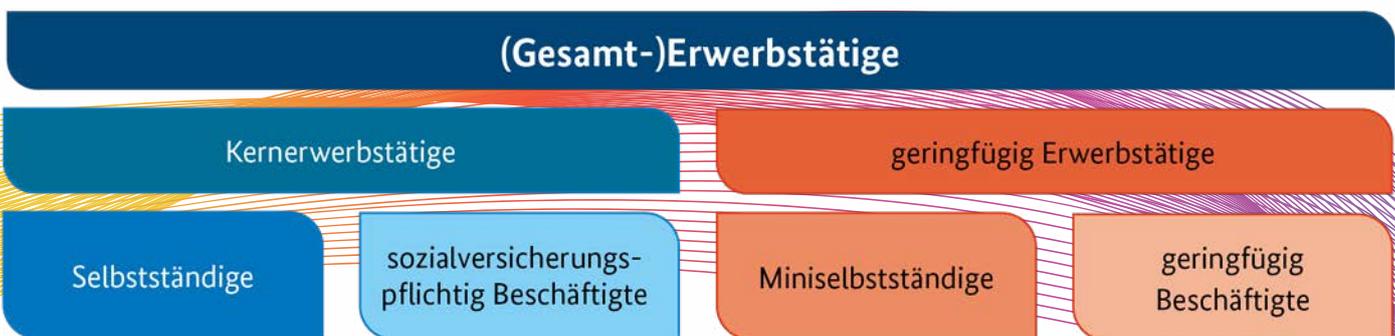
- die **Beschäftigungsstatistik** der Bundesagentur für Arbeit (BA)
- die **Umsatzsteuerstatistik** des Statistischen Bundesamts (DESTATIS)
- die **Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR)** des Statistischen Bundesamts (DESTATIS)

Die nachfolgend aufgeführten Kennzahlen bilden das Kerndatenset des Monitoringberichtes.<sup>4</sup>

### Kennzahlen zu Umsatz, Bruttowertschöpfung, Anzahl der Unternehmen

<b>Umsatz</b>	bezieht sich auf Umsätze von Unternehmerinnen und Unternehmern mit mehr als 17.500 (bis 2019) bzw. 22.000 Euro (seit 2020) Jahresumsatz. Daten aus der Umsatzsteuerstatistik (Vor Anmeldung) liegen bis zum Jahr 2022 vor. Die Daten für das Jahr 2023 sind geschätzt.
<b>Bruttowertschöpfung</b>	erfasst den Wert, der bei der Produktion von Waren oder Dienstleistungen in einer Branche geschaffen wird. Vorleistungen in anderen Branchen und Gütersteuern sind nicht enthalten. Die Bruttowertschöpfung steht nur auf Ebene der Wirtschaftsabteilungen (Zweisteller) zur Verfügung. Dementsprechend wird eine Gewichtung auf Basis der Umsatzverteilung aus der Umsatzsteuerstatistik vorgenommen, um den einzelnen Wirtschaftszweigen der KKW individuelle Wertschöpfungswerte zuzuweisen. Die Daten für das Jahr 2023 sind geschätzt.
<b>Unternehmen</b>	umfasst alle Unternehmensformen einschließlich Freiberuflerinnen und Freiberuflern mit eigenem Büro, Selbstständigen mit und ohne Beschäftigte sowie Gewerbebetrieben. Es werden Unternehmen und Selbstständige oberhalb der Kleinunternehmensschwelle (vgl. Infokasten Änderung Kleinunternehmensschwelle) erfasst. Aktuell liegt diese bei 22.000 Euro Jahresumsatz (bis 2019: 17.500 Euro). Daten aus der amtlichen Statistik liegen bis zum Jahr 2022 vor. Die Daten für das Jahr 2023 sind geschätzt.

### Kennzahlen zur Beschäftigung



<sup>4</sup> Detaillierte Angaben zu statistischen Bezugsgrößen finden sich im Anhang.

Die Gesamtzahl der im Monitoringbericht ausgewiesenen Erwerbstätigen ist die Summe aus Selbstständigen und angestellten Beschäftigten. Beide Gruppen werden jeweils differenziert in einen Kernerwerbstitigenbereich und einen Bereich mit geringfügiger Erwerbstätigkeit. Zu den Kernerwerbstitigen gehören zum einen Unternehmen und Selbstständige mit einem Jahresumsatz oberhalb der sogenannten Kleinunternehmerschwelle (ab 22.000 Euro Jahresumsatz seit 2020). Zum anderen zählen die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zu den Kernerwerbstitigen. Die Gruppe der geringfügig Erwerbstätigen setzt sich aus den Mini-Selbstständigen, also jenen Unternehmen und Selbstständigen unterhalb der Kleinunternehmerschwelle, und den geringfügig Beschäftigten zusammen. Geringfügig Beschäftigte verdienen monatlich weniger als 520 Euro oder sind nur kurzfristig angestellt (unter drei Monate im Jahr).

Für eine bessere Lesbarkeit des Berichts sind die Daten zur Erwerbstätigkeit i. d. R. auf 10er gerundet.

## Zeitliche Datenverfügbarkeit

Der **Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024** bildet die Situation der KKW im Jahr **2023** ab. Die Daten aus der Beschäftigungsstatistik (sozialversicherungspflichtige und geringfügig Beschäftigte) liegen bis zum Jahr 2023 vor. Die Daten aus der Umsatzsteuerstatistik und die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung können von den Statistikämtern nur mit einem gewissen zeitlichen Verzug aufbereitet werden. Die Daten zu Bruttowertschöpfung, Umsätzen sowie Unternehmen und Selbstständigen (ab 22.000 Euro Jahresumsatz) liegen in der amtlichen Statistik aktuell bis zum Jahr 2022 vor. Die Daten für das Jahr 2023 sind geschätzt. Für die Mini-Selbstständigen (unter 22.000 Euro Jahresumsatz) sind bisher nur Daten bis 2020 verfügbar.

Vor dem Hintergrund der jeweiligen statistischen Datenverfügbarkeit sind auch in den Vorgängerberichten für das jüngste Jahr Daten geschätzt. Diese geschätzten Daten wurden im Rahmen der Aktualisierung durch die realen Ist-Werte aus der amtlichen Statistik ersetzt.

### INFO

#### Änderung der Kleinunternehmerregelung

Die Unternehmen werden nach Umsatzsteuergesetz in steuerpflichtige Unternehmen (Unternehmen und Selbstständige) und Kleinunternehmen (Mini-Selbstständige) unterschieden. Die Kleinunternehmerregelung (§ 19 UStG) entlastet Unternehmen unterhalb eines festgelegten Jahresumsatzes von der Umsatzsteuerpflicht. Bis 2019 lag die Kleinunternehmerschwelle bei 17.500 Euro Jahreseinkommen. Diese wurde im Jahr 2020 auf 22.000 Euro Jahreseinkommen erhöht.

Die Erhöhung der Kleinunternehmerschwelle wirkt sich auf die Erfassung der steuerpflichtigen Unternehmen (Unternehmen und Selbstständige) und der Kleinunternehmen (Mini-Selbstständige) aus. So ist die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen und Selbstständigen im Jahr 2020 gegenüber 2019 deutlich gesunken, die Zahl der Mini-Selbstständigen hingegen deutlich angestiegen. Wie hoch der statistische Effekt ist und wie sich die Zahl der Unternehmen real – auch vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie – im Jahr 2020 gegenüber 2019 entwickelt hat, ist nicht genau zu bestimmen. Damit sind die Zahlen ab 2020 nicht mehr 1:1 mit den Zahlen vor 2019 vergleichbar. Zeitliche Entwicklungen bei den Unternehmen und Selbstständigen sowie den Mini-Selbstständigen können nur vor 2020 und nach 2020 ausgewiesen werden.

# Key Facts Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2023

**rd. 2,0 Mio.**  
Gesamterwerbstätige

**+2,1 %**  
Wachstum Erwerbstätige 2023  
ggü. 2022

**rd. 1,1 Mio.**  
Sozialversicherungspflichtig  
Beschäftigte

**665 Tausend**  
Geringfügig Erwerbstätige  
(Geringfügig Beschäftigte und Mini-  
Selbstständige)

**123,2 Mrd.**  
Euro Bruttowertschöpfung

**3,3 %**  
der deutschen  
Bruttowertschöpfung

**204,6 Mrd.**  
Euro Umsatz

**+5,3 %**  
Wachstum Umsatz 2023 ggü. 2022

**858 Tausend**  
Euro Umsatz pro  
Unternehmen

**238 Tausend**  
Unternehmen

# Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2023

---

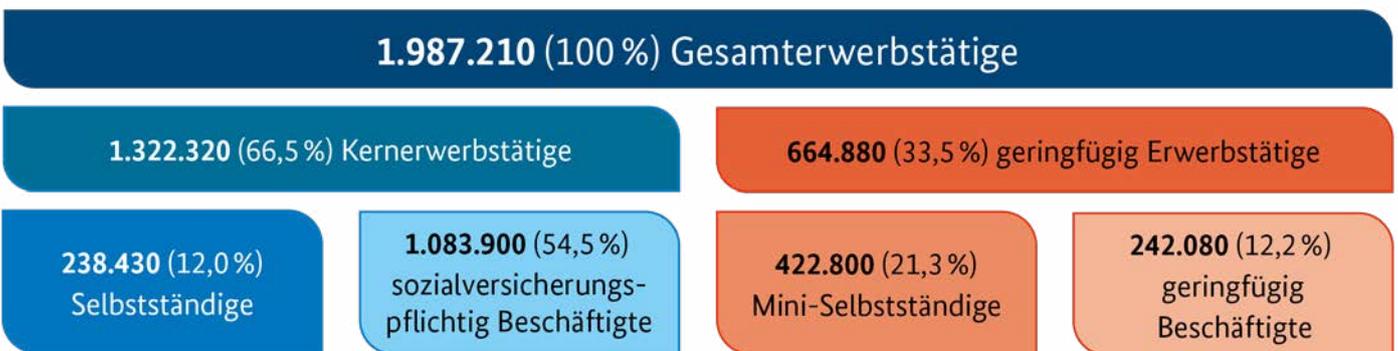
*Erwerbstätigkeit, Unternehmen  
Umsätze, Bruttowertschöpfung,  
Exportgeschehen  
Indirekte und induzierte Effekte*

# Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft

In Deutschland waren im Jahr 2023 fast zwei Mio. Erwerbstätige in der KKW tätig. Dies entspricht rund vier Prozent der Erwerbstätigen der deutschen Gesamtwirtschaft. Mehr als die Hälfte

(54,5 %) davon waren sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Ein Drittel (33,3 %) der Erwerbstätigen waren Selbstständige (vgl. Erwerbstätigenstruktur 2023).

## Erwerbstätigenstruktur 2023



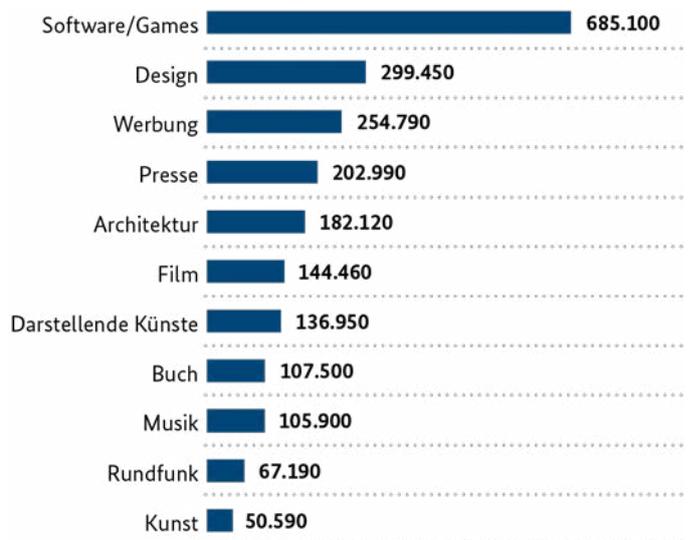
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a, BA 2024; Werte für 2023 zum Teil geschätzt.

Im Jahr 2023 arbeiteten rund 685.100 Personen in der Software-/Games-Industrie. Damit stellt diese rund 30 Prozent der Erwerbstätigen und ist mit Abstand der beschäftigungsstärkste Teilmarkt der KKW in Deutschland.

Es folgen die Designwirtschaft (13 %) und der Werbemarkt (11 %), die ebenfalls jeweils mehr als zehn Prozent der Erwerbstätigen der KKW stellen. Auch der Presse- und Architekturmarkt zählen mit Anteilen von neun Prozent bzw. acht Prozent zu den beschäftigungsstarken Teilmärkten der KKW.

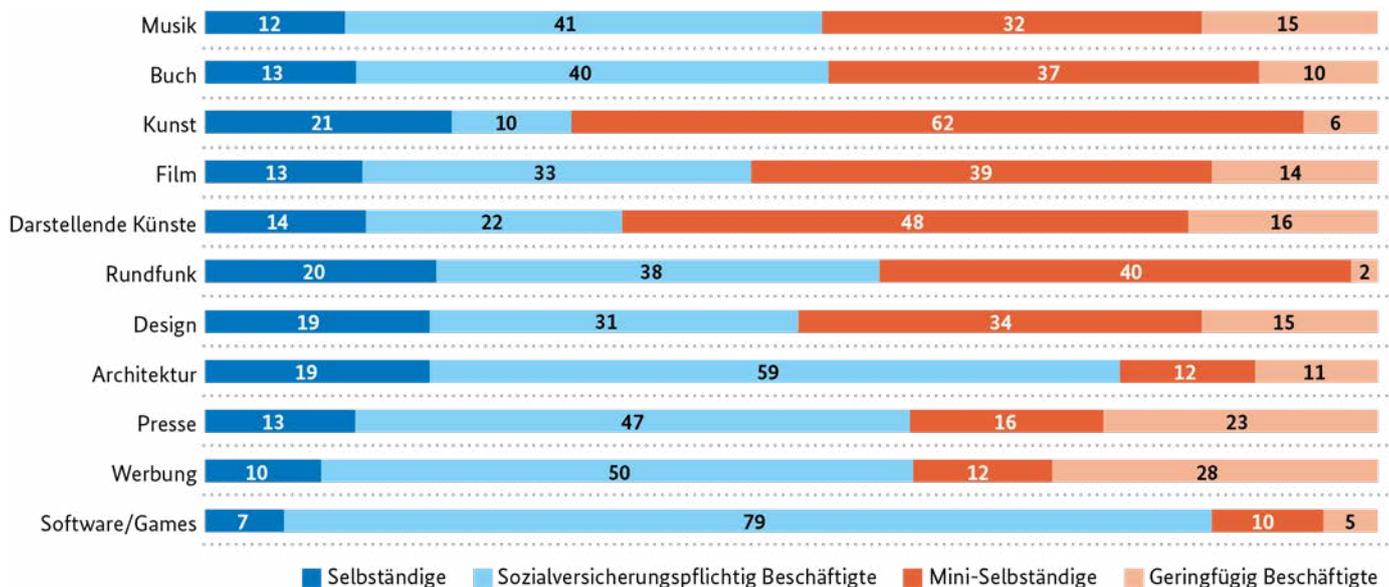
Die Rundfunkwirtschaft (3 %) und der Kunstmarkt (2 %) sind gemessen an der Zahl der Erwerbstätigen die kleinsten Teilmärkte der KKW.

## Gesamterwerbstätige in den Teilmärkten der KKW 2023



Eigene Darstellung, Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024; Werte für 2023 zum Teil geschätzt.

## Erwerbstätigenstruktur in Teilmärkten der KKW 2023 (in Prozent)

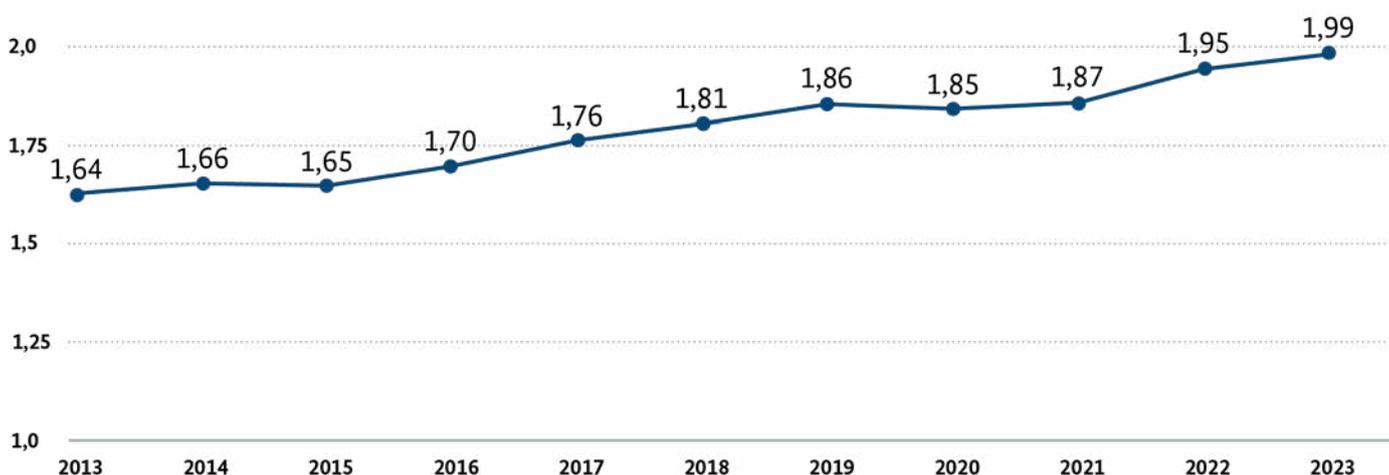


Eigene Darstellung. Datengrundlage: Selbstständige und Mini-Selbstständige: DESTATIS 2024 und 2024a; 2023: jeweils Schätzung durch Prognos; Beschäftigte: BA 2024.

Beim Vergleich der Erwerbstätigenstruktur der Teilmärkte der KKW zeigen sich deutliche Unterschiede (vgl. Erwerbstätigenstruktur in den Teilmärkten 2023). Während bspw. in der Software-/ Games-Industrie und im Werbemarkt 84 bzw. 78 Prozent der Erwerbstätigen angestellt sind (sozialversicherungspflichtig oder geringfügig beschäftigt), dominiert im Kunstmarkt oder im Markt für Darstellende Künste mit 83 bzw. 62 Prozent die Zahl der Selbstständigen. Zudem ist im Kunst-

markt und im Markt für Darstellende Künste der Anteil der Mini-Selbstständigen besonders stark ausgeprägt. Geringfügig Beschäftigte spielen vor allem im Werbe- (28 %) und Pressemarkt (23 %) eine größere Rolle. Ein recht ausgeglichenes Verhältnis zwischen Selbstständigen und angestellt Beschäftigten (sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte) findet sich in Musik-, Film-, Designwirtschaft und Buchmarkt.

## Entwicklung der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013 – 2023 (in Millionen)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a, BA 2024; Daten für 2020 bis 2023 zum Teil geschätzt.

Die Zahl der Erwerbstätigen in der KKW ist in den letzten zehn Jahren kontinuierlich gestiegen. Im Zeitraum 2013 bis 2019 verzeichnete die Branche einen Zuwachs von 13,2 Prozent. Einzig im Jahr 2020 war infolge der Corona-Pandemie ein leichter Rückgang der Erwerbstätigenzahl zu verzeichnen. Bereits im Jahr 2021 stabilisierte sich die Entwicklung, so dass in den Folgejahren 2022 und 2023 die KKW wieder einen deutlichen Wachstumspfad (2021 – 2022: +4,3 %, 2022 – 2023: +2,1 %) beschritt. Damit erreicht die KKW im Jahr 2023 mit knapp 2 Mio. Erwerbstätigen einen neuen Höchststand. Im Jahr 2023 waren in der KKW rund 130.000 Erwerbstätige mehr als vor der Corona-Pandemie 2019 beschäftigt.

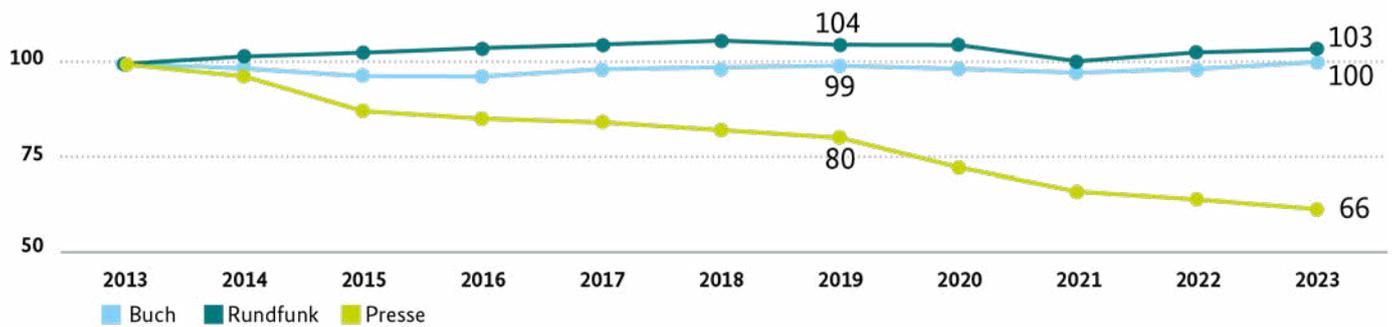
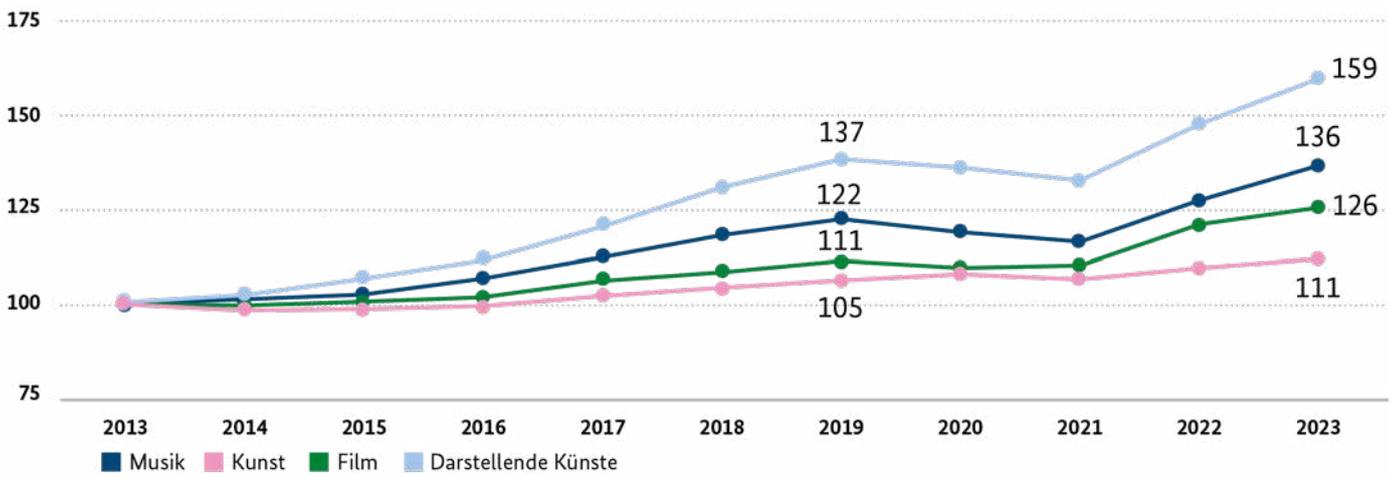
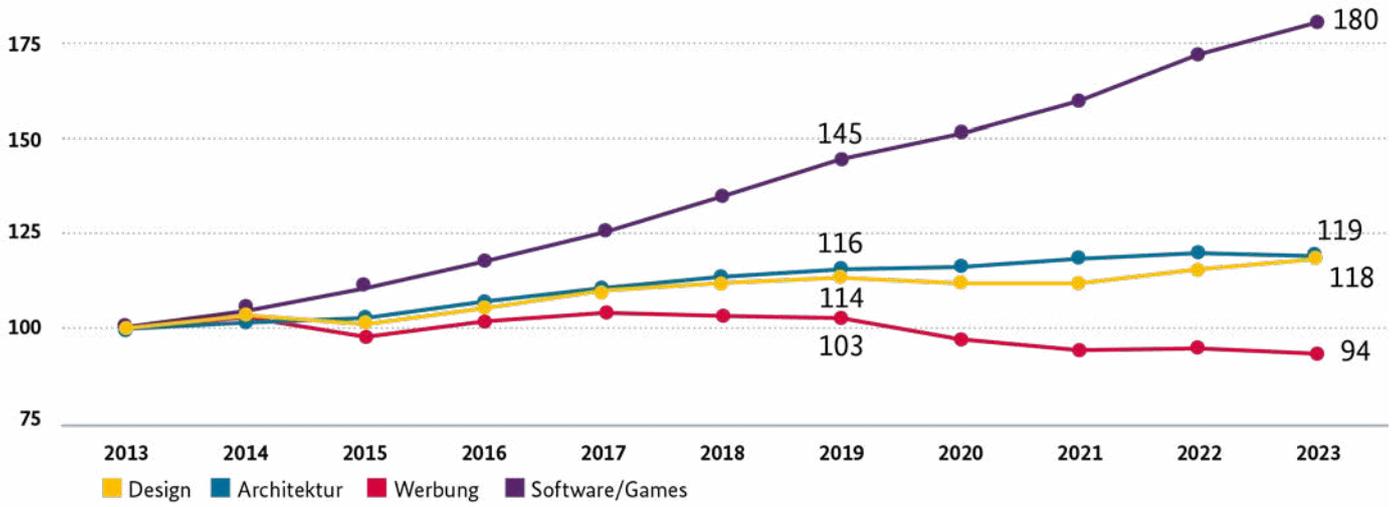
Über den Gesamtzeitraum stechen zwei Entwicklungen deutlich hervor: Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nahm zwischen 2013 und 2023 kontinuierlich zu. Insgesamt stieg die Zahl in diesem Zeitraum um mehr als 300.000 Beschäftigte an. Das Wachstum war sehr stark durch die Software-/Games-Industrie geprägt (2013-2023: +254.790 Beschäftigte). Gleichzeitig verringerte sich die Zahl der geringfügig Beschäftigten in der KKW zwischen 2013 und 2023 um rund 107.000 Beschäftigte. Die Entwicklung ist vor allem auf einen starken Rückgang im Pressemarkt (2013 – 2023: -76.000 geringfügig Beschäftigte) sowie starke Verluste im Werbemarkt (2013 – 2023: -33.000 geringfügig Beschäftigte) zurückzuführen.

Die Teilmärkte weisen unterschiedliche Entwicklungspfade seit 2013 auf. Vor allem zeigt sich eine unterschiedlich hohe Betroffenheit von der Corona-Pandemie. Recht unabhängig von der Pandemie verlief die Entwicklung bspw. in der Software-/Games-Industrie oder im Architekturmarkt. Die Software-/Games-Industrie erlebte einen regelrechten Wachstumsboom im Zeitraum 2013 bis 2023. Zudem hat sich das Wachstum durch die Beschleunigung der Digitalisierung im Zuge der Corona-Pandemie noch verstärkt. Auch der Architekturmarkt zeigt einen nahezu stetigen Anstieg der Erwerbstätigenzahl. Während die Corona-Pandemie kaum Auswirkungen auf den Architektur-

markt hatte, dämpfen die massiv gestiegenen Baukosten und Zinsen die Entwicklung ab 2022 und sorgen für eine aktuell angespannte Lage im Architekturmarkt (2022 – 2023: -0,5 %).

In anderen Teilmärkten spiegeln sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie in den Erwerbstätigenzahlen besonders deutlich wider: Besonders stark von der Pandemie betroffen waren Teilmärkte, die über eine starke Publikumsorientierung verfügen, wie der Markt für Darstellende Künste oder die Musikwirtschaft. Beide Teilmärkte erholten sich in den Jahren 2022 und 2023 wieder, was mit einem deutlichen Anstieg der Erwerbstätigenzahlen einherging (Musikwirtschaft 2021 – 2023: +17,2 %, Markt für Darstellende Künste 2021 – 2023: +20,2 %). Auch in der Filmwirtschaft und im Kunstmarkt ist der Corona-Einbruch zu sehen. Allerdings konnten beide Teilmärkte ihre Entwicklung schnell wieder stabilisieren: Die Filmwirtschaft und der Kunstmarkt verzeichneten zwischen 2021 und 2023 einen Anstieg der Erwerbstätigenzahlen um 13,9 Prozent bzw. 5,3 Prozent. Der Pressemarkt befindet sich seit Jahren in einem strukturellen Transformationsprozess, der mit einem permanenten Rückgang der Erwerbstätigenzahl im Zeitraum 2013 bis 2023 einhergeht. Herausforderungen bestehen auch im Werbemarkt. Nach Jahren der Stagnation ist die Zahl der Erwerbstätigen seit 2020 nun auch in diesem Teilmarkt rückläufig.

Entwicklung der Erwerbstätigen in den Teilmärkten der KKW 2013 – 2023 (indiziert, 2013 = 100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a, BA 2024; Daten für 2020 bis 2023 zum Teil geschätzt.

# Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft

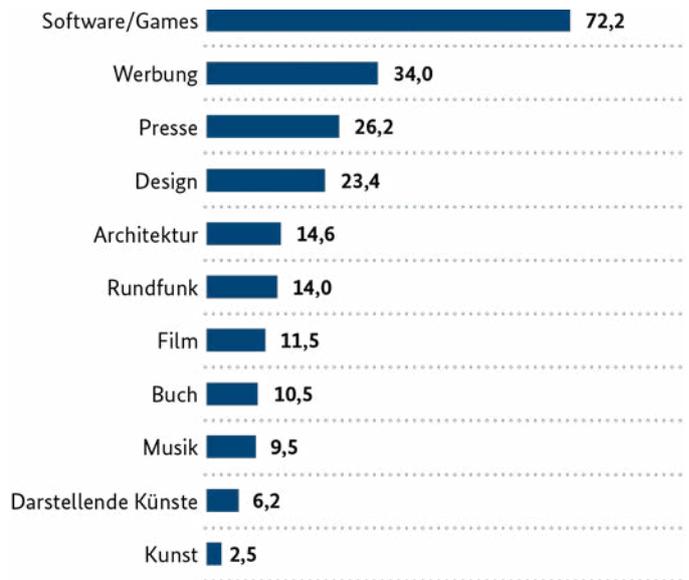
Im Jahr 2023 erwirtschafteten die Unternehmen der deutschen KKW einen Umsatz von 204,6 Mrd. Euro. Dies entspricht 2,2 Prozent des Umsatzvolumens der deutschen Wirtschaft.

Ein Drittel des Umsatzes der KKW entfiel auf die Software-/Games-Industrie. Mit deutlichem Abstand folgten der Werbemarkt (15 %), der Pressemarkt (12 %) und die Designwirtschaft (10 %). Der Markt für Darstellende Künste (3 %) und der Kunstmarkt (1 %) sind, bezogen auf den Umsatz, die Teilmärkte mit dem niedrigsten Umsatzvolumen.

Der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen lag bei 858.180 Euro und damit deutlich unter dem der Gesamtwirtschaft (2,9 Mio. Euro Umsatz je Unternehmen). Dies verweist auf die stärker durch kleinere Unternehmen geprägte Unternehmenslandschaft der KKW.

Die KKW zeichnet sich im Zeitraum 2013–2023 durch ein stetiges, starkes Umsatzwachstum aus. Einzig im Jahr 2020 brach der Umsatz aufgrund der Corona-Pandemie deutlich ein. Seit 2021 ist die

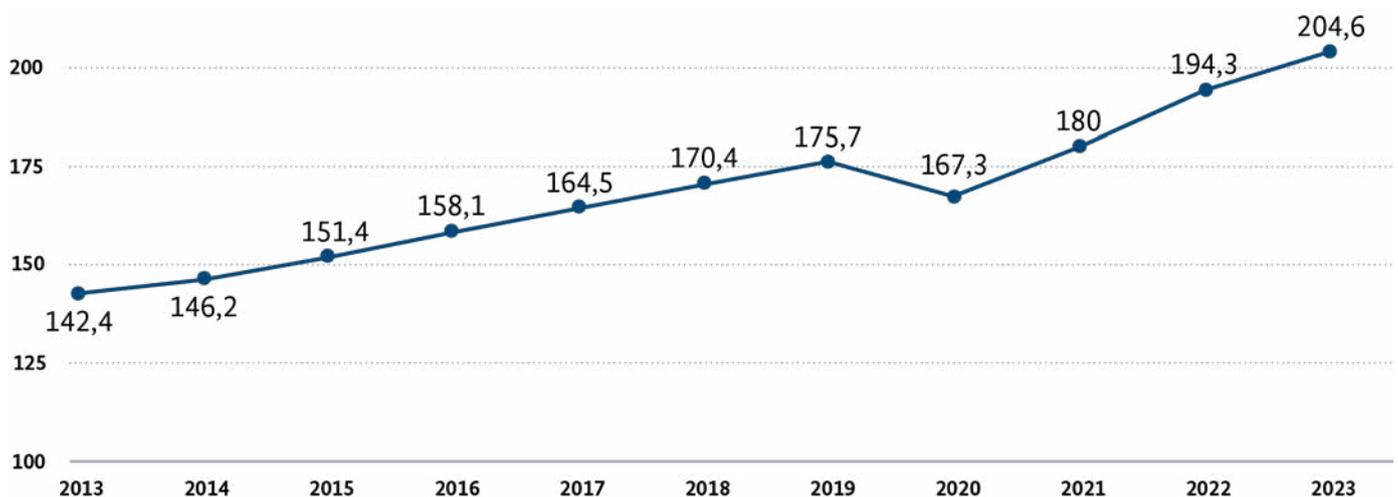
## Umsätze in den Teilmärkten der KKW 2023 in Mrd. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: Schätzung durch Prognos auf Grundlage von DESTATIS 2024a.

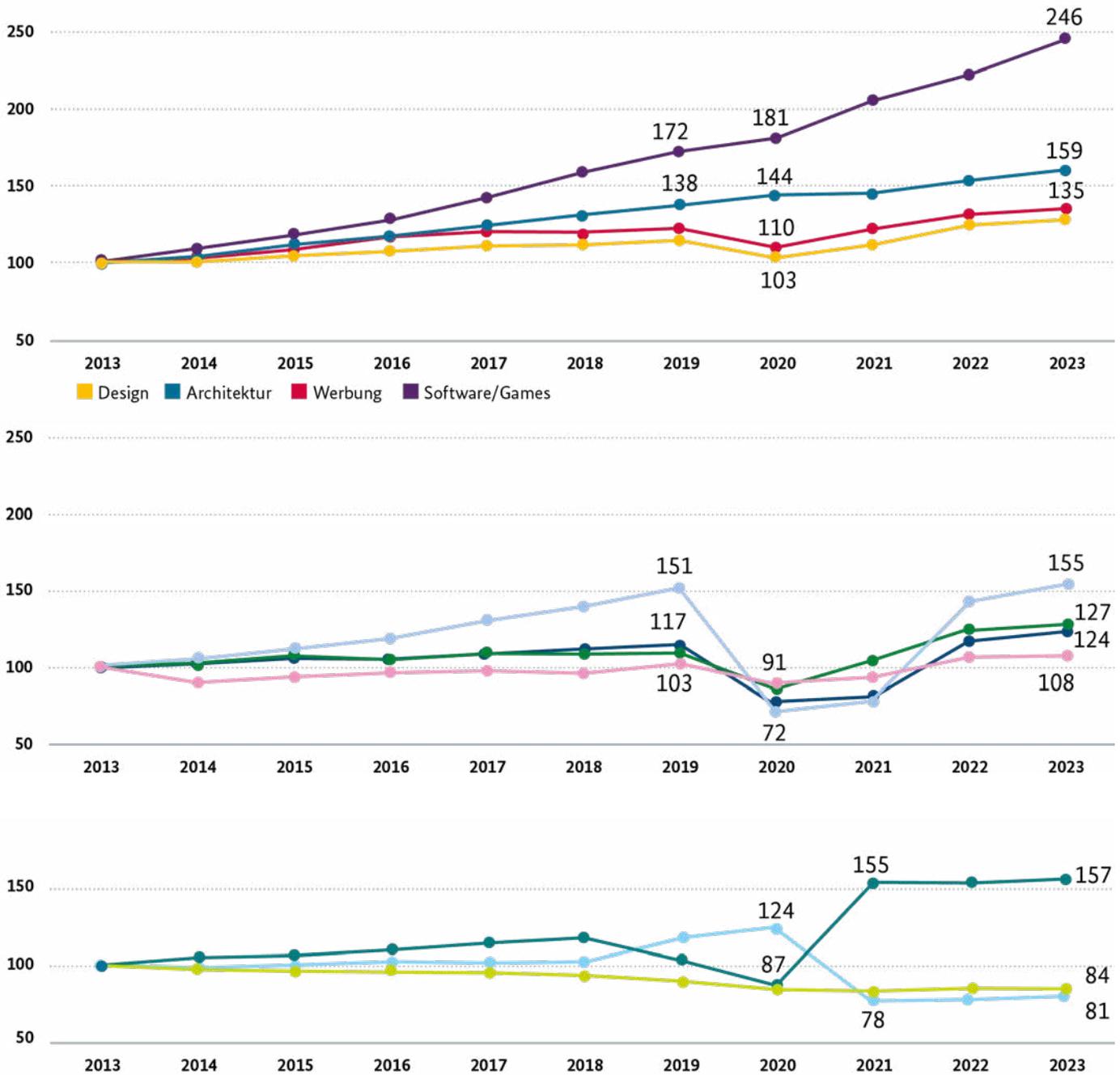
KKW wieder auf Wachstumskurs, so dass der Umsatz bereits 2021 wieder über Vor-Pandemie-Niveau lag. Auch 2023 stiegen die Umsätze um 5,4 Prozent auf nun 204,6 Mrd. Euro an.

## Umsatz Kultur- und Kreativwirtschaft 2013–2023 in Mrd. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2023 geschätzt; Anpassung der Kleinunternehmensschwelle 2020 von 17.500 auf 22.000 Euro.

Umsatz in Teilmärkten der KKW 2013 – 2023 (indiziert, 2013 = 100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2023 geschätzt.  
 \* Statistischer Effekt im Bereich Rundfunk und Buch durch die Verschiebung eines umsatzstarken Unternehmens aus dem Teilmarkt Buch in den Teilmarkt Rundfunk.

Die Teilmärkte weisen eine unterschiedliche Umsatzentwicklung auf. Wachstumstreiber ist die Software-/Games-Industrie, die ihre Umsätze im Zeitraum 2013 bis 2023 mehr als verdoppeln konnte. Auch der Architekturmarkt weist im Zeitraum 2013 bis 2023 nahezu durchweg positive Entwicklungsraten auf. Der Pressemarkt musste als einziger Teilmarkt aufgrund struktureller Herausforderungen kontinuierlich sinkende Umsätze hin-

nehmen. In den anderen Teilmärkten waren die Auswirkungen der Corona-Pandemie spürbarer und gingen zum Teil mit hohen Umsatzrückgängen im Jahr 2020 einher. Die betroffenen Teilmärkte erholten sich jedoch schnell und erreichten 2022 oder spätestens 2023 wieder mindestens das Umsatzniveau von 2019. Auch im Jahr 2023 setzte sich der positive Trend fort.

# Exporte der Kultur- und Kreativwirtschaft

## Besonderheiten der Kultur- und Kreativwirtschaft im Hinblick auf Exporte

Verschiedene Faktoren prägen das Exportgeschehen der KKW:<sup>5</sup> Zum einen ist die KKW eine Branche mit einem hohen Dienstleistungsgrad. Eine hohe Dienstleistungsorientierung ist oft mit einer stärkeren Ausrichtung am Binnenmarkt verbunden. Zum anderen ist die KKW stark durch Kleinunternehmen und Soloselbstständige geprägt. Für grenzüberschreitende Aktivitäten fehlen häufig die zeitlichen und personellen Ressourcen.<sup>6</sup> Prinzipiell steigt in der Gesamtwirtschaft der Anteil der exportierenden Unternehmen mit der Größe des Unternehmens. So ist die durchschnittliche Exportquote bei Kleinunternehmen (rund 3 %) viel geringer als bei Großunternehmen (rund 24 %).<sup>7</sup>

Grundsätzlich ist es schwierig, das Exportgeschehen im Dienstleistungsbereich in Gänze zu erfassen, weil z. B. Niederlassungen im Ausland eine wichtige Rolle spielen. In einem Bericht der UNCTAD, der auf einem Datensatz der WTO aufbaut, wird Deutschland weltweit sowohl in Bezug auf kreative Dienstleistungen (5,7 % der weltweiten kreativen Dienstleistungen) als auch kreative Güter (4,1 % der weltweiten kreative Güter) auf Platz vier geführt.<sup>8</sup> Die Exporte kreativer Dienstleistungen weltweit sind in den letzten zwei Jahrzehnten überproportional gestiegen (um das 2,5-Fache, alle Dienstleistungen um das 1,5-Fache).<sup>9</sup> Die verwendete Definition von kreativen Dienstleistungen und Gütern ist jedoch nicht deckungsgleich mit der deutschen KKW-Definition und dient damit als Orientierung, ist aber nicht 1:1 übertragbar.

Die im Rahmen des Monitoringberichts verwendeten Daten stammen aus der Umsatzsteuerstatistik und decken die KKW-Definition exakt ab. Dort können umsatzsteuerfreie Lieferungen und Leistungen mit Vorsteuerabzug als Exporte extrahiert werden. Diese Erfassung beschränkt sich nicht auf Güter, allerdings sind Dienstleistungsexporte dennoch untererfasst.

## Exporte in der KKW

Im Jahr 2022 exportierte die KKW in Deutschland Waren und Dienstleistungen in Höhe von rund sieben Mrd. Euro. Dies entspricht 0,4 Prozent aller deutschen Exporte im Jahr 2022. Die Exportquote, also der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz der Branche, lag in der KKW 2022 bei 3,6 Prozent. Damit weichen die Exporte deutlich vom Niveau der Gesamtwirtschaft (2022: 18,9 %) ab. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass die deutsche Wirtschaft durch exportstarke Schlüsselbranchen wie die Automobilindustrie oder den Maschinenbau geprägt ist. Zum anderen ist die KKW mit einem hohen Dienstleistungsgrad und kleineren Unternehmen anders strukturiert als klassische Industriebranchen, was wie oben beschrieben generell eine höhere Binnenorientierung bedingt.

Vergleicht man die Exportquoten der KKW mit anderen Dienstleistungsbranchen, liegt die KKW mit einer Exportquote von 3,6 Prozent im Mittelfeld. Eine im Vergleich zur KKW niedrigere Exportquote ist bspw. im Bereich Telekommunikation (0,8 %), bei den Finanz- und Versicherungsdienstleistungen (0,6 %) und im Gesundheitswesen (0,3 %)

5 Einen Überblick über das Thema Internationalisierung von Unternehmen in der KKW gibt auch das 2024 erschienene Internationalisierungsdossier im Rahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft.

6 Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2024) und Kreativwirtschaft Austria (2019)

7 Hoffmann, M., Holz, M. & Kranzusch, P. (2013)

8 UNCTAD (2024)

9 UNCTAD (2024)

10 Kranzusch et al. (2016)

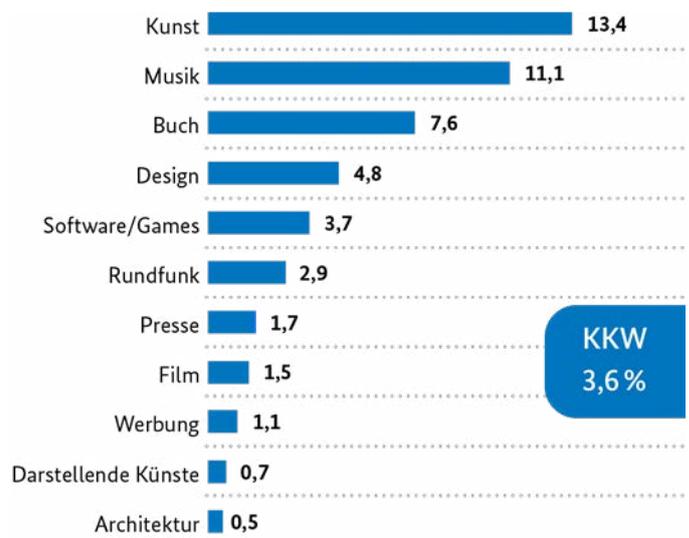
vorzufinden. Die unternehmensnahen Dienstleistungen<sup>11</sup> erzielten im Jahr 2022 eine Exportquote von 5,8 Prozent. Innerhalb der unternehmensnahen Dienstleistungen schwankt die Exportquote stark: So verfügen z. B. Rechts- und Steuerberatung (1,9 %) sowie der Bereich Markt- und Meinungsforschung (0,7 %) über eine hohe Binnenorientierung, während Bereiche wie Verwaltung und Führung von Unternehmen und Betrieben (11,5 %) und Forschung und Entwicklung im Bereich Natur- und Ingenieurwissenschaften (18,7 %) deutlich stärker international ausgerichtet sind.

Im Zeitraum 2013 bis 2022 blieb die Exportquote der KKW mit Werten zwischen 3,5 Prozent und 4,2 Prozent auf einem konstanten Niveau.

Innerhalb der KKW weisen der Kunstmarkt (13,4 %) und die Musikwirtschaft (11,1 %) die höchsten Exportquoten auf. Zudem verzeichneten beide Teilmärkte im Vergleich zu 2013 einen spürbaren Anstieg des Exportgeschehens. So lag die Exportquote 2013 im Kunstmarkt bei 10,1 Prozent und in der Musikwirtschaft bei 9,6 Prozent.

Auf Produktebene ist der exportstärkste Bereich in der KKW die Herstellung von Musikinstrumenten – jedes zweite Instrument ist für den Export bestimmt. Hohe Exportquoten finden sich zudem im Einzelhandel (Kunstgegenstände 17 %, Antiquitäten 12 %, Musikinstrumente 28 %, Ton- und Bildträger 17 %). Auch die bildenden Künstlerinnen und Künstler (13 %), die Tonträgerverlage (9 %) und Tonstudios (5 %) erzielen über dem KKW-Durchschnitt liegende Exportquoten.

### Exportquoten der Teilmärkte der KKW (2022)



Eigene Darstellung: Datengrundlage: DESTATIS 2024a.

### INFO

#### Exkurs Export Musikinstrumente

Rund ein Viertel der exportierten Musikinstrumente sind Tasteninstrumente wie Flügel, Klaviere und Orgeln. Weitere rund 20 Prozent entfallen auf elektronische Musikinstrumente wie Digital-Pianos oder E-Gitarren.<sup>12</sup> Auch Teile und Zubehör für Musikinstrumente wie Saiten und anderes Zubehör für Instrumente machen fast ein Viertel der Exporte aus. Viele der exportierten Musikinstrumente werden für den europäischen Markt produziert. Frankreich, das Vereinigte Königreich, Österreich, die Schweiz, die Niederlande, Polen und Spanien gehören zu den Hauptabnehmerländern innerhalb Europas. Darüber hinaus sind auch die USA und asiatische Länder (u. a. China, Japan) wichtige Abnehmer von in Deutschland produzierten Instrumenten.<sup>13</sup>

11 ohne Architekturbüros und Werbeagenturen (gehören zu KKW)

12 Deutsches Musikinformationszentrum (2021a)

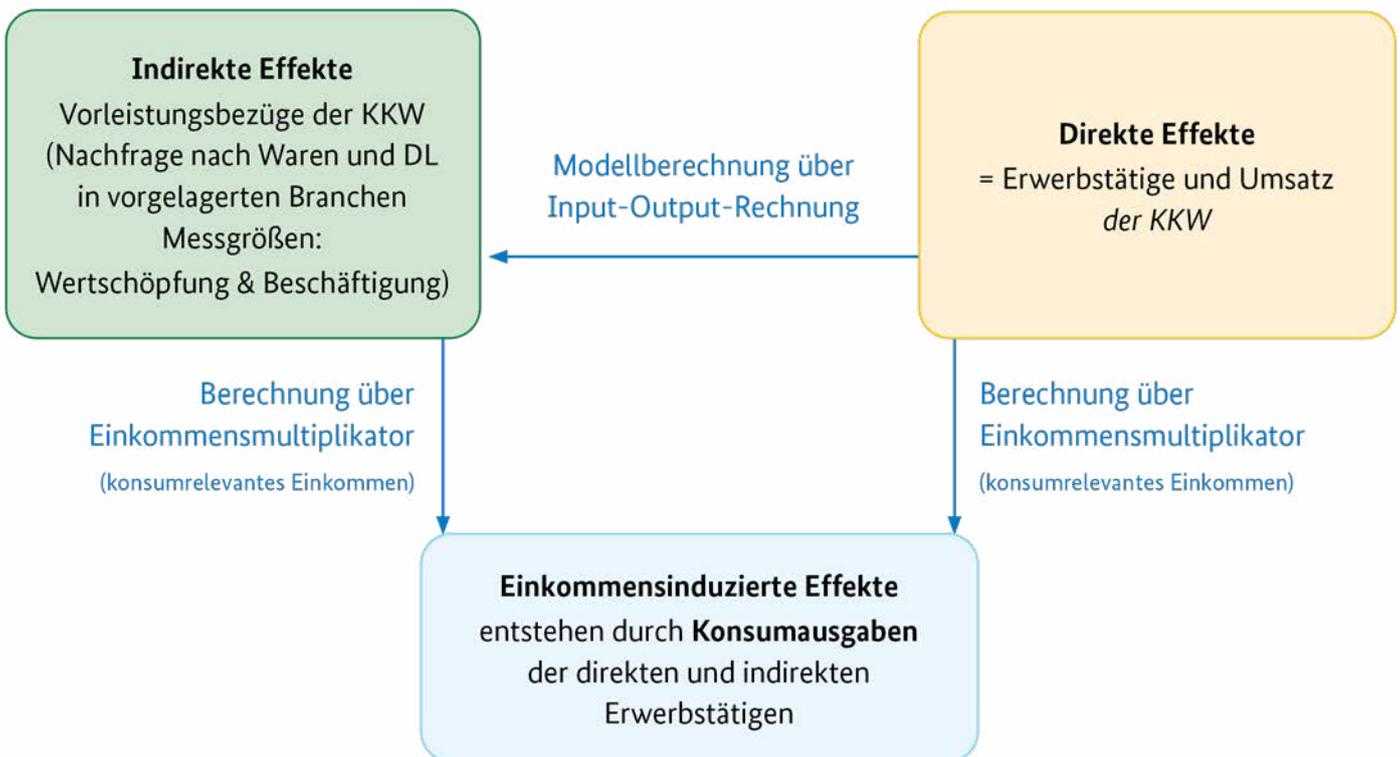
13 Deutsches Musikinformationszentrum (2021b)

# Indirekte und induzierte Effekte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die KKW ist in vielfältige Wertschöpfungsverflechtungen mit anderen Branchen eingebunden. Sie generiert sowohl durch die direkt in der KKW beschäftigten Menschen als auch indirekt durch die von der KKW profitierenden Erwerbstätigen Konsumausgaben, die wiederum Arbeitsplätze und Wertschöpfung schaffen. Die KKW hat also nicht nur einen eigenen volkswirtschaftlichen Wert (**direkte Effekte**), sondern volkswirtschaftliche Effekte, die darüber hinausgehen.

Grundlage für die Berechnung dieser Effekte bildet die Input-Output-Rechnung (IO) der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung. Die Input-Output-Rechnung beschreibt die produktions- und gütermäßigen Verflechtungen innerhalb einer Volkswirtschaft einschließlich der Güterströme zwischen der Volkswirtschaft und der übrigen Welt.

## Schematische Darstellung volkswirtschaftlicher Effekte in der KKW



Eigene Darstellung.

**Indirekte Effekte** entstehen durch die Nachfrage der KKW nach Vorleistungsprodukten und -dienstleistungen in vorgelagerten Branchen. Ein Beispiel: Das Tonstudio, in dem Musik aufgenommen wird, benötigt Energie, beschäftigt u. a. einen Reinigungsservice, eine Steuerberatung, technische Dienstleister für Wartung und Installation von Equipment und mietet Studioräumlichkeiten an. Wenn die KKW solche Produkte und Dienstleistungen nicht mehr nachfragen würde, würden diese Aktivitäten in den entsprechenden Branchen wegfallen, sofern sie nicht durch andere Lieferbeziehungen ersetzt werden können. Die IO-Tabellen geben Aufschluss darüber, aus welchen Branchen Vorleistungen stammen. Dabei ermöglichen diese auch, die Zulieferungen an die Zulieferer zu berücksichtigen, die ihrerseits wieder Zulieferungen erhalten. Auf diese Weise lassen sich die gesamten Vorleistungsverflechtungen standardisiert über die erste, zweite, n-te Runde abbilden.

**Induzierte Effekte** entstehen durch die Wiederverausgabung von Einkommen. Durch die Konsumausgaben der direkten und indirekten Erwerbstätigen entstehen Arbeitsplätze und Wertschöpfung, die sich ebenfalls der KKW zuordnen lassen. Die Bruttoeinkommen der direkten und indirekten Erwerbstätigen werden für die Berechnungen um die Teile bereinigt, die nicht konsumwirksam sind. Hierzu gehören z. B. die Sparquote, Mehrwertsteueranteile oder die Ausgaben für Miete und damit verbundener Zahlungsverpflichtungen (z. B. Strom oder Gas). Ein Großteil des verbleibenden Einkommens fließt dann als Umsatz in die lokale Wirtschaft, wodurch sie zur Steigerung der Wirtschaftsleistung und damit verbundener Arbeitsplätze beitragen.

Durch die KKW wurden im Jahr 2021 Arbeitplatzeffekte in Höhe von etwa 2,3 Mio. Erwerbstätigen ausgelöst. Damit verbunden waren Wertschöpfungseffekte in Höhe von insgesamt rund 145 Mrd. Euro. Diese Wertschöpfungseffekte umfassen dabei die gesamte Wertschöpfungskette der direkten, indirekten und induzierten Effekte.

### Volkswirtschaftliche Effekte in der KKW 2021



Eigene Darstellung und Berechnung. Datengrundlage: DESTATIS 2024c.

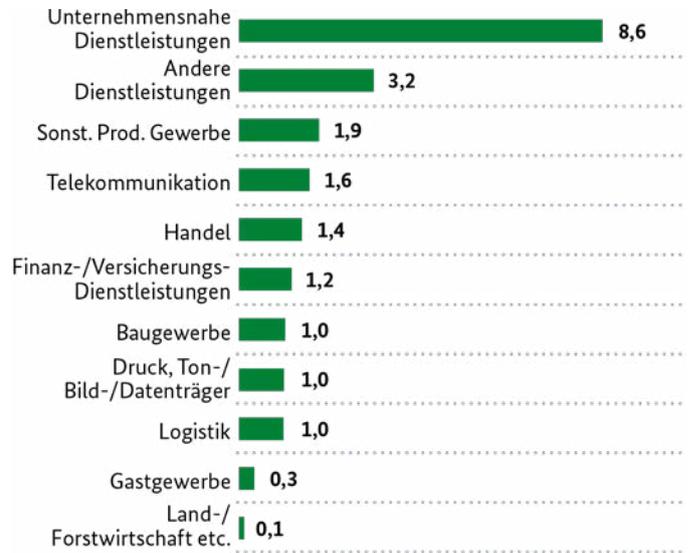
Der größte Teil der Effekte entfällt auf die KKW (**direkte Effekte**). Im Jahr 2021 waren rund 1,87 Mio. Erwerbstätige in der KKW tätig. Die Bruttowertschöpfung der KKW betrug rund 111,6 Mrd. Euro. Die **indirekten Effekte** (Vorleistungen für die KKW) beliefen sich auf gut 296.000 Erwerbstätige sowie 21,4 Mrd. Euro Bruttowertschöpfung. Komplettiert werden die direkten und indirekten Effekte durch rund 177.000 **induzierte** Erwerbstätige und eine induzierte Bruttowertschöpfung in Höhe von etwa 11,6 Mrd. Euro. Damit wurden rund drei Viertel des Gesamteffekts im Bereich der Wertschöpfung direkt in der KKW erzielt, ein Viertel entfällt auf indirekte und induzierte Effekte. Im Bereich der Erwerbstätigen entfallen rund 80 Prozent des Gesamteffekts auf direkte Effekte und 20 Prozent auf indirekte und induzierte Effekte.

Während die induzierten Effekte stark den Einzelhandel betreffen, verteilen sich die indirekten Effekte auf verschiedene Branchen. Die nachfolgenden Diagramme zeigen, welche Branchen aufgrund von vorgelagerten Lieferbeziehungen hauptsächlich von der KKW profitieren.

40 Prozent der Vorleistungen der KKW werden im Bereich unternehmensnahe Dienstleistungen, also z. B. Rechts- und Steuerberatung, Hausmeisterdienste, Vermietung und Verwaltung von Gebäuden nachgefragt. Weitere 15 Prozent entfallen auf andere Dienstleistungen wie Fahrzeugvermietung und -leasing, die Vermietung und Reparatur von Bürogeräten. An dritter Stelle (9 %) liegen verschiedene Branchen des Produzierenden Gewerbes wie die Energieversorgung, Papierindustrie sowie Computerherstellung etc. Auch in der Herstellung von Druckerzeugnissen (Drucken von Zeitungen, Büchern etc.) inklusive Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern werden mit einem Anteil von fünf Prozent hohe Vorleistungen nachgefragt.

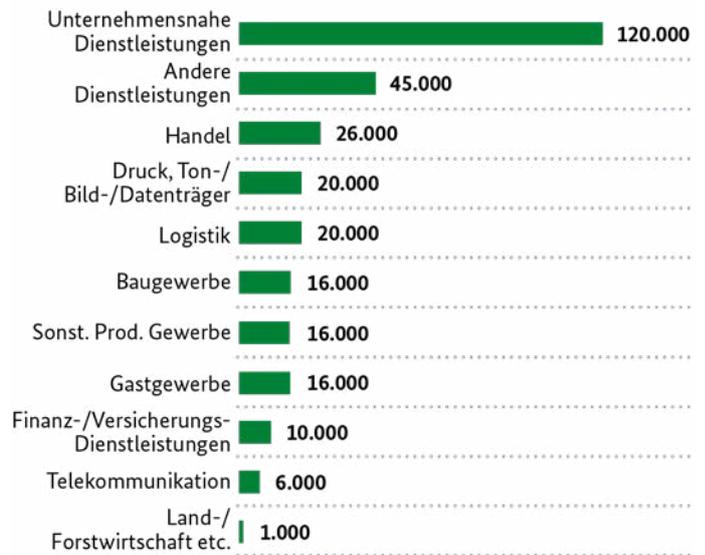
Die Verteilung der indirekten Effekte auf die Erwerbstätigen (insgesamt 296.000) ist aufgrund unterschiedlicher Arbeitsproduktivität (BWS pro Erwerbstätigen) in den verschiedenen Branchen etwas anders verteilt als die Wertschöpfungseffekte. Auf unternehmensnahe (41 %) und andere Dienstleistungen (15 %) folgt der Handel (9 %) als weiterer Dienstleistungsbereich an dritter Stelle. Mit jeweils je sieben Prozent stehen die Herstellung von Druckerzeugnissen und Vervielfältigung von Ton-, Bild- und Datenträgern sowie die Logistik an vierter und fünfter Stelle.

### Indirekte Effekte: Wertschöpfung in Vorleistungsbranchen 2021 in Mrd. Euro



Eigene Darstellung: Datengrundlage: DESTATIS 2024c.

### Indirekte Effekte: Erwerbstätige 2021



Eigene Darstellung: Datengrundlage: DESTATIS 2024c.

## Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Deutschland 2013 bis 2023

Kennzahlen (KKW)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Veränderung 2022/2023
<b>Bruttowertschöpfung (in Mrd. Euro)</b>												
KKW	84,8	86,8	88,9	94,0	96,8	101,7	105,7	99,9	109,7	117,3	123,2	+5,0%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,4%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,4%	3,4%	3,2%	3,3%	3,3%	3,3%	
<b>Umsatz (in Mrd. Euro)</b>												
KKW	142,4	146,2	151,4	158,1	164,5	170,4	175,7	167,3*	180,0	194,3	204,6	+5,3%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,5 %	2,5 %	2,5 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %*	2,3 %	2,2 %	2,2%	
<b>Exporte (in Mio. Euro)</b>												
KKW	5.915	5.360	5.715	5.856	6.030	5.882	6.141	5.990	6.348	7.029		
Exportquote in %	4,2 %	3,7 %	3,8 %	3,7 %	3,7 %	3,5 %	3,5 %	3,6 %	3,5 %	3,6 %		
<b>Anzahl Unternehmen (in Tausend)</b>												
KKW	245,4	246,1	249,5	253,6	255,8	258,6	259,5	226,3*	226,0	234,4	238,4	+1,7%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	7,6 %	7,6 %	7,7 %	7,8 %	7,8 %	7,9 %	7,9 %	7,5 %*	7,5 %	7,6 %	7,7%	
<b>Umsatz je Unternehmen (in Tausend Euro)</b>												
	580,2	594,0	606,6	623,4	643,0	658,9	677,1	739,4*	796,4	829,2	858,2	+3,5%
<b>Gesamterwerbstätige (in Tausend)</b>												
KKW	1.639,9	1.658,5	1.652,5	1.699,7	1.759,8	1.808,7	1.857,1	1.853,8*	1.865,1	1.946,1	1.987,2	+2,1%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,8 %	3,8 %	3,7 %	3,8 %	3,8 %	3,8 %	3,9 %	3,9%*	3,9%	4,0%	4,0%	
<b>Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (in Tausend)</b>												
KKW	781,8	800,1	825,8	857,9	895,5	931,2	970,3	983,0	1.006,9	1.061,0	1.083,9	+2,2%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,6 %	2,7 %	2,7 %	2,7 %	2,8 %	2,8 %	2,9 %	2,9 %	3,0 %	3,1 %	3,1 %	
<b>Selbstständige (in Tausend)</b>												
KKW	245,4	246,1	249,5	253,6	255,8	258,6	259,5	226,3*	226,0	234,4	238,4	+1,7%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	7,6 %	7,6 %	7,7 %	7,8 %	7,8 %	7,9 %	7,9 %	7,5 %*	7,5 %	7,6 %	7,7%	
<b>Geringfügig Beschäftigte (in Tausend)</b>												
KKW	349,1	346,3	304,6	306,8	306,7	298,8	293,3	260,9	247,4	247,6	242,1	-2,2%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	4,5 %	4,4 %	4,0 %	4,0 %	3,9 %	3,8 %	3,7 %	3,6 %	3,3 %	3,2 %	3,1 %	
<b>Mini-Selbstständige (in Tausend)</b>												
KKW	263,7	266,0	272,5	281,3	301,8	320,1	333,9	383,7*	384,9	403,1	422,8	+4,9%
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	9,6 %	9,7 %	9,8 %	10,0 %	10,4 %	10,5 %	10,6 %	10,7%*	10,7%	11,0%	11,2%	

Eigene Darstellung; Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; 2024b; BA 2024; Unternehmen/Selbstständige für 2023 geschätzt, Mini-Selbstständige für 2021 bis 2023 geschätzt. \*statistischer Bruch von 2020 auf 2021 durch Anpassung der Kleinunternehmensschwelle 2020 von 17.500 auf 22.000 Euro.



# Teilmarktsteckbriefe 2023

---



# Musikwirtschaft



Umsatz 2023:

**9,5 Mrd. Euro**  
(+5,5 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**12.730**  
(+2,2 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**105.900**  
(+7,1 % ggü. 2022)

## Erwerbstätigkeit in der Musikwirtschaft

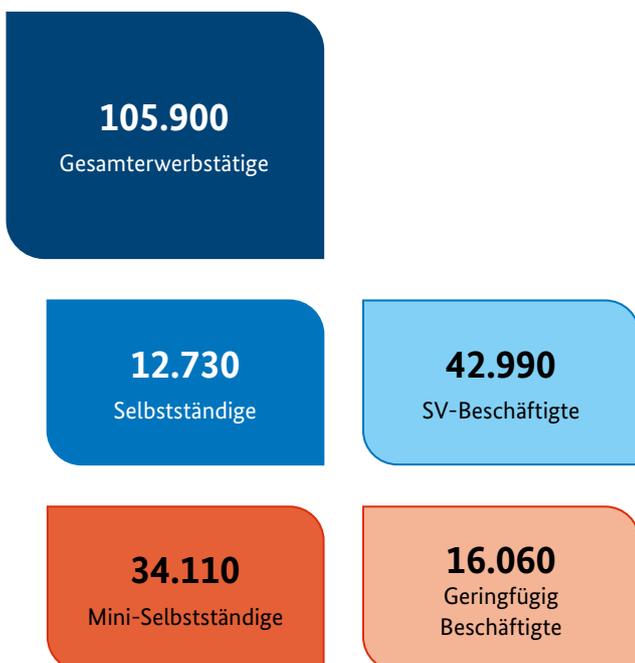
### Struktur

In der Musikwirtschaft waren 2023 rund 105.900 Erwerbstätige beschäftigt.

40 Prozent der Erwerbstätigen waren sozialversicherungspflichtig beschäftigt, gefolgt von Mini-Selbstständigen, die rund 32 Prozent der Erwerbstätigen stellten.

Beschäftigungsstärkster Bereich war mit 23 Prozent die Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst (Tätigkeiten, die z. B. mit der Auf-führung von Opern und Konzerten zusammen-hängen). Selbstständige Komponistinnen, Kompo-nisten sowie Theater- und Konzertveranstaltende stellten jeweils 16 bzw. 15 Prozent der Erwerbs-tätigen.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



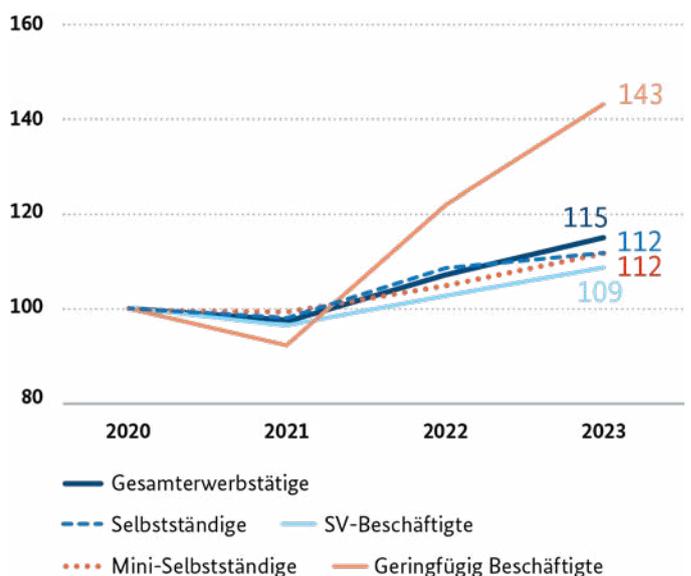
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

### Entwicklung

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie waren in den Jahren 2020 und 2021 deutlich zu spüren. So sank die Zahl der Erwerbstätigen 2020 um 2,7 Prozent und 2021 um weitere 2,3 Prozent. Ab 2022 erholte sich die Musikwirtschaft wieder deutlich (+9,7 %). Dieser Trend hielt auch 2023 an (+7,1 %).

Die Zahl der Erwerbstätigen ist in fast allen Seg-menten der Musikwirtschaft 2023 gestiegen. Beson-ders dynamisch fiel das Wachstum in den beschäf-tigungsstärksten Segmenten aus: Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst (+30,8%), Selbstständige Komponistinnen, Kompo-nisten (+21,1 %) sowie Theater- und Konzertveran-staltende (+16,5 %).

### Erwerbstätige in der Musikwirtschaft 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



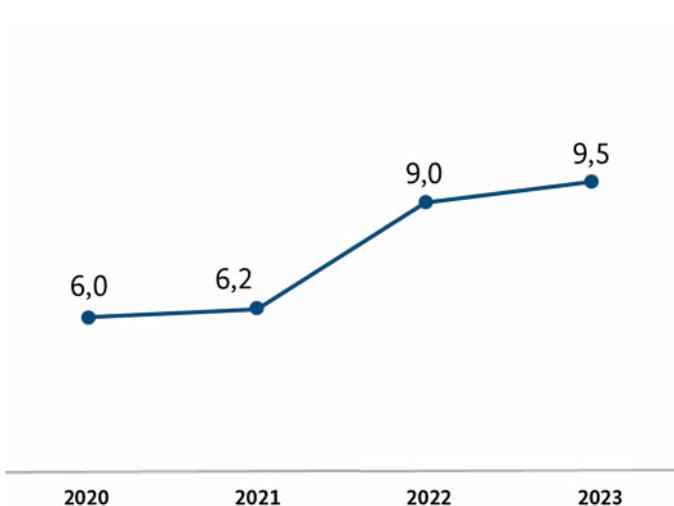
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

## Umsatz in der Musikwirtschaft

### Entwicklung

Rund 12.730 Unternehmen der deutschen Musikwirtschaft erwirtschafteten im Jahr 2023 rund 9,5 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 5,5 Prozent. Nach starken Umsatzeinbrüchen in den Jahren 2020 und 2021 gegenüber 2019 infolge der Corona-Pandemie, erreichte der Umsatz in der Musikwirtschaft 2022 wieder das Vor-Corona-Niveau. Auch 2023 setzte sich der Wachstumstrend aus den Vor-Pandemie-Jahren fort (+5,5 %).

Umsatz in der Musikwirtschaft 2020 – 2023 in Mrd. EUR

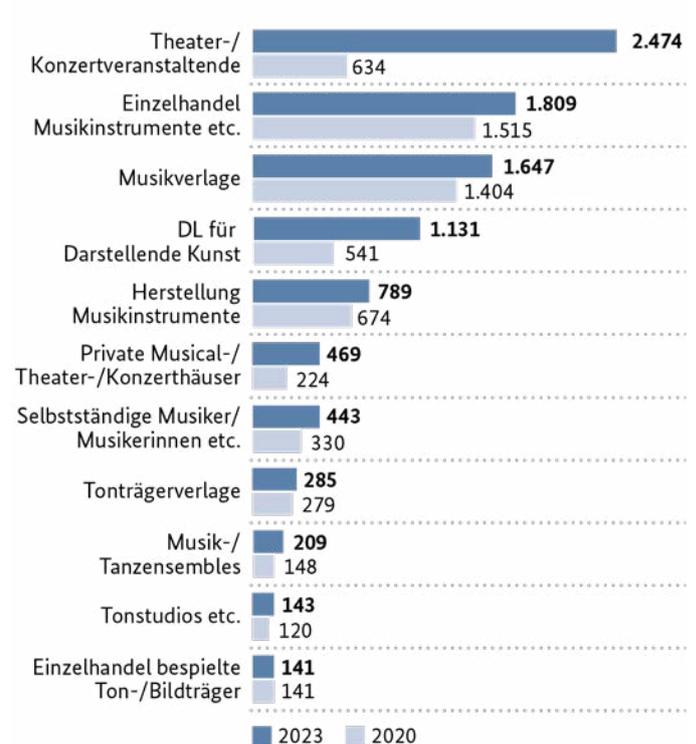


Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

### Teilbranchen

Die Teilbranchen der Musikwirtschaft sind unterschiedlich gut durch die Pandemie (2020 – 2022) gekommen. Besonders deutlich wird der Einbruch und die anschließende Erholung bei den Theater- und Konzertveranstaltern und den Dienstleistungen für die Darstellende Kunst (z. B. Bühne, Licht, Tontechnik). Mittlerweile haben sich viele Teilbranchen wieder erholt und wachsen wieder. Eine Ausnahme sind die Tonträgerverlage und der Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern. Die Bedeutung des klassischen Tonträgermarktes sinkt zugunsten von Streaming und Downloads. Der Trend wird etwas abgebremst durch die Beliebtheit von Vinyl-Platten. Der Einzelhandel mit Musikinstrumenten steht insgesamt gut da, ist allerdings stark geprägt durch einen umsatzstarken Player, kleinere Unternehmen hingegen haben Probleme.

Umsätze in den Teilbranchen der Musikwirtschaft 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt die Musikwirtschaft?

### Künstliche Intelligenz und digitaler Wandel

Die Zunahme an generativer Künstlicher Intelligenz (KI) in der Musikproduktion erfolgt auch in Deutschland sehr schnell. In Westeuropa sind es vor allem Deutschland und Frankreich, die in KI-Technologien investieren: Deutschland liegt mit 16 Mrd. Dollar im Jahr 2023 vorne.<sup>14</sup> Für Musikverlage liegen die aktuellen Herausforderungen vor allem im Umgang mit KI: Wie kann Künstliche Intelligenz bspw. einerseits im administrativen Bereich genutzt und andererseits die Arbeit der Urheberinnen und Urheber vor unfreiwilliger Nutzung geschützt werden?

Die Musikinstrumente-/Musikequipment-Branche sieht sich zudem mit Herausforderungen wie europäischen Verordnungen, steigenden Anforderungen im Produkt-Compliance, dem digitalen Wandel, internationalem Wettbewerb, einer negativen Preisspirale und geringen Margen und Veränderungen im Freizeitmarkt sowie ausbleibender musikalischer Bildung konfrontiert. Gleichzeitig bietet digitale Innovation aber auch neue Chancen im Live-Entertainment-Sektor: Mit immersiven Konzerterlebnissen werden zunehmend neue Geschäftsfelder erschlossen.<sup>15</sup> Dabei kann in Zukunft auch die Nutzung von KI-Tools eine bedeutende Rolle spielen.

*„Generative KI hat ein enormes wirtschaftliches Potenzial für die Musikbranche. Dennoch überwiegen in der Wahrnehmung vieler Musikschaffender bislang eher die Risiken als die Chancen. Als GEMA setzen wir uns dafür ein, dass die Kreativschaffenden am Erfolg dieser faszinierenden Technologie angemessen beteiligt werden.“*

Michael Duderstädt,  
Direktor, Gesellschaft für musikalische  
Aufführungs- und Vervielfältigungsrechte  
(GEMA)

*„Im Kontext von generativer KI ist für die Branche entscheidend, dass die Nutzung von Inhalten durch KI der Zustimmung der Berechtigten bedarf und diese an der Wertschöpfung zu beteiligen sind. Die Verordnungen und Richtlinien sollten darüber hinaus bürokratischem Aufwand entgegenwirken und die richtigen Adressaten berücksichtigen.“*

Forum Musikwirtschaft\*

<sup>14</sup> OECD.AI (2024)

<sup>15</sup> idw – Informationsdienst Wissenschaft (2024)

\* Bei dem hier zitierten Forum Musikwirtschaft handelt es sich um einen Zusammenschluss der Verbände BDKV (Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft), BVMI (Bundesverband Musikindustrie), DMV (Verband Deutscher Musikverlage), IMUC (Interessenverband Musikmanager:innen & Consultants), LIVEKOMM (Verband der Musikspielstätten in Deutschland), SOMM (Society Of Music Merchants) und VUT (Verband unabhängiger Musikunternehmerinnen und -unternehmer).

## Musikstreamingdienste

Im Bereich Recorded Music, der Musikproduktion, -veröffentlichung, -vermarktung und -vertrieb umfasst, ist Audio-Streaming seit Jahren Wachstumstreiber mit einem Marktanteil von rund 75 Prozent und 1,65 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2023.<sup>16</sup> Das Segment ist insofern essenziell für die Musikwirtschaft. Die Abrechnungsmodelle in diesem Bereich werden daher in der Branche weiterhin diskutiert und weiterentwickelt. Während sich im physischen Bereich die CD weiter rückläufig entwickelt, verzeichnet Vinyl seit 2007 eine nahezu ununterbrochene Aufwärtskurve, die von 2022 auf 2023 um 12,6 Prozent auf 140 Mio. Euro Umsatz angestiegen ist.<sup>17</sup>

## Live-Entertainment

Der Live-Entertainment-Markt wurde durch die Corona-Pandemie schwer getroffen und hat sich vielerorts noch nicht erholt. Arena-Shows von Superstars wie Taylor Swift und Adele sind zwar sehr gefragt, doch nicht überall herrscht diese große Nachfrage. Erschwerend wirken sich zudem die stark gestiegenen Künstlerhonorare oder die hohen Produktionskosten aus. Diese Kostensteigerungen können nicht 1:1 über eine Erhöhung der Ticketpreise an die Endverbraucherinnen und Endverbraucher weitergegeben werden. Dies ist vor allem für kleinere und mittlere Bühnen und damit auch für den künstlerischen Nachwuchs eine Herausforderung.

*„Live-Konzerte tragen nicht nur erheblich zum wirtschaftlichen Erfolg der Musikbranche bei, sie strahlen auch mit zweistelligen Umsatzmilliarden in viele andere Wirtschaftszweige wie Tourismus und Gastronomie aus. Hinzu kommt die unbezahlbare, gesellschaftliche Relevanz von Live-Ereignissen als Orte der Begegnung und des Austauschs. Diese Potentiale müssen noch stärker anerkannt und gefördert werden.“*

Forum Musikwirtschaft\*

*„Auch wenn der Umsatz des Einzelhandels mit Musikinstrumenten erfreulicherweise gestiegen ist, darf man dabei nicht außer Acht lassen, dass dieser Markt in Deutschland von einem großen Unternehmen dominiert wird. Die Mehrheit der stationären Musikfachgeschäfte, insbesondere der Notenfachhandel, leidet stark an dem Rückgang der Kundenfrequenz und sinkenden Margen durch die gestiegene Inflation.“*

Forum Musikwirtschaft\*

<sup>16</sup> Bundesverband Musikindustrie e.V. (2024)

<sup>17</sup> Bundesverband Musikindustrie e.V. (2024)

\* Bei dem hier zitierten Forum Musikwirtschaft handelt es sich um einen Zusammenschluss der Verbände BDKV (Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft), BVMI (Bundesverband Musikindustrie), DMV (Verband Deutscher Musikverlage), IMUC (Interessenverband Musikmanager:innen & Consultants), LIVEKOMM (Verband der Musikspielstätten in Deutschland), SOMM (Society Of Music Merchants) und VUT (Verband unabhängiger Musikunternehmerinnen und -unternehmer).



# Buchmarkt



Umsatz 2023:

**10,5 Mrd. Euro**  
(+2,8 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**14.170**  
(+0,2 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**107.500**  
(+1,9 % ggü. 2022)

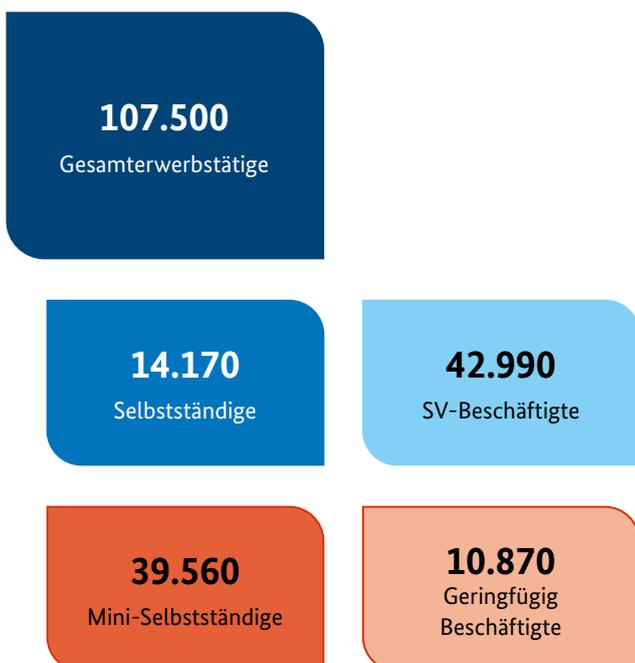
## Erwerbstätigkeit im Buchmarkt

### Struktur

Im Buchmarkt waren 2023 rund 107.500 Erwerbstätige beschäftigt. Größte Gruppe sind mit knapp 40 Prozent die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die gefolgt von den Mini-Selbstständigen, die ebenfalls knapp 37 Prozent der Erwerbstätigen stellen.

Rund 35.150 und damit knapp 32 Prozent arbeiten als selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller. Ebenfalls hohe Beschäftigungsanteile entfallen auf die Buchverlage (27,3 %) und den Einzelhandel mit Büchern (25,4 %).

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



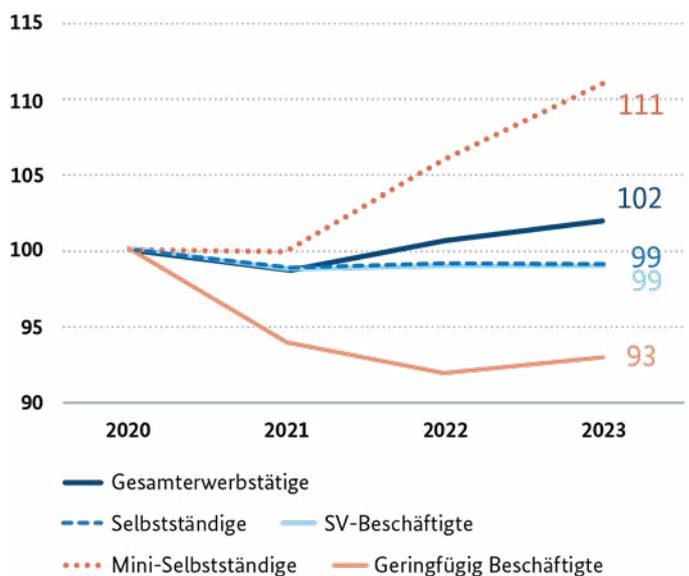
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021 – 2023.

### Entwicklung

Nachdem der Buchmarkt 2020 und 2021 leicht rückläufige Erwerbstätigenzahlen verzeichnete (-1,4 % bzw. -1,3 %), stabilisierte sich die Entwicklung 2022 und 2023 wieder. In beiden Jahren wuchs die Zahl der Erwerbstätigen um jeweils 1,9 Prozent. Damit lag die Erwerbstätigenzahl im Buchmarkt insgesamt 2023 leicht über dem Vorkrisen-Niveau von 2019.

Die Entwicklung in den Teilbranchen des Buchmarktes weist jedoch Unterschiede auf. Während die Zahl der selbstständigen Schriftstellerinnen und Schriftsteller sowie der Übersetzerinnen und Übersetzer gewachsen ist, weisen die Buchverlage (2020-2023: -2,3 %) und der Einzelhandel mit Büchern (2020-2023: -5,1 %) Verluste auf. Hier zeigt sich, dass kleine Verlage, u. a. durch gestiegene Kosten, Schwierigkeiten haben und die Frequenz im Einzelhandel vor Ort nach der Pandemie niedrig geblieben ist.

### Erwerbstätige im Buchmarkt 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021 – 2023.

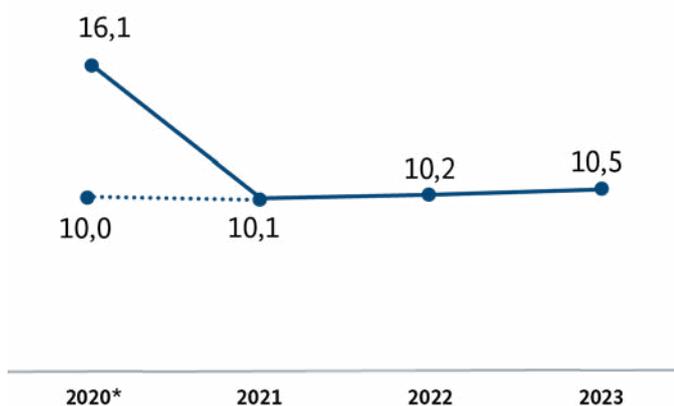
## Umsatz im Buchmarkt

### Entwicklung

14.170 Unternehmen des deutschen Buchmarktes erwirtschafteten im Jahr 2023 rund 10,5 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 2,8 Prozent.

Der Rückgang im Zeitraum 2020 bis 2021 ist darauf zurückzuführen, dass ein umsatzstarkes Unternehmen in die Rundfunkwirtschaft umklassifiziert wurde. Unter Berücksichtigung dieses Effekts (gestrichelte Linie) stieg der Umsatz im Buchmarkt zwischen 2020 und 2023 leicht an. Das Umsatzwachstum ist vor allem auf gestiegene Preise infolge von Kostensteigerungen zurückzuführen.

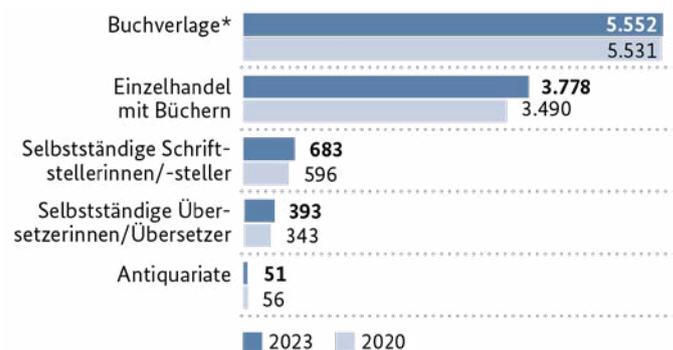
### Umsatz im Buchmarkt 2020–2023 in Mrd. EUR



### Teilbranchen

Die Buchverlage und der Bucheinzelhandel sind mit 53 Prozent bzw. 36 Prozent des Umsatzes mit Abstand die umsatzstärksten Teilbranchen im Buchmarkt. Während bei den Buchverlagen die Umsätze in den letzten beiden Jahren annähernd stabil blieben, erzielte der Bucheinzelhandel 2023 gegenüber 2020 ein Umsatzplus von 8,2 Prozent. Die Gewinne resultieren vor allem aus höheren Preisen der Produkte, während die Absatzzahlen sowie die Zahl der Käuferinnen und Käufer tendenziell rückläufig sind. Besonders positiv entwickeln sich die Warengruppen Belletristik sowie Kinder- und Jugendbücher. Bei den Antiquariaten setzt sich der bereits zwischen 2013 und 2019 rückläufige Trend auch nach 2020 weiter fort.

### Umsätze in den Teilbranchen des Buchmarkts 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023;

\* Statistischer Effekt im Bereich Buch und Rundfunk durch die Verschiebung eines umsatzstarken Unternehmens aus dem Teilmarkt Buch in den Teilmarkt Rundfunk.

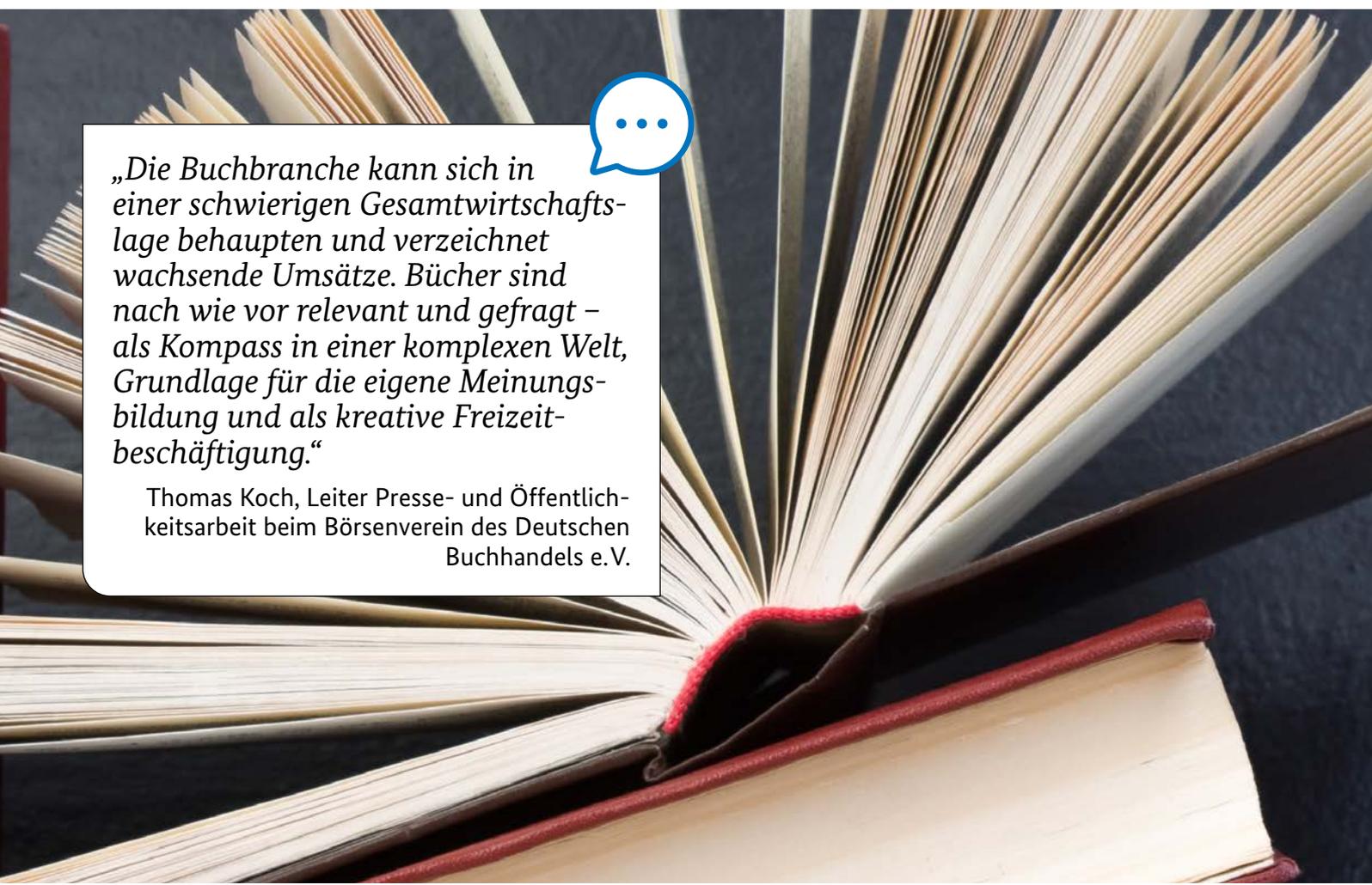
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023; \* 2021 statt 2020.

## Was bewegt den Buchmarkt?

### Junge Leserinnen und Leser

Es sind vor allem Leserinnen und Leser im Alter von 16 bis 29 Jahren, die die Buchbranche 2023/2024 umtreiben. Im Jahr 2022 stieg die Anzahl von Buchkäufen bei jungen Menschen um acht Prozent auf 425 Mio. EUR an.<sup>18</sup> Hierbei spielen Onlineformate auf Social Media wie Instagram und Beiträge von Influencerinnen und Influencern eine große Rolle. Der Hashtag BookTok auf der Plattform TikTok konzentriert sich auf kurze Videos zu Buchempfehlungen und schafft mit derzeit

34,4 Mio. Posts eine große Aufmerksamkeit für Literatur, die unter 30-Jährige adressiert.<sup>19</sup> Nicht nur deshalb sind Genres wie New Adult oder Young Adult im Buchmarkt derzeit beliebt. Dabei handelt es sich um Belletristik, die die Lebenswelt junger Erwachsener abbildet.<sup>20</sup> Die Zunahme an Ausgaben für Bücher um 28 Prozent bei den 16- bis 19-Jährigen im Jahr 2022 zeigt das Interesse dieser Zielgruppe ebenfalls.<sup>21</sup>



*„Die Buchbranche kann sich in einer schwierigen Gesamtwirtschaftslage behaupten und verzeichnet wachsende Umsätze. Bücher sind nach wie vor relevant und gefragt – als Kompass in einer komplexen Welt, Grundlage für die eigene Meinungsbildung und als kreative Freizeitbeschäftigung.“*

Thomas Koch, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

18 Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2023)

19 TikTok #BookTok. Stand: 03.07.2024

20 Vertragsgruppe Oetinger Service GmbH (2024)

21 Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2023)

## Digitale Hörbücher

Weiterhin beliebt im Buchmarkt sind digitale Hörbuchformate. Hier verzeichnet der Börsenverein des Deutschen Buchhandels einen Anstieg im Umsatz durch Hörbuchstreaming um 154,9 Prozent zwischen den Jahren 2019 und 2022. In Deutschland sind vor allem Podcasts im Bereich True Crime, Politik und Wissenschaft aktuell beliebt. Der Umsatz von Hörbuchdownloads stieg ebenfalls, auf 61,1 Prozent im Unterschied zu 2019.<sup>22</sup> Seit 2021 erscheint regelmäßig eine Zusam-

menfassung der Verkaufsmeldungen von deutschen Hörbuchverlagen, was wiederum auf die gestiegene Bedeutung des Hörbuchverkaufs hinweist.<sup>23</sup> Ein beliebtes Verkaufsmodell sind in diesem Bereich Abonnements, die das Streaming unterschiedlicher vieler Hörbücher pro festgelegten Zeitraum ermöglichen. Der Anstieg des digitalen Hörbuchverkaufs geht mit einem Rückgang bei den Käufen von physischen Hörbuchexemplaren auf CD o.Ä. einher.<sup>24</sup>



*„Einen großen Anteil am Wachstum haben die Belletristik und Kinder- und Jugendbücher – in diese Warengruppen fallen viele Verkäufe von Young- und New-Adult-Titeln, die bei jungen Leser\*innen stark nachgefragt sind. Auch angeregt durch Buchempfehlungen in Social Media wie #BookTok sind Bücher bei jungen Menschen hoch im Kurs. Gleichzeitig bekommen auch Verlage und Buchhandel Konsumflaute, Inflation und anhaltend hohe Kosten zu spüren, was viele Unternehmen wirtschaftlich stark belastet.“*

Thomas Koch, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

22 Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2023)

23 Media Control (2023)

24 Media Control (2023) und Börsenverein des deutschen Buchhandels (2023)



# Kunstmarkt



Umsatz 2023:

**2,5 Mrd. Euro**  
(+0,7 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**10.630**  
(+1,2 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**50.590**  
(+1,9 % ggü. 2022)

## Erwerbstätigkeit im Kunstmarkt

### Struktur

Mit 50.590 Erwerbstätigen und einem Branchenanteil von rund zwei Prozent ist der Kunstmarkt der kleinste Teilmarkt der KKW in Deutschland.

Charakteristisch für den Kunstmarkt ist, dass 83 Prozent der Erwerbstätigen selbstständig tätig sind. Dabei spielt die Mini-Selbstständigkeit eine große Rolle. So sind 62 Prozent der Erwerbstätigen Mini-Selbstständige.

Der Großteil der Erwerbstätigen im Kunstmarkt – rund drei Viertel – sind als bildende Künstlerinnen und Künstler tätig.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



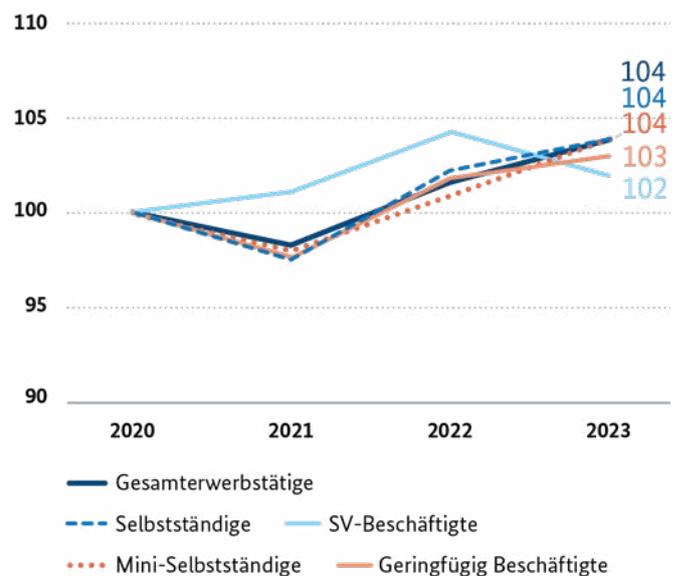
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021 – 2023.

### Entwicklung

Der Kunstmarkt blickt auf eine insgesamt positive Entwicklungsbilanz zurück. Der Anstieg der Erwerbstätigenzahlen wurde im Jahr 2021 infolge der Corona-Pandemie gebremst. Bereits 2022 verzeichnete der Kunstmarkt wieder Zuwächse, die sich auch 2023 weiter fortsetzten. Damit stieg die Zahl der Erwerbstätigen im Jahr 2023 gegenüber 2020 um 3,6 Prozent an.

Dominiert wird die Entwicklung von den Zuwächsen der selbstständigen Künstlerinnen und Künstler (2020 – 2023: +5,4 %). Der Einzelhandel mit Antiquitäten weist hingegen einen permanenten Rückgang bei den Erwerbstätigen auf (2020 – 2023: -10,3 %).

### Erwerbstätige im Kunstmarkt 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021 – 2023.

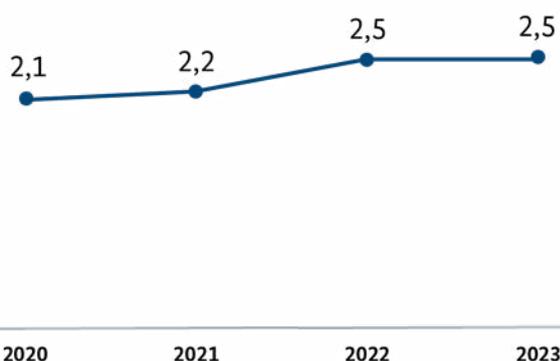
## Umsatz im Kunstmarkt

### Entwicklung

Rund 10.630 Unternehmen im Kunstmarkt erwirtschafteten im Jahr 2023 rund 2,5 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz leicht um 0,7 Prozent.

Nach einem Umsatzeinbruch 2020 infolge der Corona-Pandemie erholt sich der Kunstmarkt rasch. Bereits im Jahr 2021 verzeichnete der Kunstmarkt wieder steigende Umsätze. Im Jahr 2022 lagen die Umsätze wieder über dem Umsatzniveau von 2019. Nach zwei wachstumsstarken Jahren verlangsamte sich die Entwicklung im Jahr 2023 (+0,7 %).

### Umsatz im Kunstmarkt 2020 – 2023 in Mrd. EUR



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

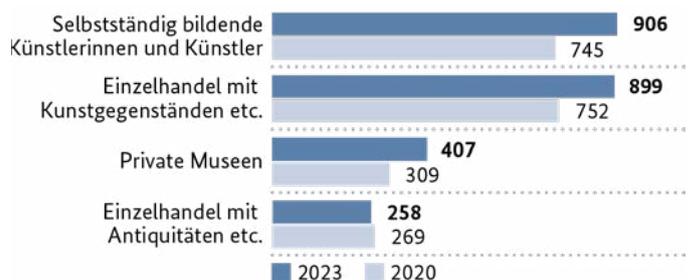
### Teilbranchen

Die bildenden Künstlerinnen und Künstler sowie der Einzelhandel mit Kunstgegenständen erwirtschafteten 2023 jeweils rund 36 Prozent des Umsatzes im Kunstmarkt und dominieren damit den Teilmarkt.

Sowohl die bildenden Künstlerinnen und Künstler (+21,7 %) als auch der Einzelhandel mit Kunstgegenständen (+19,5 %) konnten ihre Umsätze im Zeitraum 2020 – 2023 deutlich steigern.

Vor allem Museen waren stark durch die Corona-Pandemie getroffen. Trotz deutlichem Anstieg des Umsatzes zwischen 2020 und 2023 erreichten sie 2023 noch nicht wieder das Vor-Pandemie-Niveau. Im Einzelhandel mit Antiquitäten sank der Umsatz 2020 – 2023, die kleinste Teilbranche setzt damit den rückläufigen Umsatztrend des Vor-Pandemie-Zeitraums fort.

### Umsätze in den Teilbranchen des Kunstmarkts 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt den Kunstmarkt?

### Kunstmessen haben Zukunft

Der Kunsthandel ist und bleibt ein „people business“. Beim Verkauf von Kunst investieren Galerien viel in persönliche Beziehungsarbeit mit potenziellen Käuferinnen und Käufern. Nach Corona sind persönliche Treffen endlich wieder möglich und werden stark genutzt. Die großen Kunstmessen erholen sich zunehmend von der Pandemie und die Besuchszahlen nähern sich dem Vor-Pandemie-niveau.<sup>25</sup> Viele Kunstmessen haben während der Pandemie auch virtuelle Versionen ihrer lokalen Veranstaltungen erstellt, um weiterhin Sammlerinnen und Sammler zu erreichen. Galeristinnen und

Galeristen nutzen diese Plattformen auch weiterhin, ergänzend zu den analogen Versionen. Den Kunstkauf anregen könnte auch der gesenkte Umsatzsteuersatz. Im Jahr 2014 wurde die Umsatzsteuer für Kunstwerke auf 19 Prozent angehoben. Mit der Änderung der Steuersystem-Richtlinie auf EU-Ebene kann in Deutschland die Umsatzsteuer auf Kunst nun wieder gesenkt werden.<sup>26</sup> Damit ist das Potenzial da, dass sich der Kunstmarkt in Deutschland weiter erholt und international wieder wettbewerbsfähiger wird.

*„Eine positive Entwicklung hat sich darin gezeigt, dass der Ruf der Galerien, nach der Wiedereinführung der ermäßigten Umsatzsteuer, von der Politik erhört worden ist. Mit dem Jahressteuergesetz wird eine zehnjährige Ungleichbehandlung von Künstler\*innen sowie Galerien endlich aufgehoben. Dies wird ab 2025 hoffentlich zu einem positiven Stimmungswandel und einer Aufbruchstimmung bei Galerien führen – wovon auch die Künstler\*innen profitieren werden.“*

Birgit Maria Sturm,  
Geschäftsführerin des Bundesverbands  
Deutscher Galerien und Kunsthändler e.V.

*„Pandemie und Digitalisierung haben die Entwicklung der Kunstvermarktung nachhaltig verändert. Galerien präsentieren und verkaufen Kunst verstärkt erfolgreich über digitale Wege, seien es Internetseiten oder Social-Media-Kanäle wie Instagram. Künstler\*innen vermarkten sich digital verstärkt selbst und erlangen für ihr Werk erhöhte Sichtbarkeit und wirtschaftlichen Erfolg.“*

Dagmar Schmidt,  
Vorsitzende, Bundesverband  
Bildender Künstlerinnen und Künstler e.V.

25 Die größte Kunstmesse Deutschlands, die Art Cologne, erreichte 2023 etwa 45.000 Besuchende. In den Jahren zuvor waren es zwischen 34.000–43.000 Personen. Vor der Pandemie lag die Besuchendenzahl noch bei 57.000. Art Cologne (2023)

26 Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (2023)

## Künstliche Intelligenz und Kunst

Der Kunstmarkt zählt zu den Teilmärkten, für die der Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI) tagesaktuelle Veränderungen mit sich bringt. Vor allem Künstlerinnen und Künstler können mit KI in der Bilderstellung arbeiten. In Restauration, Kuratation und der Analyse von Kunst kommt ebenfalls zunehmend generative KI zum Einsatz. Sowohl die Nutzung von Text-zu-Bild-Anwendungen<sup>27</sup> als auch das Training von KI mit vorhandenen Kunstwerken ist bereits Realität. Die Frage nach verbindlichen Regelungen zum Thema Urheberrecht wird im Kontext des Kunstmarkts viel und intensiv diskutiert. Hier geht es unter anderem um die genannte Nutzung von Kunst als Trainingsdaten:

Dies geschieht bisher in vielen Fällen ohne eine eindeutige Abfrage der Zustimmung der künstlerischen Urheberinnen und Urheber und wird zurzeit auch in der Öffentlichkeit viel diskutiert. Die Initiative Urheberrecht beauftragte in Kooperation mit der Stiftung Kunstfonds eine Studie zu den Chancen und Risiken von KI in der Bildenden Kunst.<sup>28</sup> Diese berichtet, dass 65 Prozent der befragten Künstlerinnen und Künstler die Arbeit mit KI in Zukunft für ihre eigene Kunst relevant halten.<sup>29</sup> Für eine finanzielle Berücksichtigung der künstlerischen Urheberinnen und Urheber von Trainingsdaten aus der Kunst sprechen sich 91 Prozent der Befragten aus.<sup>30</sup>

*„Die hohe Inflation, der Schwund der Kaufkraft der letzten eineinhalb Jahre, hat sich vor allem auf kleine und mittelständische Galerien negativ ausgewirkt. Ein deutliches Signal hierfür ist, dass es im Kunstmarkt kaum Nachwuchs gibt.“*

Birgit Maria Sturm,  
Geschäftsführerin des Bundesverbands  
Deutscher Galerien und Kunsthändler e.V.

*„Angesichts des gesellschaftlichen Drucks durch Rechtsaußen und der Verdrängung durch KI können Künstler\*innen unterstützen, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Die Auswirkungen der Krisen treffen Künstler\*innen jedoch besonders stark, und es drohen erneut existenzgefährdende Kürzungen.“*

Deutscher Künstlerbund e. V.

27 Hierbei handelt es sich um eine möglichst präzise Bildbeschreibung, die von einer KI ausgelesen und dann in ein Bild übersetzt wird.

28 Goldmedia (2024)

29 Goldmedia (2024)

30 Goldmedia (2024)



# Filmwirtschaft



Umsatz 2023:

**11,4 Mrd. Euro**  
(+1,8 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**19.120**  
(+2,4 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**144.460**  
(+3,7 % ggü. 2022)

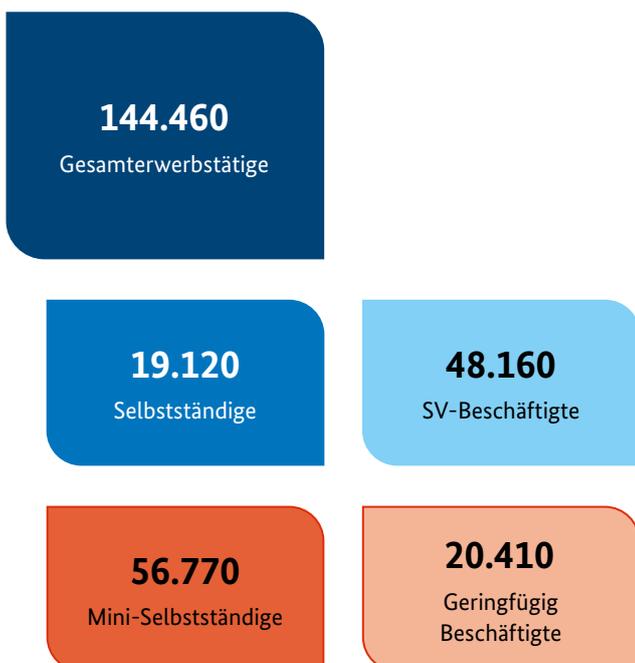
## Erwerbstätigkeit in der Filmwirtschaft

### Struktur

Im Jahr 2023 arbeiteten in der deutschen Filmwirtschaft 144.460 Erwerbstätige. Mini-Selbstständige bildeten mit 39 Prozent die größte Gruppe. Zweitstärkste Gruppe waren mit ca. 33 Prozent die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler stellen ca. 41 Prozent der Erwerbstätigen im Teilmarkt. An zweiter Stelle folgt der Bereich der Film- und TV-Produktion, auf den ca. 33 Prozent der Erwerbstätigen entfallen. Drittschwächster Bereich sind mit einem Anteil von 15 Prozent die Kinos.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023

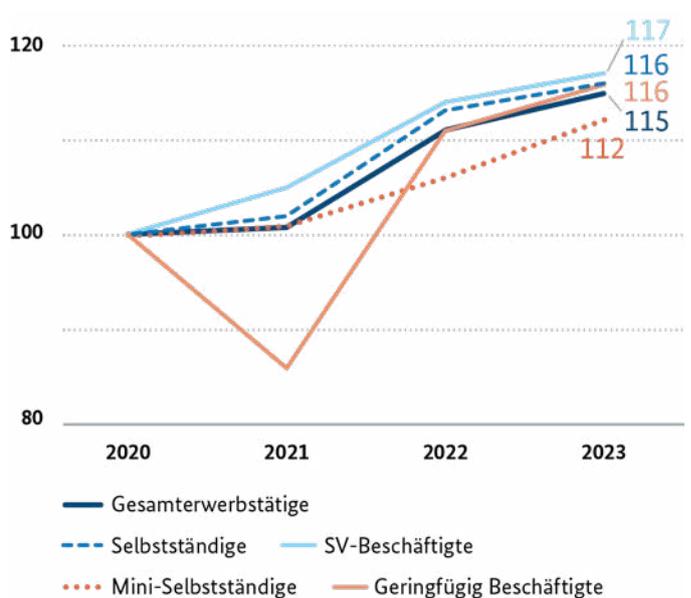


Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

### Entwicklung

Die Filmwirtschaft beschreitet insgesamt einen positiven Entwicklungspfad. Der Rückgang der Erwerbstätigen 2020 von 1,6 Prozent wurde in den Folgejahren wieder kompensiert. So stieg die Zahl der Erwerbstätigen in der Filmwirtschaft im Zeitraum 2020 bis 2023 um 14,7 Prozent. Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler, die Film-/TV-Produktion sowie Nachbereitung und Filmtechnik weisen dabei stetig steigende Erwerbstätigenzahlen aus. Der starke Einbruch bei den geringfügig Beschäftigten 2020 und 2021 ist v. a. auf die Pandemie-bedingte Schließung der Kinos zurückzuführen. Trotz Trendumkehr ab 2022 liegt die Erwerbstätigenzahl bei den Kinos auch 2023 noch deutlich unter dem Vorkrisenniveau. Strukturelle Umbrüche in der Branche bedingen zudem anhaltende Verluste bei den Videotheken.

### Erwerbstätige in der Filmwirtschaft 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

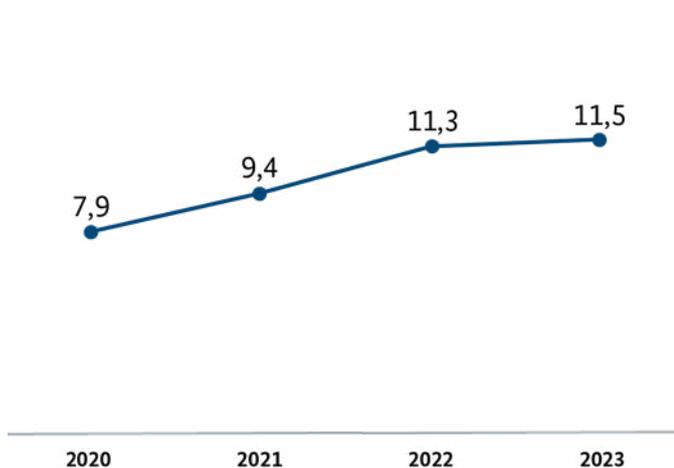
## Umsatz in der Filmwirtschaft

### Entwicklung

Die 19.120 Unternehmen in der Filmwirtschaft erwirtschafteten im Jahr 2023 einen Umsatz von 11,5 Mrd. Euro.

Nach deutlichen Umsatzeinbrüchen infolge der Corona-Pandemie im Jahr 2020 konnte die Filmwirtschaft 2022 das Niveau des Jahres 2019 (zehn Mrd. Euro) übertreffen. Das starke Umsatzplus 2021 und 2022 ist u. a. mit dem Abbau des pandemiebedingten Rückstaus in der Filmproduktion sowie steigenden Umsatzzahlen im Filmverleih- und Vertrieb und bei den Kinos nach Wiederaufnahme des Regelbetriebs zu erklären. 2023 erreichte die Filmwirtschaft ein Umsatzwachstum von 1,9 Prozent.

Umsatz in der Filmwirtschaft 2020–2023 in Mrd. EUR



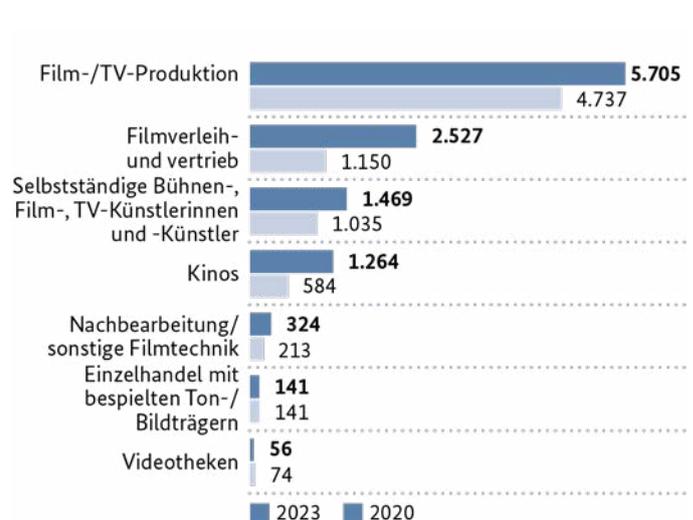
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

### Teilbranchen

Die Film- und TV-Produktion ist mit rund 50 Prozent des Umsatzes die umsatzstärkste Teilbranche.

Nach Umsatzeinbrüchen in fast allen Teilbranchen infolge der Corona-Pandemie stieg der Umsatz zwischen 2020 und 2023 in fast allen Teilbranchen wieder. Insb. der Bereich Filmverleih-/Vertrieb sowie die Kinos konnten nach starken pandemiebedingten Umsatzrückgängen wieder ein deutliches Wachstum verzeichnen. Allerdings liegen die Kinos nach wie vor aufgrund unterschiedlichster Herausforderungen deutlich hinter den Umsatzzahlen vor der Pandemie zurück (2019: ca. 1,6 Mrd. Euro). Bei den Videotheken setzte sich der stetige Rückgang der Umsätze auch 2023 weiter fort.

Umsätze in den Teilbranchen der Filmwirtschaft 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt die Filmwirtschaft

### Novellierung des Filmförderungsgesetz

Die geplante Reform der deutschen Filmförderung beschäftigt zurzeit die Filmwirtschaft. Neben der Verlängerung des derzeitigen Filmförderungsgesetzes bis Ende 2024 wurde im Mai 2024 ein weiterer Novellierungsentwurf des Gesetzes durch das Bundeskabinett beschlossen.<sup>31</sup> Mit der Reform soll vor allem dem bisherigen bürokratischen Aufwand in der Filmförderung begegnet und mehr Selbstverwaltung erreicht werden.<sup>32</sup> Die Filmförderungsanstalt rückt mit der Einführung der Novellierung zu Januar 2025 in den Fokus der Förderung und wird zur zentralen Fördereinrichtung auf Bundesebene.

Zusätzlich soll eine Investitionspflicht Streaming-anbietende dazu anhalten, einen Anteil ihres Umsatzes, der in Deutschland generiert wird, in europäische Filmproduktionen zu reinvestieren.<sup>33</sup>

### Film und Künstliche Intelligenz

Gerade im Bereich der Filmproduktion sorgen Anwendungen von generativer Künstlicher Intelligenz (KI) bereits für starke Veränderungen. Der Einsatz von sogenannten digitalen Statistinnen und Statisten, also Scans von Schauspielenden für 3D-Darstellungen, aber auch KI-generierte Musik oder die Umsetzung von Text-zu-Video sind in

*„Damit Deutschland auch in Zukunft ein erfolgreicher, attraktiver und international wettbewerbsfähiger Standort für die Filmwirtschaft sein kann, ist eine effektive Filmförderung, die die gesamte Wertschöpfungskette in den Blick nimmt, essenziell.“*

Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO)

*„Künstliche Intelligenz bietet Kinobetreibenden, wie auch in anderen Branchen, wertvolle Chancen zur Optimierung ihrer Abläufe. Als Verband setzen wir uns deshalb seit zwei Jahren dafür ein, unsere Mitglieder stets auf dem neuesten Stand der Technik zu halten und die Potenziale der KI für den Kinobetrieb effektiv nutzbar zu machen.“*

Christine Berg,  
Vorstandsvorsitzende, HDF Kino e.V.

31 Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2024)

32 Deutschlandfunk Kultur (2024)

33 Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (2024)

Gebrauch. Beliebt sind auch Kombinationen unterschiedlicher KI-Anwendungen für die Produktion.<sup>34</sup> In den generierten Videos werden Grundprinzipien von Physik wie Schwerkraft o. Ä. oder menschlicher Gestik und Mimik kontinuierlich besser umgesetzt. Dennoch sehen viele Filmschaffende in der zukünftigen Produktion von Genres wie Arthouse keine Nutzung von KI. Im Bereich Animation ist dafür das Potenzial von KI-Anwendungen umso größer, aber auch hier erfordert es weiterhin menschliche Expertise und Kompetenz, einen guten Film zu produzieren.<sup>35</sup>

## Fachkräftemangel

Die Filmwirtschaft steht vor der Herausforderung von mangelndem Nachwuchs und mangelnden Fachkräften. Laut der Spitzenorganisation Filmwirtschaft (SPIO) hatten 75 Prozent der Unternehmen in der Filmwirtschaft im Jahr 2022 Schwierigkeiten bei der Personalsuche. Es bestehen dabei kaum Unterschiede zwischen Festangestellten und Selbstständigen. Der Mangel an Personal liegt außerdem positionsübergreifend vor.<sup>36</sup> Allerdings betreffen bis zu 50 Prozent der Besetzungsschwierigkeiten die Geschäftsführungs- oder Produktionsleitungsebene.<sup>37</sup> Daraus folgt häufig, dass nur etwa die Hälfte der geplanten Filmprojekte auch in die Umsetzung startet.

*„Der Markt wird von großer Unsicherheit, anhaltenden Kostensteigerungen und sinkenden Aufträgen beherrscht. Sender und Streamer sind weitaus weniger in Deutschland engagiert als noch vor wenigen Jahren. Im europäischen Wettbewerb sind fehlende Steueranreize und Investitionsverpflichtungen ein klarer Nachteil.“*

Björn Böhning,  
CEO und Sprecher des Gesamtvorstands,  
Produktionsallianz

*„Extreme Schwankungen der wirtschaftlichen Auslastung und Projektabhängigkeiten erschweren es, die Arbeitskräfte und ihre fachliche Qualifizierung mittel- und langfristig zu sichern. Es ist deshalb wichtig, Fachkräften eine berufliche Perspektive zu bieten.“*

Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO)

34 Von der Heide (2024): Impulsvortrag „Zukunft Jetzt Gestalten“ zur Wissenschaftlichen Fachkonferenz im Rahmen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

35 Geyer (2023)

36 Erich Pommer Institut (2022)

37 Erich Pommer Institut (2022)



# Rundfunkwirtschaft



Umsatz 2023:

**14,0 Mrd. Euro**  
(+0,9 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**13.160**  
(-1,0% ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**67.190**  
(+0,8 % ggü. 2022)

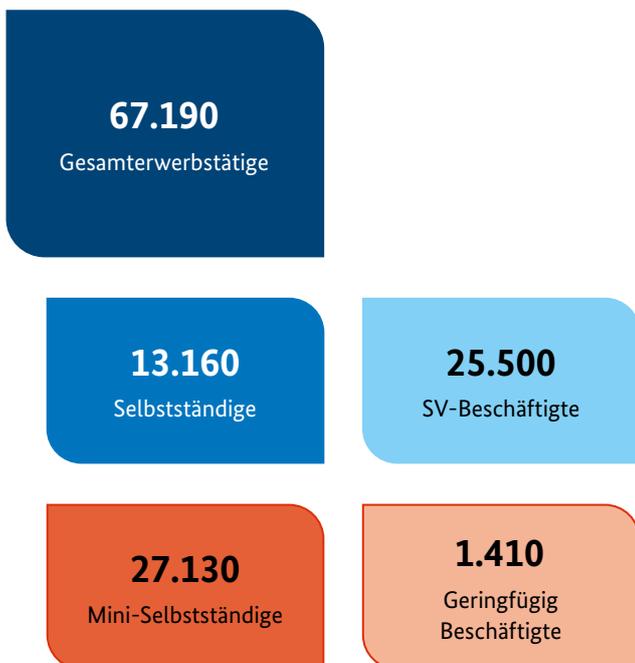
## Erwerbstätigkeit in der Rundfunkwirtschaft

### Struktur

In der Rundfunkwirtschaft waren im Jahr 2023 rund 67.190 Personen tätig. Davon waren ca. 40 Prozent Mini-Selbstständige und ca. 38 Prozent sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Mit zwei Prozent sind kaum geringfügig Beschäftigte in der Rundfunkwirtschaft tätig.

Knapp 62 Prozent der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft arbeiten als selbstständige Journalistinnen und Journalisten. Die restlichen 38 Prozent verteilen sich auf Hörfunk- und Fernsehveranstalter.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

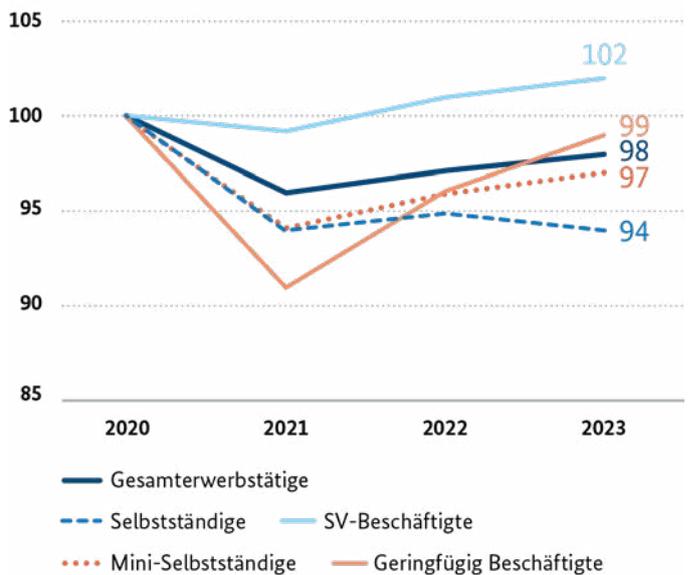
### Entwicklung

Die Zahl der Erwerbstätigen in der Rundfunkwirtschaft ist im Jahr 2021 um 3,9 Prozent gesunken. In den Jahren 2022 und 2023 verlief die Entwicklung zwar positiv, aber mit Wachstumsraten von 1,5 und 0,8 Prozent konnten die Verluste des Vorjahres nicht kompensiert werden.

Die selbstständigen Journalistinnen und Journalisten waren 2021 von größeren Verlusten betroffen (-5,6 %). Seitdem erholt sich die Teilbranche langsam (2022: +1,3 %, 2023: +0,8 %).

Die Situation bei den Hörfunk- und Fernsehveranstaltern ist weitgehend stabil. Nach einem leichten Rückgang im Jahr 2021 (-1;0 %) wurden in den Folgejahren leichte Zuwächse erzielt (2022: +1,7 %; 2023: +2,6 %).

### Erwerbstätige in der Rundfunkwirtschaft 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

## Umsatz in der Rundfunkwirtschaft

### Entwicklung

Der Umsatz in der Rundfunkwirtschaft belief sich im Jahr 2023 auf 14 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz leicht um 0,9 Prozent.

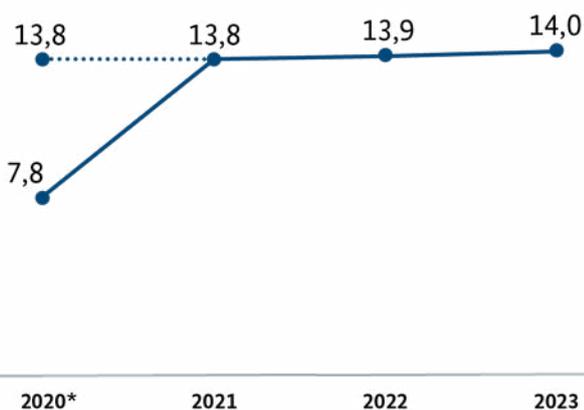
Das Wachstum im Zeitraum 2020 bis 2021 ist darauf zurückzuführen, dass ein umsatzstarkes Unternehmen aus dem Buchmarkt umklassifiziert wurde. Unter Berücksichtigung dieses Effekts (gestrichelte Linie) blieb der Umsatz in der Rundfunkwirtschaft zwischen 2020 und 2021 annähernd gleich. Auch 2022 und 2023 verharrten die Umsätze in der Rundfunkwirtschaft auf ähnlichem Niveau.

### Teilbranchen

Private Fernsehveranstalter (inkl. Online-Streaming) sind mit Abstand die umsatzstärkste Teilbranche in der Rundfunkwirtschaft. Sie erwirtschafteten 85 Prozent der Umsätze der Rundfunkwirtschaft.

Die in der Tendenz stagnierende Umsatzentwicklung ist in allen Teilbranchen zu beobachten. Damit setzt sich ein Trend aus der Vor-Pandemie-Zeit fort. Herausfordernd ist, dass der wachsende Bereich der Paid-Video-On-Demand-Angebote (Streaming) stark durch einzelne, große internationale Anbieter wie Amazon und Netflix geprägt ist.

Umsatz in der Rundfunkwirtschaft 2020 – 2023 in Mrd. EUR



Umsätze in den Teilbranchen der Rundfunkwirtschaft 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

\* Statistischer Effekt durch Umgruppierung eines umsatzstarken Unternehmens (gestrichelt: Schätzung ohne Effekt).

Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023. \* 2021 statt 2020

## Was bewegt die Rundfunkwirtschaft?

### Europäische Regulatorik

Es gibt mehrere neue Regularien auf EU-Ebene, die Auswirkungen auf die Rundfunkwirtschaft haben. So betrifft das White Paper der EU-Kommission zur zukünftigen Infrastruktur der elektronischen Kommunikation in der EU auch audiovisuelle Medien.<sup>38</sup> In dem Paper gibt es Überlegungen, die Infrastrukturnutzung von Streamingdiensten mit einer finanziellen Abgabe zu belegen, die auch Rundfunkunternehmen berühren würde.<sup>39</sup> Auch der Digital Service Act beeinflusst die Rundfunkwirtschaft durch die Maßnahmen zur Risikomin-

mierung von medialen Suchergebnissen im Vorfeld politischer Wahlen. Hier geht es unter anderem um rechtswidrige Inhalte, Falschmeldungen zu den Wahlprozessen oder Einschränkung von Meinungsfreiheit, die im Zeitraum vor demokratischen Wahlen vorkommen und freie Wahlprozesse beeinflussen.<sup>40</sup> Mögliche Auswirkungen auf Medieninhalte im Rundfunk können dadurch ebenfalls entstehen, weshalb Rundfunkunternehmen zu einer gesonderten Prüfung auf die Medienverträglichkeit dieser Regelung aufrufen.



*„In Deutschland ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk in einem Ausmaß unter Druck, wie es das seit seinem Bestehen noch nicht gegeben hat. Für die journalistische Qualität des Rundfunkangebots ist es von entscheidender Bedeutung, die Finanzierung auf ein festes Fundament zu stellen, das nicht länger von kurzfristigen parteipolitischen Erwägungen gerade in Wahlkampfzeiten gestört wird. Daneben hat der private Rundfunk selbstverständlich seine Daseinsberechtigung und Bedeutung im dualen System, das sich bewährt hat.“*

Hendrik Zörner,  
Pressesprecher beim  
Deutschen Journalisten-Verband e.V.

38 Europäische Kommission (2023)

39 VAUNET (2024)

40 Europäische Kommission (2024b)

## Vertrauen in Medien

Die Medienlandschaft sieht sich der Herausforderung von mangelndem Vertrauen in Medien gegenüber. Dies betrifft auch die Rundfunkwirtschaft. Geprägt ist diese Entwicklung nicht nur von dem unbegrenzten Angebot an Onlineinformationsquellen, die zur Verfügung stehen, sondern auch durch politische und gesellschaftliche Faktoren wie den Krieg in der Ukraine oder die Debatten um Gesundheitspolitik während der Pandemie.<sup>41</sup>

Diese führen zu Verunsicherung bei der Nutzung von Medien bzw. bei der Einschätzung der Qualität von Medienbeiträgen. Auch die Verwendung von KI in Berichterstattung, die vermehrt Anwendung findet, trägt zu dieser Verunsicherung bei. Um Mediennutzenden dabei Souveränität zu vermitteln und kritische Medienkompetenz aufzubauen, bieten mehrere Rundfunkanstalten bereits Formate an.<sup>42</sup>

*„2024 feiern wir in Deutschland 40 Jahre Privater Rundfunk – und die vielfältigste private Medienlandschaft der Welt. Um sie zu sichern und in einem global-digitalen, hochkomplexen Marktumfeld weiter zu wachsen, spielen auch themen- und branchenübergreifende Allianzen eine immer wichtigere Rolle.“*

Daniela Beaujean,  
Geschäftsführerin VAUNET –  
Verband Privater Medien e. V.

*„Audio- und audiovisuelle Medien sind eine tragende Säule der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie sind Innovations- und Wachstumstreiber und die audiovisuelle Medienwirtschaft zählt zu den TOP 5 der größten Wirtschaftszweige in Deutschland. Grund genug, sich gemeinsam für zukunftsfähige Rahmenbedingungen einzusetzen.“*

Frank Giersberg,  
Geschäftsführer VAUNET –  
Verband Privater Medien e. V.

<sup>41</sup> Schwetje (2024)

<sup>42</sup> Zum Beispiel der rbb (2024)



# Markt für Darstellende Künste



Umsatz 2023:

**6,2 Mrd. Euro**  
(+7,4 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**18.710**  
(+5,1 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**136.950**  
(+8,3 % ggü. 2022)

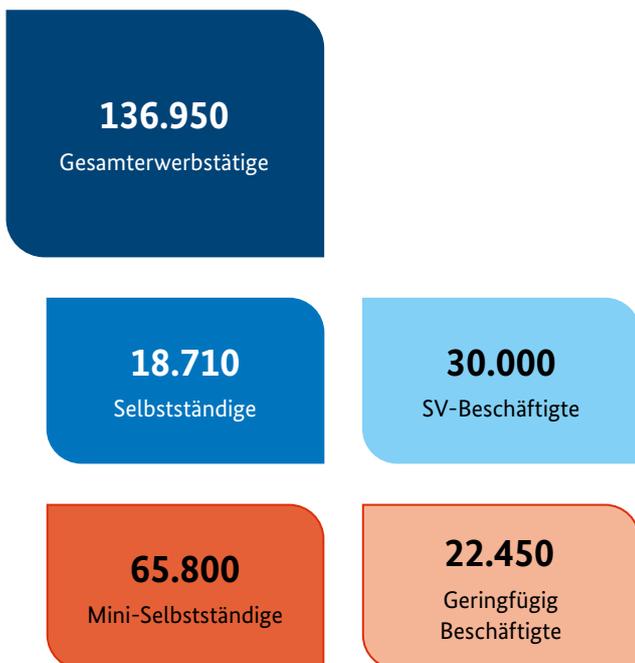
## Erwerbstätigkeit im Markt für Darstellende Künste

### Struktur

Im Markt für Darstellende Künste arbeiten 136.950 Erwerbstätige. Knapp die Hälfte (48 %) dieser sind Mini-Selbstständige. Mit deutlichem Abstand folgen die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (22 %). Die geringfügig Beschäftigten und die Selbstständigen (über 22.000 Euro Jahresumsatz) stellen 16 bzw. 14 Prozent der Erwerbstätigen im Teilmarkt.

Beschäftigungsschwerpunkt liegt mit knapp 60.000 (ca. 44 %) der Erwerbstätigen bei den selbstständigen Bühnen-, Film- und TV-Künstlerinnen und -Künstlern. Jeweils knapp 18 Prozent entfallen auf die Dienstleistungen für die Darstellende Kunst sowie den Bereich Kulturunterricht und Tanzschulen.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023

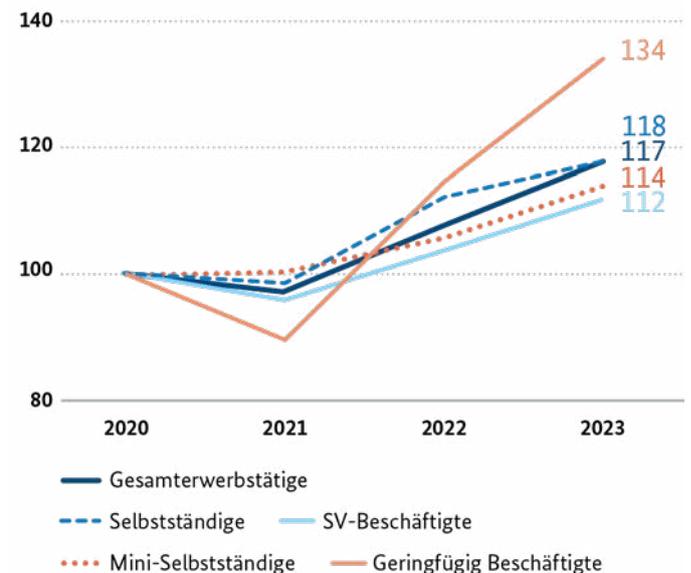


Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

### Entwicklung

Mit hohem Publikumsverkehr gehört der Markt für Darstellende Künste zu den Teilmärkten, die besonders stark von der Corona-Pandemie betroffen waren. Wie im Jahr 2020 waren auch im Jahr 2021 die Auswirkungen der Corona-Pandemie noch deutlich zu spüren (2020: -1,9 %, 2021: -2,8 %). Ab 2022 erholte sich der Markt für Darstellende Künste in allen Erwerbsformen deutlich (+11 %). Mit einer Zunahme von 8,3 Prozent ggü. dem Vorjahr setzte sich der Trend auch 2023 fort.

### Erwerbstätige im Markt für Darstellende Künste 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

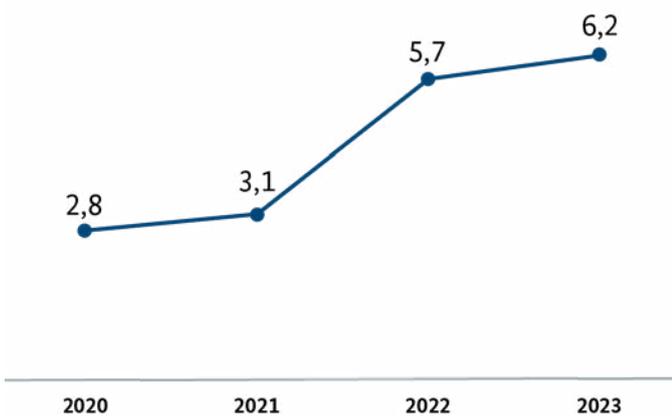
## Umsatz im Markt für Darstellende Künste

### Entwicklung

Rund 18.710 Unternehmen im Markt für Darstellende Künste erwirtschafteten 2023 rund 6,2 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 7,4 Prozent.

Nach den Umsatzeinbrüchen infolge der Corona-Pandemie in den Jahren 2020 und 2021 erreichte der Umsatz in den Darstellenden Künsten 2022 wieder das Vor-Pandemie-Niveau. Auch 2023 setzte sich der Wachstumstrend aus den Vor-Pandemie-Jahren fort (7,4 %).

Umsatz im Markt für Darstellende Künste 2020 – 2023 in Mrd. EUR



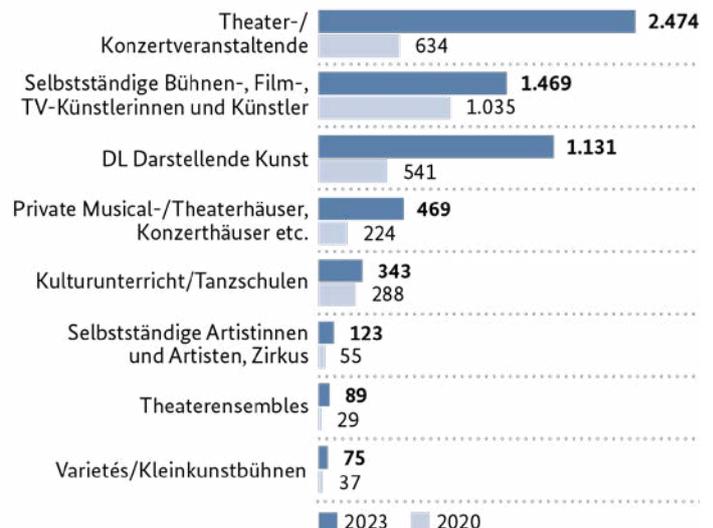
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

### Teilbranchen

Umsatzstärkste Teilbranchen im Markt für Darstellende Künste sind die Theater- und Konzertveranstaltenden (40 %), die selbstständigen Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler (24 %) und die Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellenden Künste (18 %).

Alle Teilbranchen waren stark von der Corona-Pandemie betroffen. In mehreren Teilbranchen brach der Umsatz im Jahr 2020 um mehr als die Hälfte ein. Die Jahre 2021 und 2022 waren von einem starken Erholungsprozess geprägt, der sich ebenfalls durch nahezu alle Teilbranchen zog. Auch 2023 setzt sich die positive Entwicklung in allen Teilbranchen mit Wachstumsraten zwischen 1,6 Prozent (Varietés und Kleinkunsthöfen) und 12,9 Prozent (Dienstleistungen für die Darstellende Kunst) in abgeschwächter Form fort.

Umsätze in den Teilbranchen der Darstellenden Künste 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt den Markt für Darstellende Künste

### Nachhaltige Darstellende Künste

Das Thema Nachhaltigkeit wird im Teilmarkt der Darstellenden Künste längst großgeschrieben. Es gibt bereits Handreichungen, die – angepasst auf den Arbeitsalltag in Theatern, Bühnen und auf Festivals – hilfreiche Fragen und Anleitungen für ökologisches Handeln bieten.<sup>43</sup> Besonders Strom- und Energieeinsparungen sind für Orte der Darstellenden Künste interessant und werden mitunter auch aus ökonomischen Gründen umgesetzt.<sup>44</sup> Zusätzlich werden durch öffentlichkeitswirksame Veran-

staltungen und Aufrufe immer wieder auf Themen wie den Klimawandel und die Herausforderungen in Sachen Nachhaltigkeit aufmerksam gemacht und bundesweit Beschäftigte und Ehrenamtliche in den Darstellenden Künsten miteinbezogen.<sup>45</sup> Die Expertise in Darstellung und Vermittlung macht die Darstellende Kunst zu einer prädestinierten Vermittlerin von komplexen und gesellschaftspolitischen Sachverhalten.

*„Tanzschaffende sind erfolgreich durch die Corona-Zeit gekommen. Tanzproduktionen haben schnell wieder ein großes, diverses Publikum erreicht. Doch aktuell werden Kulturhaushalte und Förderprogramme stark gekürzt, geraten Künstler\*innen in wirtschaftliche Bedrängnis, werden Strukturen abgebaut.“*

Michael Freundt,  
Geschäftsführer, Dachverband Tanz

*„In den Freien Darstellenden Künsten haben sich die Zuschauer\*innen-zahlen verdoppelt. Die Einführung von Mindesthonoraren auf Bundes- und teils auf Länderebene lässt erwarten, dass sich die wirtschaftliche Lage freischaffender Künstler\*innen verbessert. Gleichzeitig ist die Nachfrage nach Förderung gestiegen. Die Haushalte entsprechen dem aktuell noch nicht.“*

Helge-Björn Meyer, Anna Steinkamp,  
Geschäftsführung, Bundesverband  
Freie Darstellende Künste e.V.

43 Vgl. hierzu bspw. den ECO RIDER des Bundesverband Freie Darstellende Künste.

44 Vgl. hierzu bspw. „Checkliste und Handlungsempfehlungen zur Energieeinsparung und zum Notfallplan Gas“ des Deutschen Bühnenvereins und der Deutschen Theater-technischen Gesellschaft.

45 Vgl. hierzu bspw. „Auf die Plätze! Endlich! Los! – Theater-Staffellauf fürs Klima“ des Bundesverband Freie Darstellende Künste.

## Bühnen und Theater als Diskursräume

Bühnen und Theater greifen in ihren Spielplänen Themen auf, die Politik und Gesellschaft bewegen. Dadurch öffnen sie metaphorisch Räume für politische und gesellschaftliche Diskussionen.<sup>46</sup> Der Fokus liegt hierbei auf gesellschaftlichem Zusammenhalt und Teilhabe, die durch die Vermittlung unterschiedlicher Perspektiven und/oder gesellschaftskritische Theaterstücke angeregt werden sollen. Die Darstellenden Künste stellen häufig eine grundlegende Möglichkeit dar, Menschen zu errei-

chen und Zugang zu verschiedenen Sichtweisen zu erhalten. Zusätzlich zu Veranstaltungen und Aufführungen spielt auch der Aspekt kultureller Bildung eine große Rolle. Durch kulturelle Bildung können gegenseitiges Verständnis und Teilhabe gefördert werden. Darstellende Künste bieten durch Projekte wie „Kultur macht stark – Bündnisse für Bildung“ insbesondere Kindern und Jugendlichen eine Anlaufstelle.<sup>47</sup>

„Um Kindern und Jugendlichen ihr Recht auf kulturelle Teilhabe zu ermöglichen, sind die Ticketpreise im Theater für junges Publikum niedrig und die Einnahmen daher gering. Unter teilweise prekären Bedingungen arbeiten Künstler\*innen in dieser Theatersparte, wodurch diese für die Nachwuchsgeneration unattraktiv erscheint.“

ASSITEJ Deutschland –  
darstellende Künste & junges Publikum

„Theater sind Orte der Begegnung und des Diskurses. Sie stehen für eine pluralistische, offene und freie Gesellschaft und zeigen uns, dass wir es sind, die unser Zusammenleben gestalten. Sie ermutigen zur gesellschaftlichen Teilhabe und stärken darüber unsere Demokratie.“

Claudia Schmitz,  
Geschäftsführende Direktorin,  
Deutscher Bühnenverein

46 Eine Beispielveranstaltung ist der Aktionstag „Tanz schafft Zusammenhalt“ am 13.09.2024 in Berlin.

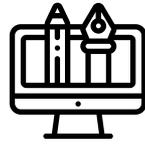
47 Projekt „Kultur macht stark – Bündnisse für Bildung“, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung



lor sit amet, consectetur  
sed diam nonummy niba euismod  
et dolore magna aliquam erat

W

# Designwirtschaft



Umsatz 2023:

**23,4 Mrd. Euro**  
(+2,7 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**57.270**  
(+3,0 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**299.450**  
(+1,9 % ggü. 2022)

## Erwerbstätigkeit in der Designwirtschaft

### Struktur

Mit fast 300.000 Erwerbstätigen ist die Designwirtschaft nach der Software-/Games-Industrie beschäftigungsstärkster Teilmarkt der KKW. Selbstständige (54 %) und angestellt Beschäftigte (46 %) halten sich in der Designwirtschaft die Waage.

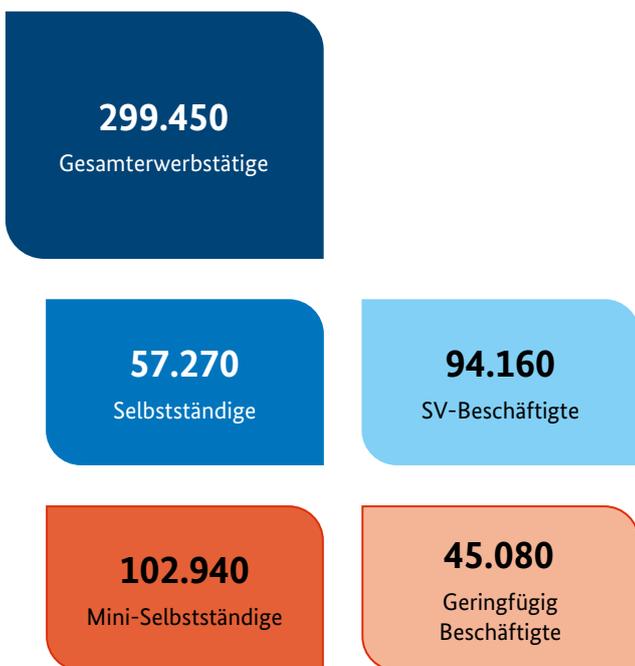
Zu den beschäftigungsstärksten Teilbranchen zählen die Werbegestaltung (39 %), das Grafik- und Kommunikationsdesign (20 %) und die selbstständigen Fotografen (18,3 %).

### Entwicklung

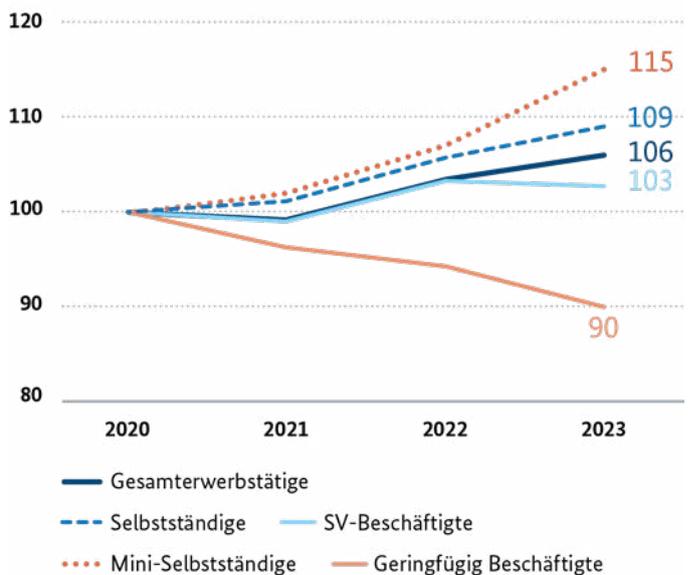
Nach einer leichten Abnahme der Erwerbstätigen um 1,4 Prozent im Jahr 2020 blieb die Beschäftigung in der Designwirtschaft 2021 nahezu konstant (-0,2 %). Ab 2020 nahm die Branche den Wachstumspfad wieder auf und verzeichnete jeweils im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg von 3,7 Prozent im Jahr 2020 und 1,7 Prozent im Jahr 2023.

Kennzeichnend für die Designwirtschaft ist ein anhaltend negativer Entwicklungstrend bei der Gruppe der geringfügig Beschäftigten (2020-2023: -10 %). Ein überdurchschnittlich starkes Wachstum zeigt sich hingegen bei den Mini-Selbstständigen (15 %).

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



### Erwerbstätige in der Designwirtschaft 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021 – 2023.

Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021 – 2023.

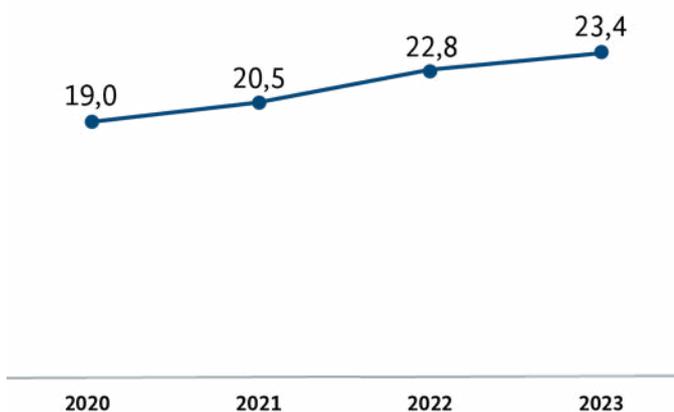
## Umsatz in der Designwirtschaft

### Entwicklung

Die 57.2700 Unternehmen in der deutschen Designwirtschaft erzielten im Jahr 2023 einen Umsatz von 23,4 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 2,7 Prozent.

Nach rückläufigen Umsätzen 2020 konnte die Designwirtschaft ihren Umsatz bereits 2021 wieder deutlich erhöhen und befindet sich seitdem wieder auf Wachstumskurs.

Umsatz in der Designwirtschaft 2020 – 2023 in Mrd. EUR



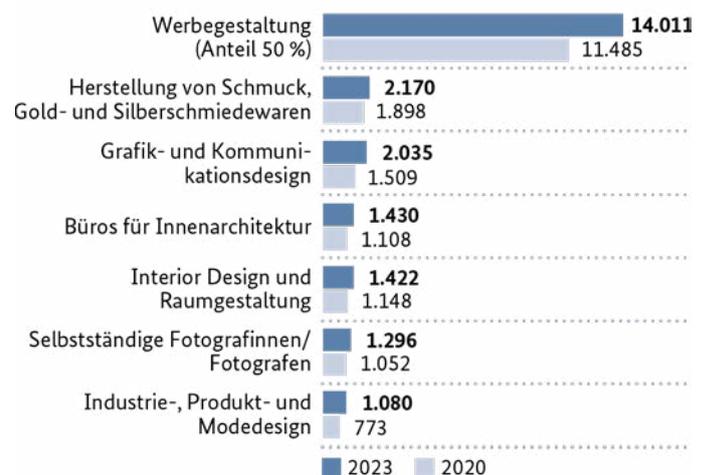
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

### Teilbranchen

Auch wenn die Werbegestaltung nur mit einem Anteil von 50 Prozent in die Designwirtschaft ein- geht, ist diese der mit Abstand umsatzstärkste Bereich der Designwirtschaft. So entfallen 60 Prozent des Gesamtumsatzes der Designwirtschaft auf die Werbegestaltung. Die anderen Teilbranchen tragen mit Anteilen zwischen 4,6 Prozent und 9,3 Prozent zum Umsatz des Teilmarktes bei.

Alle Teilbranchen der Designwirtschaft konnten sich von den Umsatzrückgängen 2020 in den letzten drei Jahren erholen. Die höchsten Wachstumsraten verzeichneten im Zeitraum 2020-2023 die Teilbranchen Industrie-, Produkt-, Modedesign (+40 %), Grafik- und Kommunikationsdesign (+35 %) und die Büros für Innenarchitektur (+29 %).

Umsätze in den Teilbranchen der Designwirtschaft 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt die Designwirtschaft?

### Künstliche Intelligenz und Design

Auch die Designwirtschaft sieht sich mit Veränderungen mit und durch die Möglichkeiten von generativer Künstlicher Intelligenz (KI) konfrontiert. Einerseits befähigen KI-Tools, ohne intensive Einarbeitung oder technisches Know-how, visuelle Produkte wie Bilder oder Videos zu erschaffen, und ermöglichen mehr Menschen dadurch, Designs zu produzieren. Andererseits sind urheberrechtliche Fragen über die Trainingsdaten für generative Künstliche Intelligenzen noch ungeklärt und werden öffentlich diskutiert. Welche Ansprüche an die

Qualität und Quantität von Designprodukten in Zukunft gestellt werden, spielt ebenfalls eine entscheidende Rolle bei der Anwendung von KI und beeinflusst auch die zukünftige Ausgestaltung von designbezogenen Berufen in der Branche. Ein zusätzlicher wichtiger Faktor ist die Zugänglichkeit zu den Tools und Trainingsdaten. Zuverlässige KI-Anwendungen zur Generierung von Bildern sind meist kostenpflichtig und entsprechend weniger leicht zu beschaffen.

PSUM

*„Die KI wird die Modeindustrie trotz zahlreicher Gefahren und Risiken grundlegend verändern, indem sie nachhaltige Produktionsmethoden vorantreibt. Durch automatisierte Fertigung und intelligente Materialien kann der ökologische Fußabdruck der Modebranche verringert werden. Gefahren wie auch Chancen sehen wir in den durch KI unterstützten Kreativprozessen.“*

Fashion Council Germany e.V.

*„DIY by AI: Traditionelle Aufgaben der Designwirtschaft werden zunehmend von Auftraggebern selbst übernommen. So problematisch dies für viele Designer:innen ist, birgt es auch eine große Chance: Endlich die deutlich erweiterte Bandbreite heutiger Designleistungen ins Bewusstsein zu heben: Strategie, Consulting, Methodik.“*

Boris Kochan, Präsident, Deutscher Designtag

## Kreislauffähiges Design

Durch eine erhöhte Nachfrage auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher nach nachhaltigen Produkten, wie Kleidung, beschäftigt sich die deutsche Designwirtschaft vermehrt mit dem Thema Nachhaltigkeit. Die bisherigen Auswirkungen der Design- und vor allem der Modeindustrie in Deutschland auf die Umwelt sind vielfältig und intensiv. So lagen die Treibhausgasemissionen der deutschen Modeindustrie bei insgesamt 38 Mio. Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr 2019, wovon die ausgelagerte Produktion von Stoffen, Färbung und Nähen von Kleidung im Ausland für den deutschen Mode-

markt etwa 90 Prozent erzeugte.<sup>48</sup> Im Bereich der Stromnutzung lag der Verbrauch durch direkte Produktion und Lieferketten in der deutschen Modeindustrie bei 535.000 Terajoule im Jahr 2019. Der Fashion Council Germany e.V. zieht hier den Vergleich zum gesamten Jahresverbrauch der Niederlande im Jahr 2018, der etwa 510.000 Terajoule entsprach.<sup>49</sup> Diese und weitere Eckdaten zu den Umweltauswirkungen der Modeindustrie machen deutlich, dass das Thema Nachhaltigkeit eine große Herausforderung für den Teilmarkt und insbesondere die Modebranche darstellt.

*„Die deutsche Designwirtschaft erlebt einen Wandel, da Endverbraucher:innen zunehmend nachhaltige Produkte bevorzugen. Dieser Trend fördert Innovation und ökologische Verantwortung in der Branche. Unternehmen sind umso mehr gezwungen, ihre Produktionsprozesse zu überdenken und umweltbewusste Alternativen zu integrieren.“*

Fashion Council Germany e.V.

*„Immer mehr Unternehmen erkennen die Chancen der Kreislaufwirtschaft. Dafür wenden sie sich aktiv der Wirkkraft des Designs zu. Als Verband der designorientierten Industrie, in dem sich heute über 330 Unternehmen mit dem Bekenntnis zur strategischen Kraft des Designs assoziiert haben, fördern wir daher Circular Design als Lösungstreiber.“*

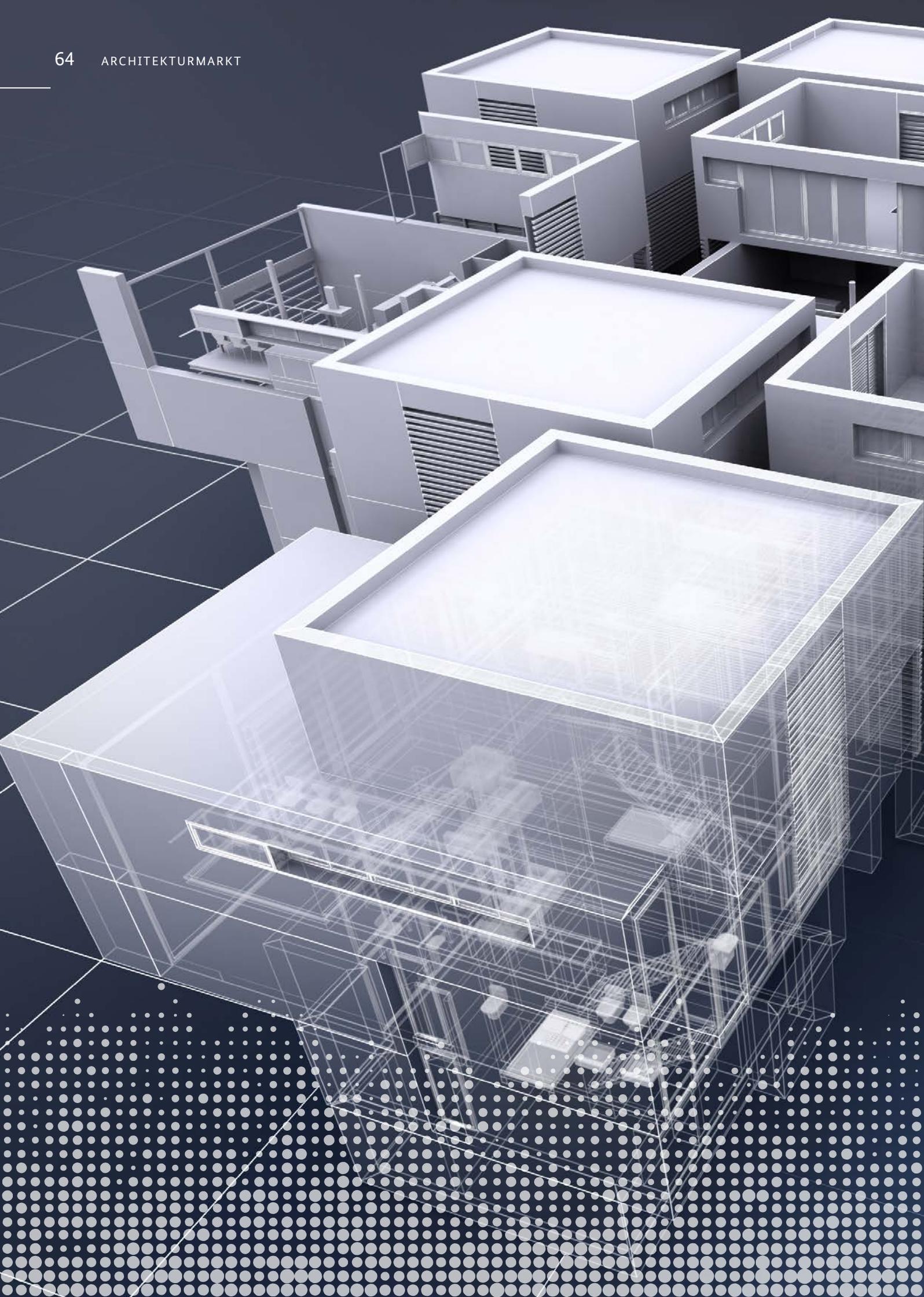
Lutz Dietzold,  
CEO, German Design Council

REM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad

48 Oxford Economics (2022)

49 Oxford Economics (2022)



# Architekturmarkt



Umsatz 2023:

**14,6 Mrd. Euro**  
(+3,6 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**34.580**  
(-0,7 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**182.120**  
(-0,6 % ggü. 2022)

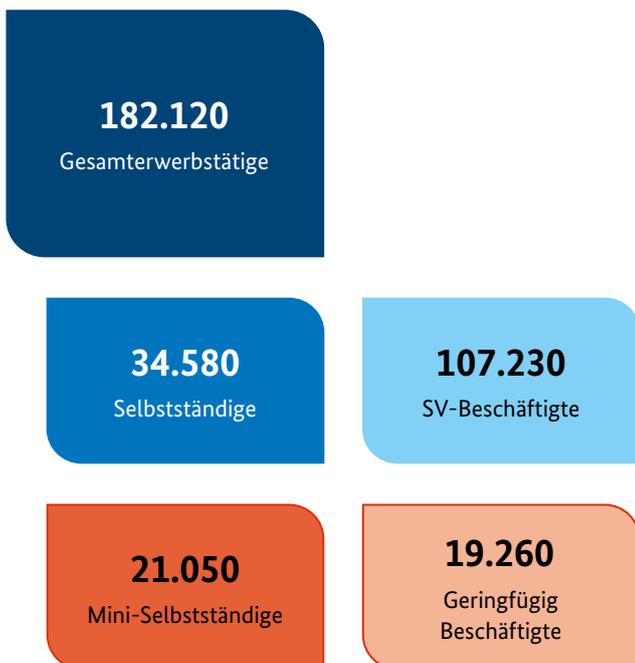
## Erwerbstätigkeit im Architekturmarkt

### Struktur

Im deutschen Architekturmarkt arbeiten rund 182.120 Erwerbstätige. Kennzeichnend für die Erwerbstätigenstruktur ist der hohe Anteil an angestellt Beschäftigten (70 %), von denen die Mehrheit sozialversicherungspflichtig beschäftigt ist.

Der Teilmarkt wird dominiert von den Architekturbüros für Hochbau, in denen 70 Prozent der Erwerbstätigen tätig sind.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



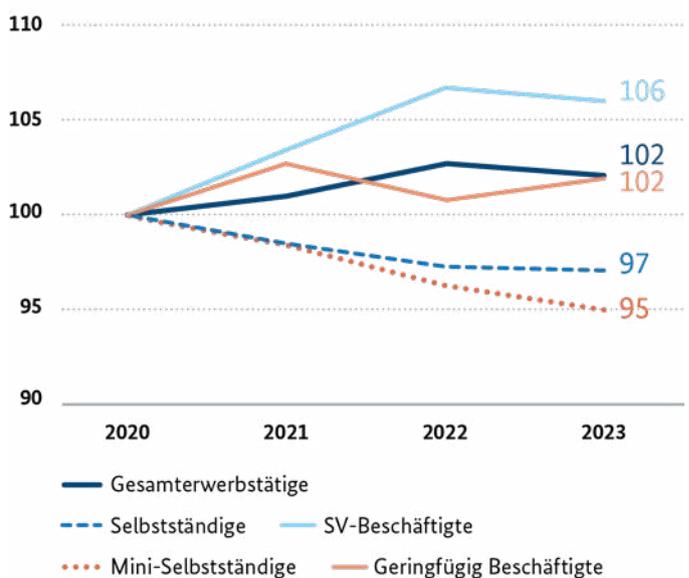
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

### Entwicklung

Während die Corona-Pandemie kaum Auswirkungen auf den Architekturmarkt hatte, führten die gestiegenen Baukosten und Zinsen, Projektabsagen sowie eine sich abschwächende Nachfrage im Jahr 2023 zu einem leichten Rückgang der Erwerbstätigenzahl (-0,6 %).

Im Gesamtzeitraum 2020-2023 zeigt sich ein rückläufiger Trend bei den Selbstständigen und Mini-Selbstständigen, während die Zahl der angestellt Beschäftigten im gleichen Zeitraum tendenziell gewachsen ist. Dies ist u.a. darauf zurückzuführen, dass Architekturbüros tendenziell größer werden und mehr Angestellte beschäftigen.

### Erwerbstätige im Architekturmarkt 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

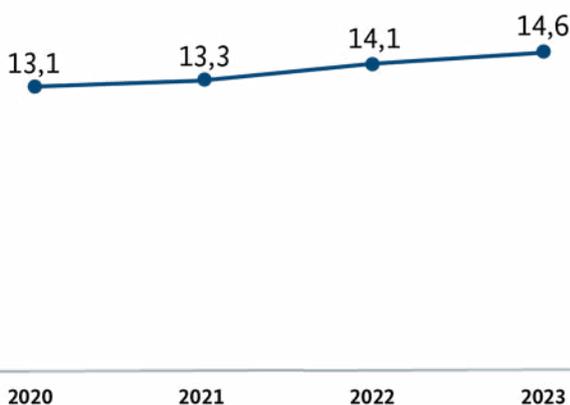
## Umsatz im Architekturmarkt

### Entwicklung

Die 34.580 Unternehmen im Architekturmarkt erwirtschafteten im Jahr 2023 rund 14,6 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 3,6 Prozent.

Der Architekturmarkt verzeichnete im Gegensatz zu vielen anderen Teilmärkten während der Pandemie keinen Umsatzrückgang. Im Architekturmarkt stieg der Umsatz von 2019 auf 2020 sogar (+4 %). Auch in den Folgejahren war die Umsatzentwicklung mit Wachstumsraten zwischen 1,2 Prozent (2021) und 5,9 Prozent stets positiv.

Umsatz im Architekturmarkt 2020 – 2023 in Mrd. EUR

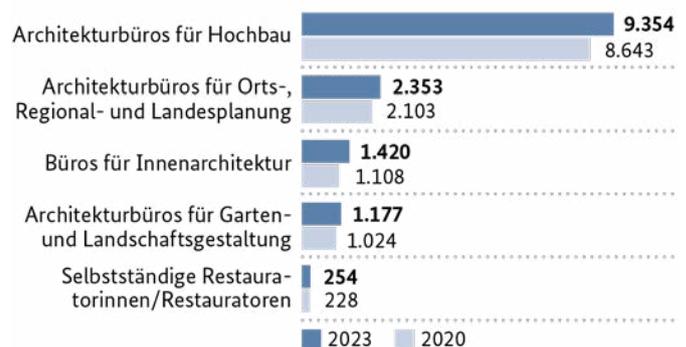


### Teilbranchen

Fast zwei Drittel des Umsatzes (64 %) im Teilmarkt wurde 2023 von den Architekturbüros für Hochbau generiert. Mit deutlichem Abstand folgen mit einem Anteil von 16 Prozent am Gesamtumsatz die Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung.

Kennzeichnend für den Architekturmarkt ist, dass die Umsätze im Zeitraum 2020 bis 2023 in allen Teilbranchen kontinuierlich gestiegen sind. Das höchste Umsatzwachstum 2020-2023 verzeichnen die Büros für Innenarchitektur mit 28,1 Prozent. An zweiter Stelle folgen die Architekturbüros für Landschafts- und Gartengestaltung mit 14,9 Prozent. Mit einem Umsatzplus von 8,2 Prozent im Zeitraum 2020 bis 2023 wiesen die Architekturbüros für Hochbau die niedrigsten Zuwächst auf.

Umsätze in den Teilbranchen des Architekturmarkts



## Was bewegt den Architekturmarkt?

### Gebäudetyp E

Um mehr bezahlbaren Wohnraum zu schaffen und gestiegenen Bau- und Materialkosten zu begegnen, veröffentlichte das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) im Juli 2024 die „Leitlinie und Prozessempfehlung Gebäudetyp E“. Diese beinhaltet Empfehlungen für den sogenannten Gebäudetyp E, der sicherheitsrelevanten Standards nach wie vor entspricht, aber die Möglichkeit gibt, auf kostenintensive Standards, die lediglich zusätzlichem Komfort dienen, zu verzichten.<sup>50</sup> Dabei wird die Qualität des Gebäudes

aufrechterhalten, aber es werden diejenigen Maßnahmen frei wählbar, die bisher den Bau möglicherweise verlangsamt oder verkompliziert und damit meist verteuert haben. Beispielsweise kann die Anzahl von den bisher standardmäßig vorgesehenen 46 Steckdosen in einer Dreizimmerwohnung, laut der Leitlinie, je nach Bedarf reduziert werden. So werden Material und Kosten gespart. Im Herbst 2024 stimmte das Bundeskabinett einem Gesetzentwurf zur zivilrechtlichen Erleichterung des Gebäudebaus (Gebäudetyp-E-Gesetz) zu.

„Unsere kammereigenen Befragungen verbreiten auch in konjunkturell schwierigen Zeiten Zuversicht: Unsere Umfrage im ersten Halbjahr 2024 unter selbstständigen Architekten zeigt, dass die Mehrheit der Büros ausgelastet ist und trotz Projektpausen und schwierigerer Auftragsakquisition der Auftragsbestand im Schnitt für ein weiteres halbes Jahr reicht. Kaum jemand sieht seine Selbstständigkeit in Gefahr.“

Dr. Philip Steden,  
Referatsleiter für nationale und  
internationale Wirtschaftspolitik,  
Bundesarchitektenkammer e.V.

## Digitale Gebäudeplanung und -management

Künstliche Intelligenz (KI), digitale Gebäudezwillinge und Building Information Modeling (BIM) sind drei Stichworte, die die Branche u. a. beschäftigen. Es handelt sich um digitale Formate, die die Planung, Wartung und Bewirtschaftung von Gebäuden betreffen. Digitale Gebäudezwillinge sind virtuelle Abbilder von existierenden Gebäuden bzw. geplanten Bauten und deren Innerem. Durch den digitalen „Überblick“ über die Immobilie können Energie-, Strom-, aber auch Gebäudemanagement kontrolliert und ggf. nachhaltig angepasst werden. Dies bezieht sich sowohl auf Neubauten als auch auf bestehende Immobilien.<sup>51</sup> Beim BIM handelt es sich um eine Arbeitsmethode, die digital stattfindet und die den Planungsprozess eines Gebäudes erleichtert. Durch die digitale Erfassung und Modellierung eines Bauwerks sowie die Syn-

chronisation der Arbeitsschritte an dem Modell und die damit verbundene Verfügbarkeit aller relevanten Daten für alle Planungsbeteiligten kann der Planungsprozess vereinfacht und effizienter gestaltet werden.<sup>52</sup> Eine Schulung zur Einführung des BIM ist durch die Komplexität allerdings notwendig. Die Verwendung von generativer Künstlicher Intelligenz bietet in beiden Formaten Möglichkeiten, die beschriebenen Prozesse noch weiter zu automatisieren. In welchem Ausmaß KI hierbei Anwendung findet, werden Praxiserfahrungen in der Branche zeigen. Alle drei Formate bieten außerdem Potenziale für mehr Nachhaltigkeit in der Architektur durch eine erhöhte Planung und Kontrolle über den Ressourcenverbrauch von Gebäuden.



*„Die Aufgaben der Architekten werden zukünftig und trotz KI eher mehr: Komplexer werdendes Bauwesen, Nachhaltigkeitsberichterstattung, LCA (life cycle assessment), digitale Gebäudelogbücher und -zwillinge sind perspektivisch neue Aufgaben, neben fast schon traditionellen Tätigkeitsfeldern wie der Nachhaltigkeits-transformation des Gebäudebestands, dem wieder anziehenden (sozialen) Wohnungsbau und dem barriere-freien Bauen.“*

Dr. Philip Steden,  
Referatsleiter für nationale und  
internationale Wirtschaftspolitik,  
Bundesarchitektenkammer e. V.

51 Réhault (2023)

52 Bundesarchitektenkammer (2024)



ZEITUNG  
DEUTSCHLAND

KAUBE, BERLIN

ENGRU

eh

H

ro

hen für  
S

GRUPPE

sterin

en Dive  
Sinn

f Ach

R  
FÜR  
VEMBER



burg-  
Die  
Z  
zeitung

nten st  
stes Ja  
zu 2 P

hl  
das  
in la  
Zell  
g. Die Renten  
den Jahr m  
2,0 Prozent  
der ein biss  
Das gab  
sicherung  
rg bekannt  
fürte dor  
und 2,0 P  
n die Rent  
ds in die  
in We

roß-U  
on Orbán

ge

BER 2016

nten lib  
Trump

N DE

O

LAND ME

ER 201

Titel

# Pressemarkt



Umsatz 2023:

**26,2 Mrd. Euro**  
(-1,0 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**26.080**  
(-0,4 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**202.990**  
(-4,5 % ggü. 2022)

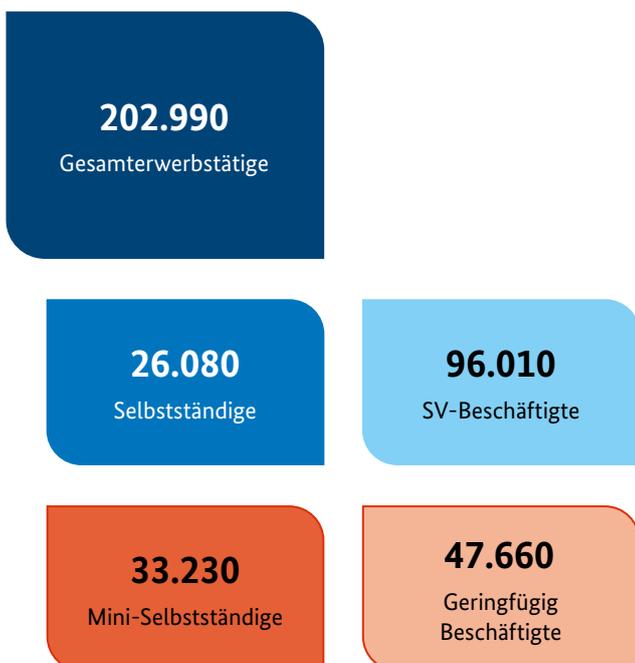
## Erwerbstätigkeit im Pressemarkt

### Struktur

Der deutsche Pressemarkt zählte im Jahr 2023 rund 202.990 Erwerbstätige. 71 Prozent der Erwerbstätigen waren in einem angestellten Arbeitsverhältnis. Damit gehört der Pressemarkt zu den Teilmärkten, in denen Angestellte deutlich stärker als Selbstständige vertreten sind.

Mehr als die Hälfte (55 %) der Erwerbstätigen arbeitet im Verlagsgewerbe. Weitere 20 Prozent sind selbstständige Journalistinnen und Journalisten.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



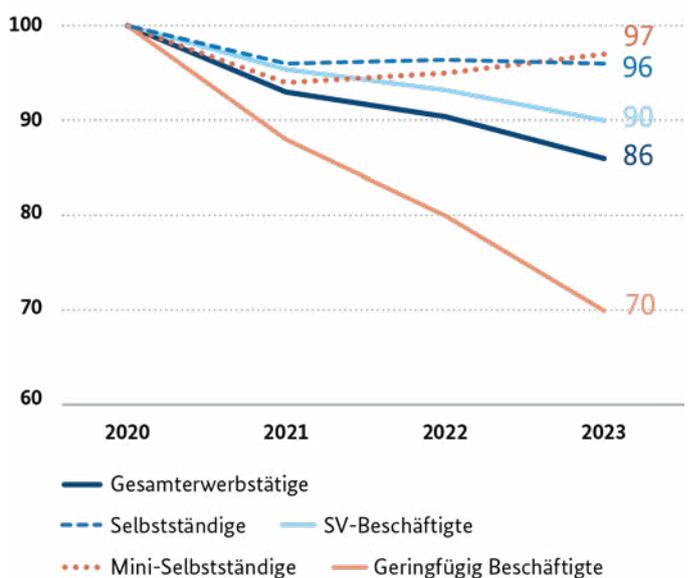
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

### Entwicklung

Der Pressemarkt befindet sich seit Jahren in einem tiefgreifenden Strukturwandel (u. a. Verlagerung Print- zu Digitalgeschäft, Abnahme klassische Abonnements, hohe Kostensteigerungen). Dies schlägt sich in stetig sinkenden Erwerbstätigenzahlen, und zwar über alle Erwerbsformen hinweg, nieder. Im Zeitraum 2020 bis 2023 ist die Zahl der Erwerbstätigen im Pressemarkt um 13,8 Prozent gesunken. Damit setzt sich der negative Trend aus den Vorjahren weiter fort.

Besonders stark fiel der Rückgang bei den geringfügigen Beschäftigten aus (2020–2023: -30 %). Hinsichtlich der Teilbranchen war das Verlagswesen mit einem Abbau der Erwerbstätigkeit von -19,2 Prozent im Zeitraum 2020 bis 2023 am stärksten betroffen.

### Erwerbstätige im Pressemarkt 2020–2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

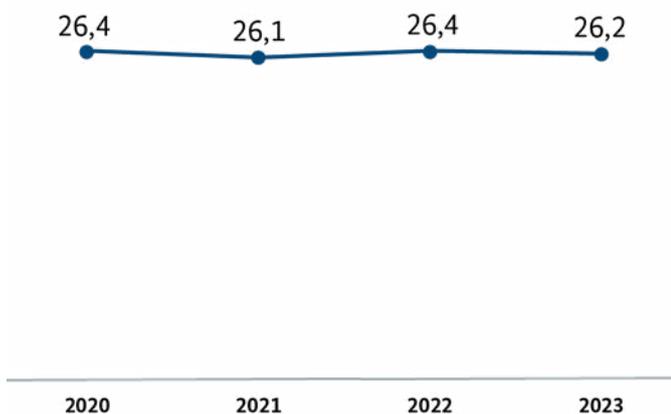
## Umsatz im Pressemarkt

### Entwicklung

Im Pressemarkt erzielten die 26.080 Unternehmen im Jahr 2023 einen Umsatz von 26,2 Mrd. Euro. Der Pressemarkt zählte damit zu den drei umsatzstärksten Teilmärkten der KKW in Deutschland. Im Vergleich zum Vorjahr sank der Umsatz im Jahr 2023 um ein Prozent.

Damit setzt sich auch 2023 der seit Jahren anhaltende Abwärtstrend bei den Umsätzen fort. Der Absatz von gedruckten Zeitungsaufgaben sinkt stetig. Digitale Angebote und Ausgaben gewinnen an Auflage, können die Verluste im Printgeschäft aber nicht gänzlich kompensieren.

### Umsatz im Pressemarkt 2020–2023 in Mrd. EUR



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

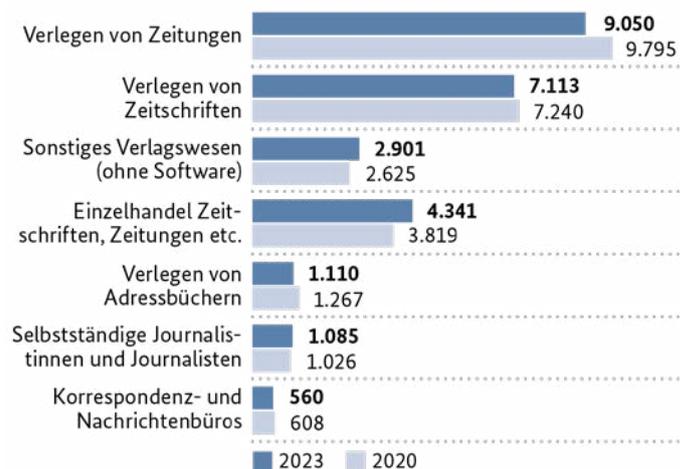
### Teilbranchen

Mehr als drei Viertel der Umsätze im Pressemarkt werden im Verlagswesen generiert. Damit dominiert das Verlagswesen den Pressemarkt: Schwerpunkte bildeten 2023 das Verlegen von Zeitungen (35 %) und das Verlegen von Zeitschriften (27 %).

Im Zeitraum 2020 bis 2023 waren die Umsatzverluste bei den Verlegern von Adressbüchern und Verzeichnissen (-12,4 %), den Zeitungsverlagen (-7,6 %) und den Korrespondenz- und Nachrichtebüros (-8,0 %) besonders hoch.

Ein Umsatzwachstum im Zeitraum 2020 bis 2023 erreichte das sonstige Verlagswesen (+8,0 %), die selbstständigen Journalistinnen und Journalisten (+5,8 %) sowie der Einzelhandel mit Zeitungen und Zeitschriften (13,7 %).

### Umsätze in den Teilbranchen des Pressemarkts 2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt den Pressemarkt?

### Nutzung von Künstlicher Intelligenz

Auch in der Presse ist die Nutzung von generativer Künstlicher Intelligenz (KI) ein aktuelles Thema. Die brancheninternen Diskussionen in diesem Kontext sind geprägt von Fragen rund um Urheberrechtsschutz, die Verwendung von Trainingsdaten und deren Qualität sowie das Vertrauen in KI-generierte Inhalte.<sup>53</sup> Zugleich bietet die Anwendung von KI in der Pressearbeit ebenfalls die Chance, durch Automatisierung von Vermarktung

oder Routineaufgaben Arbeiten zu erleichtern und Journalistinnen und Journalisten mehr Zeit für Interviews oder intensive Recherchen zu verschaffen.<sup>54</sup> Für die bestmögliche Nutzung von KI als Unterstützung in Verlagen und Redaktionen sind Vorbereitungen notwendig, die über gutes Prompting, also eine präzise Aufgabenformulierung an die KI, hinausgehen und Umstrukturierungen von Arbeitsprozessen beinhalten.<sup>55</sup>

*„Die Künstliche Intelligenz hat auf alle Bereiche der Medienwirtschaft Auswirkungen, womöglich gravierende. Als Deutschlands größte Journalistenorganisation kommt es für uns darauf an, dass KI keinesfalls zum Abbau qualifizierter Arbeitsplätze in den Redaktionen genutzt wird. Es gilt, über bereits bestehende Regelwerke des Gesetzgebers hinaus Leitplanken einzuziehen, damit KI wirklich nur da zum Einsatz kommt, wo es als Unterstützung des Journalismus dienen kann.“*

Hendrik Zörner,  
Pressesprecher, Deutscher  
Journalisten-Verband e.V.

*„Kostenlose Wochenzeitungen werden bundesweit von rund 50 Mio. Menschen gelesen. Auflagenrückgänge betreffen verstärkt ländliche Regionen, wo Zustellkosten nicht mehr abgebildet werden können und somit Versorgungslücken drohen. Derzeit existiert aus Sicht des BVDA keine wirtschaftlich tragfähige, digitale Alternative für kostenlosen Lokaljournalismus.“*

Dr. Jörg Eggers,  
Hauptgeschäftsführer,  
Bundesverband kostenloser  
Wochenzeitungen BVDA

53 Deutscher Journalisten-Verband (2024)

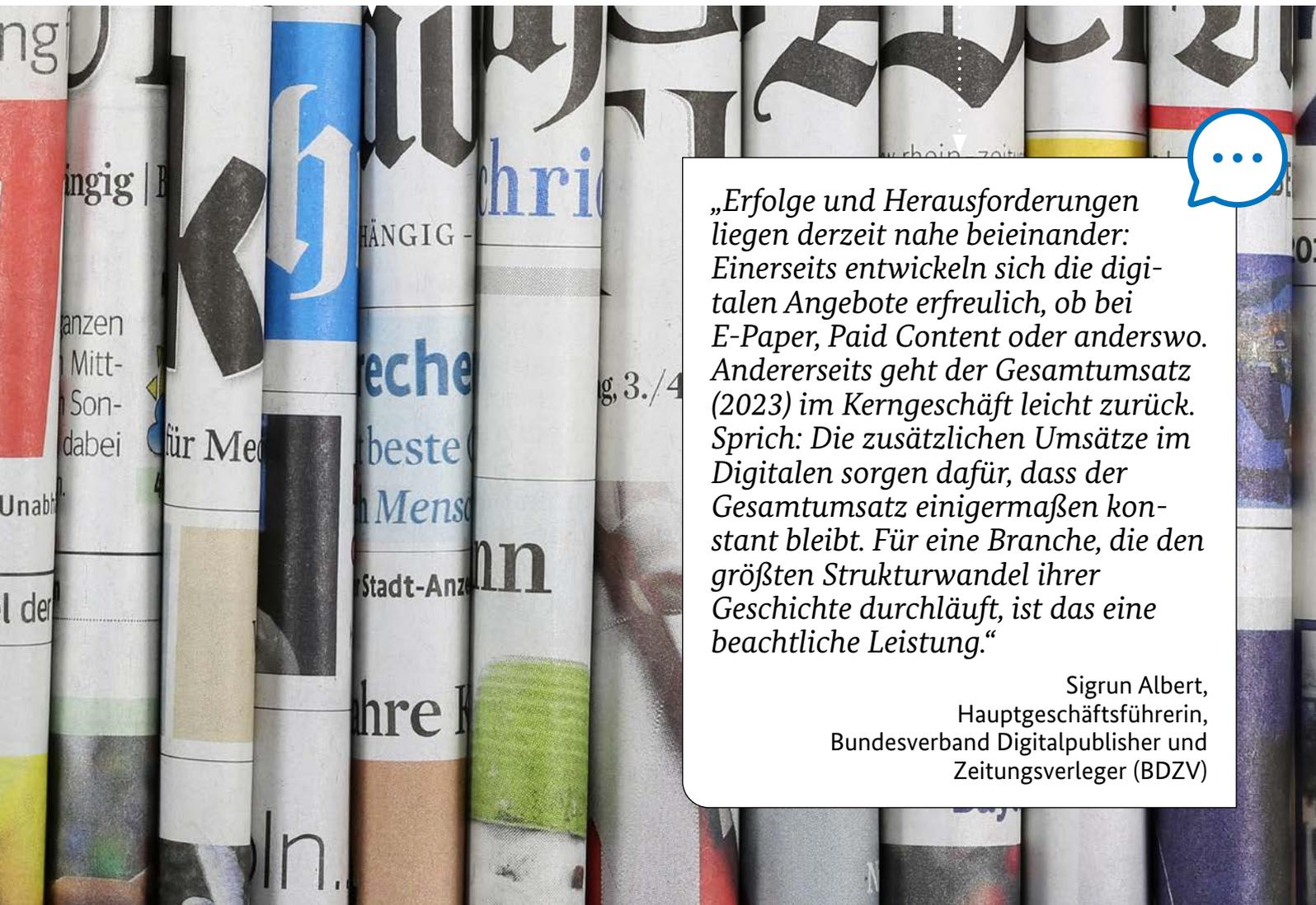
54 Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen (2024)

55 Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2024)

## Gesetz zur Stärkung der Barrierefreiheit

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) existiert bereits seit 2021 und besagt, dass bestimmte Produkte und Dienstleistungen ab dem 28. Juni 2025 barrierefrei hergestellt oder angeboten werden müssen.<sup>56</sup> Dies betrifft u. a. den Pressemarkt insbesondere durch die Veröffentlichung von Artikeln und Texten online. Hier muss in Zukunft darauf geachtet werden, dass die Webseite barrierefrei genutzt werden kann. Dies betrifft bspw. den Farbkontrast zwischen Schrift und Hintergrund,

die Möglichkeit, sich die Webseiteninhalte mit einem Screenreader vorlesen zu lassen, aber auch alternative Beschreibungen von Bildern oder Grafiken für Menschen mit Sehbehinderung.<sup>57</sup> Zusätzlich sind sogenannte CAPTCHA-Teste, die die Verwendung von Webseiten durch Bots verhindern sollen, häufig nicht barrierefrei und müssen umgestaltet werden. Durch das Inkrafttreten des Gesetzes im Jahr 2025 sind Anpassungen in Onlineredaktionen notwendig.



„Erfolge und Herausforderungen liegen derzeit nahe beieinander: Einerseits entwickeln sich die digitalen Angebote erfreulich, ob bei E-Paper, Paid Content oder anderswo. Andererseits geht der Gesamtumsatz (2023) im Kerngeschäft leicht zurück. Sprich: Die zusätzlichen Umsätze im Digitalen sorgen dafür, dass der Gesamtumsatz einigermassen konstant bleibt. Für eine Branche, die den größten Strukturwandel ihrer Geschichte durchläuft, ist das eine beachtliche Leistung.“

Sigrun Albert,  
Hauptgeschäftsführerin,  
Bundesverband Digitalpublisher und  
Zeitungsverleger (BDZV)

<sup>56</sup> Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2021)

<sup>57</sup> Bundesfachstelle Barrierefreiheit (2022)



# Werbemarkt



Umsatz 2023:

**34,0 Mrd. Euro**  
(+2,6 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**24.980**  
(-0,2 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**254.790**  
(-1,8 % ggü. 2022)

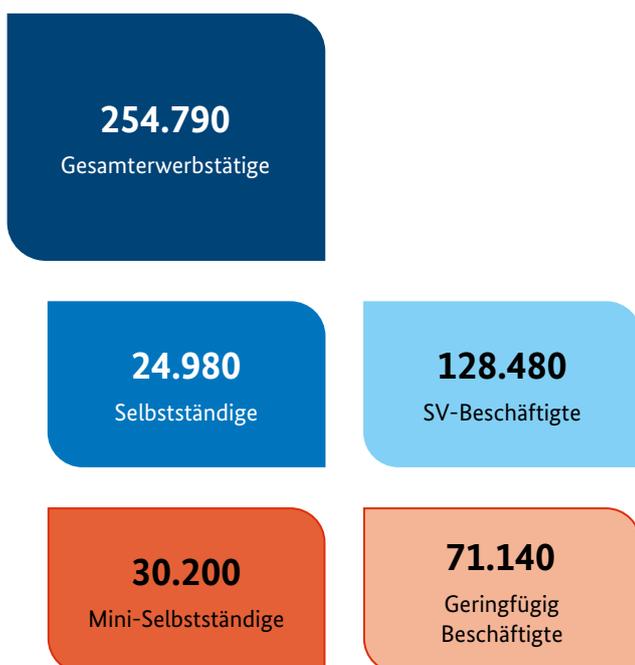
## Erwerbstätigkeit im Werbemarkt

### Struktur

Im Werbemarkt waren 2023 254.790 Erwerbstätige beschäftigt. Die Hälfte der Erwerbstätigen war sozialversicherungspflichtig beschäftigt, weitere 28 Prozent geringfügig beschäftigt. Damit dominieren im Werbemarkt die angestellten Beschäftigungsverhältnisse.

92 Prozent der Erwerbstätigen sind in Werbeagenturen bzw. im Bereich der Werbegestaltung tätig. Die übrigen acht Prozent arbeiten in der Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und -flächen.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



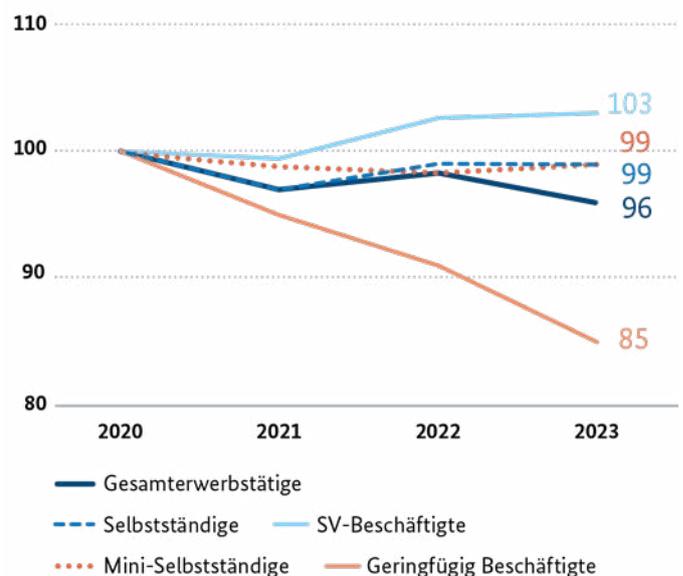
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

### Entwicklung

Die Situation im Werbemarkt ist seit Jahren von Herausforderungen geprägt, so dass die Zahl der Erwerbstätigen in den letzten Jahren stetig gesunken ist. Insgesamt ging im Zeitraum 2020 bis 2023 die Erwerbstätigkeit um 3,5 Prozent zurück.

In Abhängigkeit von der Erwerbsform lief die Entwicklung unterschiedlich: Deutlich rückläufig ist die Zahl der geringfügig Beschäftigten, die im Zeitraum 2020 bis 2023 um 15 Prozent gesunken ist. Ein gegenläufiger Trend ist bei den sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten zu verzeichnen, deren Zahl sich im Zeitraum 2020 bis 2023 um knapp drei Prozent erhöht hat. Die Zahl der Selbstständigen und Mini-Selbstständigen blieb hingegen annähernd stabil.

### Erwerbstätige im Werbemarkt 2020–2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

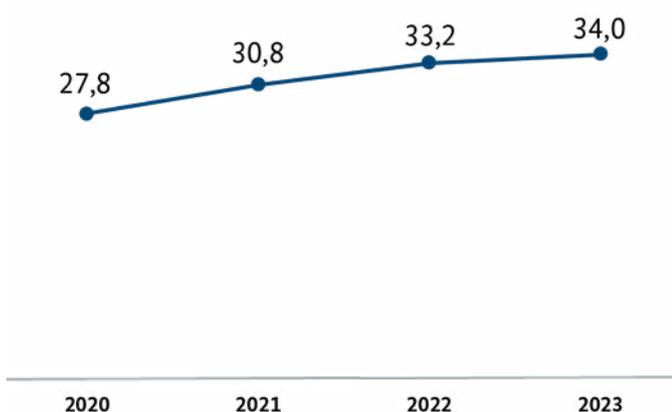
## Umsatz im Werbemarkt

### Entwicklung

Die 24.980 Unternehmen in der deutschen Werbe-wirtschaft erwirtschafteten im Jahr 2023 einen Umsatz in Höhe von 34,0 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 2,6 Prozent.

Im Gegensatz zu den Erwerbstätigenzahlen haben sich die Umsätze im Zeitraum 2000 bis 2023 kontinuierlich erhöht. Insgesamt verzeichnete der Werbemarkt im Zeitraum 2020 bis 2023 ein Umsatz-plus von 2,8 Prozent und lag damit annähernd wieder auf dem Niveau von Vor-Pandemie-Niveau.

Umsatz im Werbemarkt 2020–2023  
in Mrd. EUR



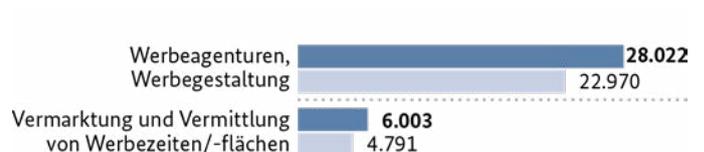
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

### Teilbranchen

In den beiden Teilbranchen des Werbemarkts kann analog zum gesamten Werbemarkt ein Wachstum des Umsatzes seit 2020 verzeichnet werden. Der Umsatz der Werbeagenturen wuchs um 22 Prozent, die Umsätze im Bereich Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und -flächen um 25 Prozent.

Zu beobachten ist, dass sich die Agenturen konsolidieren und vermehrt zusammenschließen. Die Kürzung der Werbebudgets bei Unternehmen aufgrund der schwieriger werdenden wirtschaftlichen Lage macht sich bemerkbar.

Umsätze in den Teilbranchen des Werbemarktes  
2020 und 2023 in Mio. Euro



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt den Werbemarkt?

### Fachkräftemangel bei Werbeagenturen

Insbesondere Werbeagenturen sind in der Werbewirtschaft von dem Mangel an Fachkräften betroffen. Etwa die Hälfte der Mitglieder des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft gibt an, dass ein großer Fachkräftemangel herrscht.<sup>58</sup> Zugleich wurden neue Mitarbeitende für die Anwendung von generativer Künstlicher Intelligenz (KI) in den Agenturen eingestellt, um dem Fachkräftemangel durch Automatisierungen von Teilarbeitsprozessen entgegenzuwirken.<sup>59</sup> Es herrscht ebenfalls ein

Mangel an Personal in weiteren Bereichen der Kommunikation, in der Öffentlichkeitsarbeit sowie in den Medien. Die Lücke, die durch fehlendes Personal entsteht, wird zum Teil durch Selbstständige bzw. Freelancerinnen und Freelancer abgedeckt, stellt die betroffenen Unternehmen aber dennoch vor Herausforderungen wie neues Recruiting und den Umgang mit den Kapazitätsgrenzen der Mitarbeitenden.



*„Im Bereich der Online-Werbung wird deutlich: Die Schere im Werbeträgermarkt geht immer weiter auseinander. Die Nettomarktanteile der Werbeträger trenden weiterhin klar in Richtung Digitales. Doch gerade im Bereich digitaler Werbung sind es einzelne Plattformen, die aus ihrer dominanten Marktstellung und einseitigen Regelsetzung heraus Wettbewerbsverzerrungen erzeugen, die die Vielfalt der Medienlandschaft in Frage stellen.“*

Dr. Bernd Nauen,  
Hauptgeschäftsführer, Zentralverband  
der deutschen Werbewirtschaft e.V.

58 Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. (2024)

59 Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. (2024)

## Künstliche Intelligenz und Werbung

Erwartungsgemäß beeinflussen die zunehmenden Angebote von Anwendungen generativer Künstlicher Intelligenz (KI) auch den Werbemarkt. Gerade Text-zu-Bild-Tools sind hier einsetzbar und stellen Werbeunternehmen zugleich vor die Herausforderung, in den Bildern keine diskriminierenden Vorurteile aufgrund der Zusammensetzung der verwendeten Trainingsdaten entstehen zu lassen.<sup>60</sup> Zudem spielt auch hier der Schutz des Urheberrechts in den Trainingsdaten eine große und viel

diskutierte Rolle. Neben diesen Debatten ist auch die Vergütung von Dienstleistungen durch den Einsatz von KI noch klärungsbedürftig. Die Beschleunigung durch die Automatisierung bestimmter Arbeitsprozesse bedeutet auch, Dienstleistungsabrechnungen ggf. nicht mehr in Stunden, sondern mit anderen Maßstäben abzurechnen.<sup>61</sup> Brancheninterne Abstimmungen und Austausch finden dazu bereits statt.

*„Das Thema Künstliche Intelligenz ist natürlich auch in der Agenturbranche ein wesentlicher Treiber für Veränderungen. Die Agenturen haben hier in sehr kurzer Zeit tiefes Know-how aufgebaut, das sie zum einen für interne Effizienzgewinne als auch extern für neue Angebote an ihre Auftraggeber nutzen.“*

Larissa Pohl,  
Präsidentin Gesamtverband  
Kommunikationsagenturen e.V.

*„KI, zumal generative AI, ist die denkbar größte Effizienzmaschine für die Produktion von werbewirtschaftlichen Produkten, insbesondere auf Agentur- und Produktionsebene. Das ist durchaus positiv zu bewerten, sofern die menschengemachte Idee und Kreativität hierdurch nicht ersetzt, sondern durch neue Instrumente angereichert wird. Dies wird im werbewirtschaftlichen Arbeitsmarkt Spuren hinterlassen.“*

Dr. Bernd Nauen,  
Hauptgeschäftsführer, Zentralverband  
der deutschen Werbewirtschaft e.V.

60 Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA (2024)

61 Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA (2024)

```
is None:
    raise Exception("Input language
return None
    out = self.parseInputToLanguage
parsedInput or not self.model:
    return None
    .append(parsedInput) # Add n
    (self.model.generateLLMOutp

class InputToLanguageModel(inputS
self.model is None or self.m
# LLM is not initialised or
self.model = self.loadAIL
if self.model is None or
    raise Exception("AI
    return None
self.model.setLLMContext(
self.model.setLLMContext(
self.model.setLLMContext(
```

# Software-/Games-Industrie



Umsatz 2023:

**72,2 Mrd. Euro**  
(+10,7 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**45.350**  
(+3,9 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

**685.100**  
(+4,6 % ggü. 2022)

## Erwerbstätigkeit in der Software-/Games-Industrie

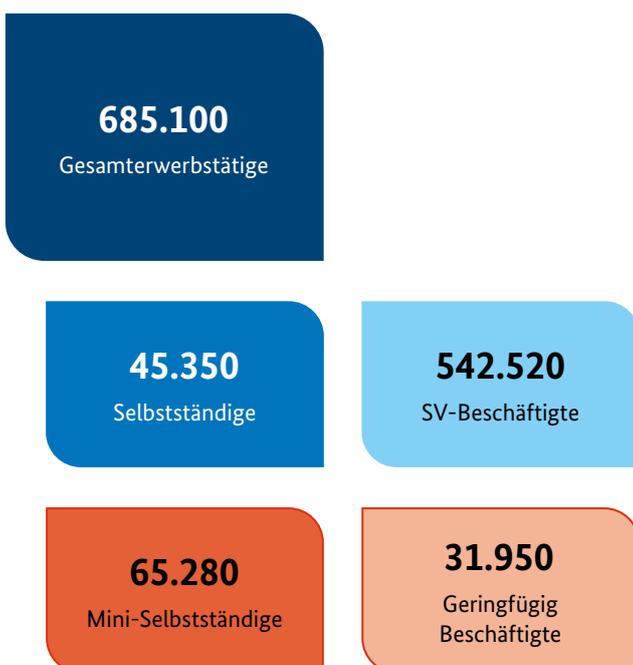
### Struktur

Mit 685.100 Erwerbstätigen ist die Software-/Games-Industrie der mit Abstand beschäftigungsstärkste Teilmarkt der KKW. Fast ein Drittel der Erwerbstätigen in der KKW arbeiten in diesem Bereich.

Vier von fünf Erwerbstätigen sind sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Weitere fünf Prozent sind geringfügig Beschäftigte. Mit einem Anteil von 16 Prozent an den Erwerbstätigen sind Selbstständige in der Software-/Games-Industrie nur im geringen Maße vorzufinden.

Der überwiegende Anteil der Erwerbstätigen ist in der Sonstigen Softwareentwicklung tätig (rund 73 %).

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



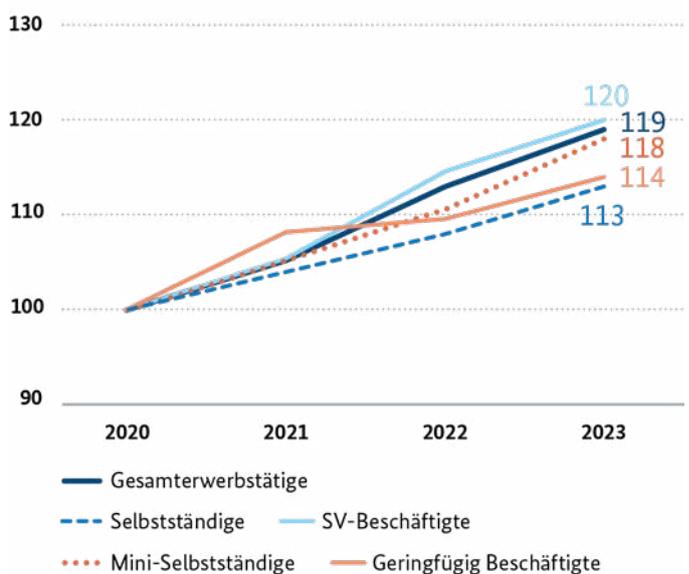
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023

### Entwicklung

Kennzeichnend für die Software-/Games-Industrie ist, dass diese von der Corona-Pandemie profitierte, da die anhaltenden Lockdowns und Kontaktbeschränkungen die Einführung digitaler Formate in vielen Bereichen der Wirtschaft sowie im privaten Bereich deutlich beschleunigten. Folglich konnte die Software-/Games-Industrie ihren Umsatz im Zeitraum 2020 bis 2023 um 19 Prozent steigern. Die positive Entwicklung verlief über alle Erwerbsformen hinweg.

Mit Ausnahme der Teilbranche Verlegen von sonstiger Software verzeichneten alle andere Bereiche der Software-/Games-Industrie im Zeitraum 2020 bis 2023 zweistellige Wachstumsraten zwischen 17,9 Prozent (Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen) und 27,7 Prozent (Webportale).

### Erwerbstätige in der Software-/Games-Industrie 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)



Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024 und 2024a; BA 2024, Selbstständige Schätzung 2023, Mini-Selbstständige Schätzung 2021–2023.

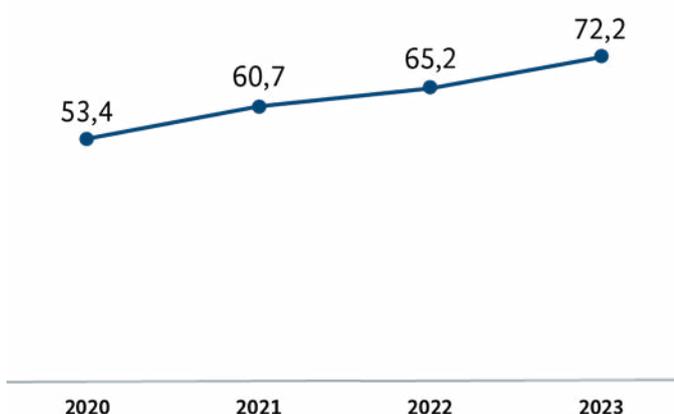
## Umsatz in der Software-/Games-Industrie

### Entwicklung

Die 45.350 Unternehmen der Software-/Games-Industrie erwirtschafteten im Jahr 2023 Umsätze in Höhe von 72,2 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 10,7 Prozent.

Analog zu den Erwerbstätigen ist die Software-/Games-Industrie auch beim Umsatz der mit Abstand größte Teilmarkt. Insgesamt erwirtschaftet diese im Jahr 2023 knapp ein Drittel des Umsatzes der KKW. Der Teilmarkt zeichnet sich durch einen kontinuierlich wachsenden Umsatz aus. 2023 lagen die Umsätze 18,9 Prozent über den Umsätzen im Jahr 2020.

Umsatz in der Software-/Games-Industrie 2020 – 2023 in Mrd. EUR



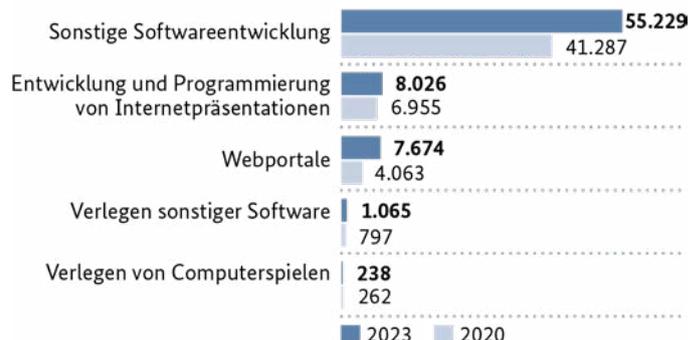
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

### Teilbranchen

Die Sonstige Softwareentwicklung ist mit Abstand die umsatzstärkste Teilbranche der Software-/Games-Industrie. Auf sie entfallen drei Viertel des Umsatzes.

Mit Ausnahme des Bereiches Verlegen von Computerspielen verzeichneten alle Teilbranchen der Software-/Games-Industrie seit 2020 ein starkes Umsatzwachstum. Insbesondere der Bereich Webportale ist in diesen Jahren stark gewachsen (2020-2023: +89 %). Aber auch der größte Bereich Softwareentwicklung wächst dynamisch und konnte den Umsatz seit 2020 um 34 Prozent steigern.

Umsätze in den Teilbranchen der Software-/Games-Industrie 2020 und 2023 in Mio. Euro



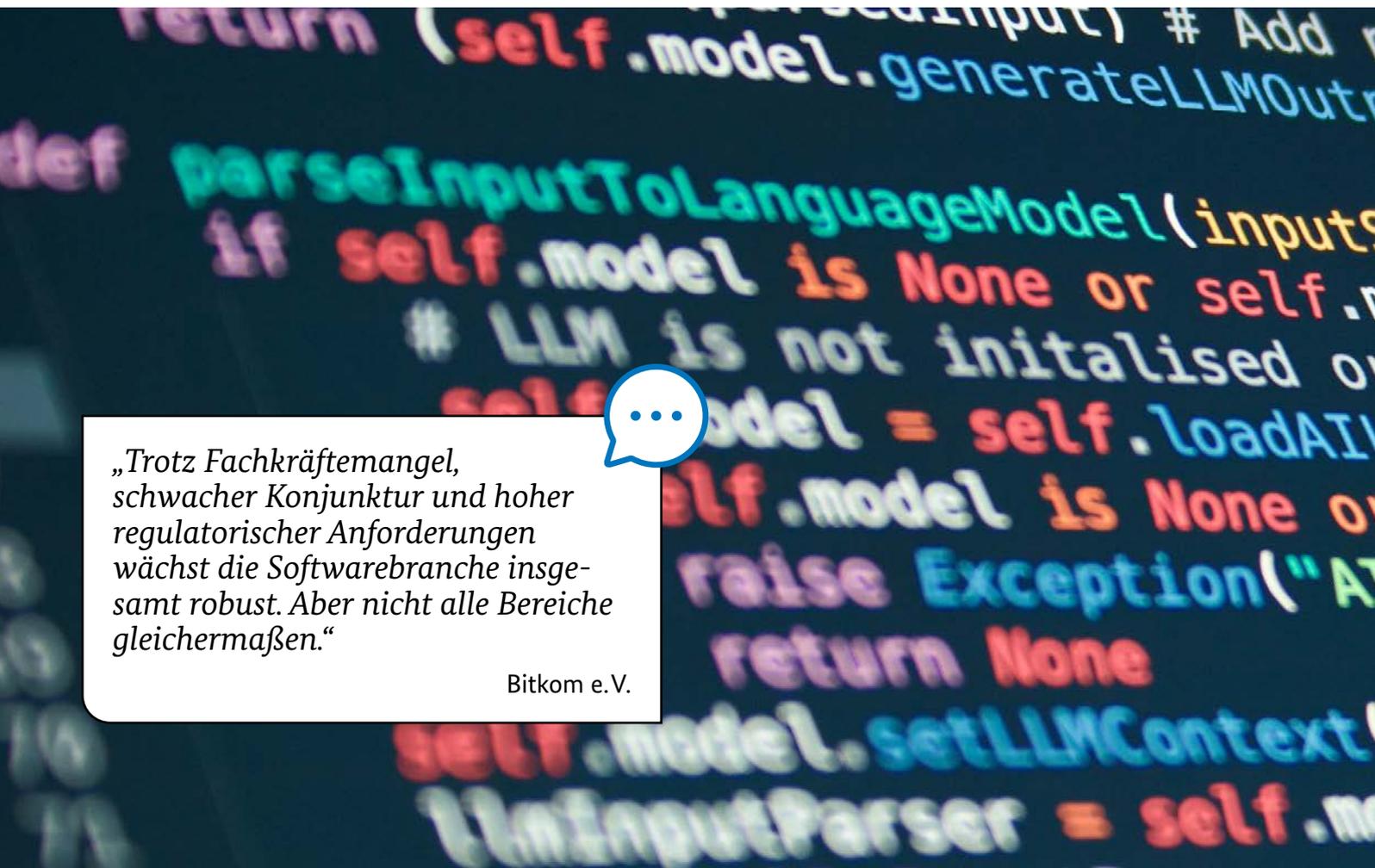
Eigene Darstellung. Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Schätzung 2023.

## Was bewegt die Software-/Games-Industrie?

### Green IT

Auch bei Software und Games befindet sich das Thema Nachhaltigkeit auf der Tagesordnung. In der IT-Branche werden zunehmend umweltfreundliche und energieeffiziente Softwarelösungen gesucht, da diese als Wettbewerbsvorteil gegenüber anderer Software erkannt wird. Zusätzlich kann die deutsche Softwarebranche durch die Entwicklung nachhaltiger IT auch maßgeblich zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks beitragen.<sup>62</sup> Im Games-Bereich häufen sich Spiele, die das Thema Nachhaltigkeit inhaltlich behandeln.

So können Spielende am Computer oder Handy inzwischen Bäume pflanzen, zerstörte Ökosysteme wieder aufbauen oder im Landwirtschaftssimulator sich sogar mit Umweltbewertungssystemen und Pflanzensensoren auseinandersetzen. Zusätzlich gibt es Games, die für spielerisch gepflanzte Bäume auch die Pflanzung tatsächlicher Bäume in gerodeten Gebieten umsetzen.<sup>63</sup> Games-Entwicklerinnen und -entwickler arbeiten in diesem Zusammenhang häufig mit Umweltinitiativen zusammen und produzieren gemeinsam sogenannte Serious Games.



„Trotz Fachkräftemangel, schwacher Konjunktur und hoher regulatorischer Anforderungen wächst die Softwarebranche insgesamt robust. Aber nicht alle Bereiche gleichermaßen.“

Bitkom e.V.

62 Bitkom e.V. (2024c)

63 game – Verband der deutschen Games-Branche e.V. (2024)

## Cybersicherheit

Aktuell sind inzwischen acht von zehn Unternehmen von digitalen Spionageversuchen, Datendiebstahl oder Sabotage betroffen.<sup>64</sup> Das Thema Cybersicherheit erhöht daher die Nachfrage an Lösungen für mehr Cybersicherheit. Dementsprechend entwickelt die deutsche Softwareindustrie fortlaufend neue Sicherheitsprodukte, um den Schutz von Daten und Systemen zu gewährleisten. Der in der

deutschen Wirtschaft verursachte, finanzielle Schaden durch Cybercrime lag im Jahr 2023 bei etwa 179 Mrd. Euro.<sup>65</sup> Bei Cybersicherheit handelt es sich folglich nicht nur um Schadensprävention für Unternehmen, sondern sie stellt auch einen entscheidenden Faktor für die Vertrauensbildung im digitalen Raum dar und trägt wesentlich zur wirtschaftlichen Stabilität der Branche bei.



„Die Unternehmen der deutschen Softwarebranche treiben mit ihrem Innovationstempo die digitale Transformation der Gesellschaft voran. Cloud, KI und Virtual Reality sind nur einige von vielen Technologien, die sowohl für ganze Sektoren als auch für private Nutzerinnen und Nutzer neue Möglichkeiten eröffnen.“

Bitkom e.V.

64 Bitkom e. V. (2024a)

65 Bitkom e. V. (2024a)



# Sonderauswertung Games-Markt



Umsatz 2023:

**3,9 Mrd. Euro**  
(+5 % ggü. 2022)

Unternehmen 2023:

**1.190**  
(+13,3 % ggü. 2022)

Erwerbstätige 2023:

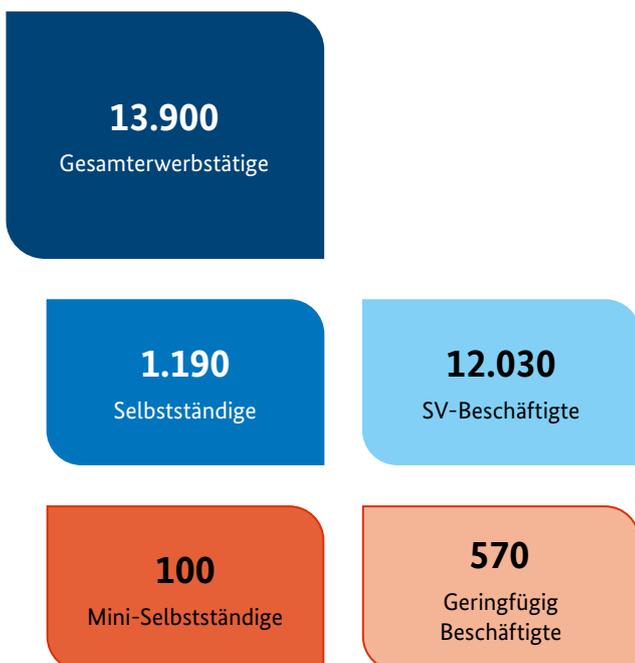
**13.900**  
(+4,2 % ggü. 2022)

## Erwerbstätigkeit im Games-Markt

### Struktur

Im Jahr 2023 arbeiteten im Games-Markt 13.900 Erwerbstätige. Analog zur Software-/Games-Industrie war auch im Games-Markt mit einem Anteil von ca. 87 Prozent die Mehrheit der Erwerbstätigen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Weitere vier Prozent waren geringfügig beschäftigt. Selbstständigkeit spielt im Games-Markt daher eine untergeordnete Rolle.

### Erwerbstätige nach Erwerbsform 2023



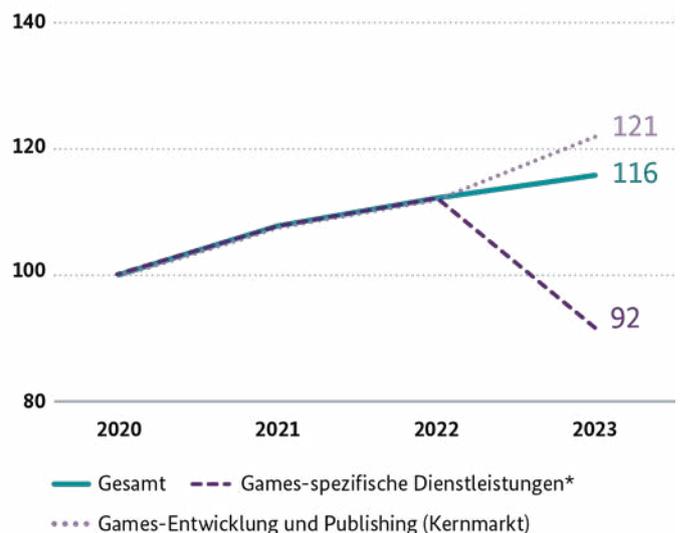
Eigene Darstellung; Datenquelle: Goldmedia auf Basis der Datenbank [www.gamesmap.de](http://www.gamesmap.de).

### Entwicklung

Der Games-Markt lässt sich in zwei Marktsegmente unterteilen: Mit einem Anteil von 88 Prozent dominieren die Entwickelnden und Publisher (Kernmarkt) den Games-Markt. Die Games-spezifischen Dienstleistenden stellen rund 12 Prozent der Erwerbstätigen.

Seit 2020 wächst die Zahl der Erwerbstätigen kontinuierlich: Zwischen 2020 und 2023 stieg die Erwerbstätigenzahl um 16 Prozent. Die Entwicklung verlief 2020 bis 2022 in beiden Marktsegmenten gleich. Im Jahr 2023\* entwickelte sich der Kernmarkt tendenziell positiver als die Games-spezifischen Dienstleistenden.

### Erwerbstätige im Games-Markt 2020 – 2023 (indiziert, 2020=100)

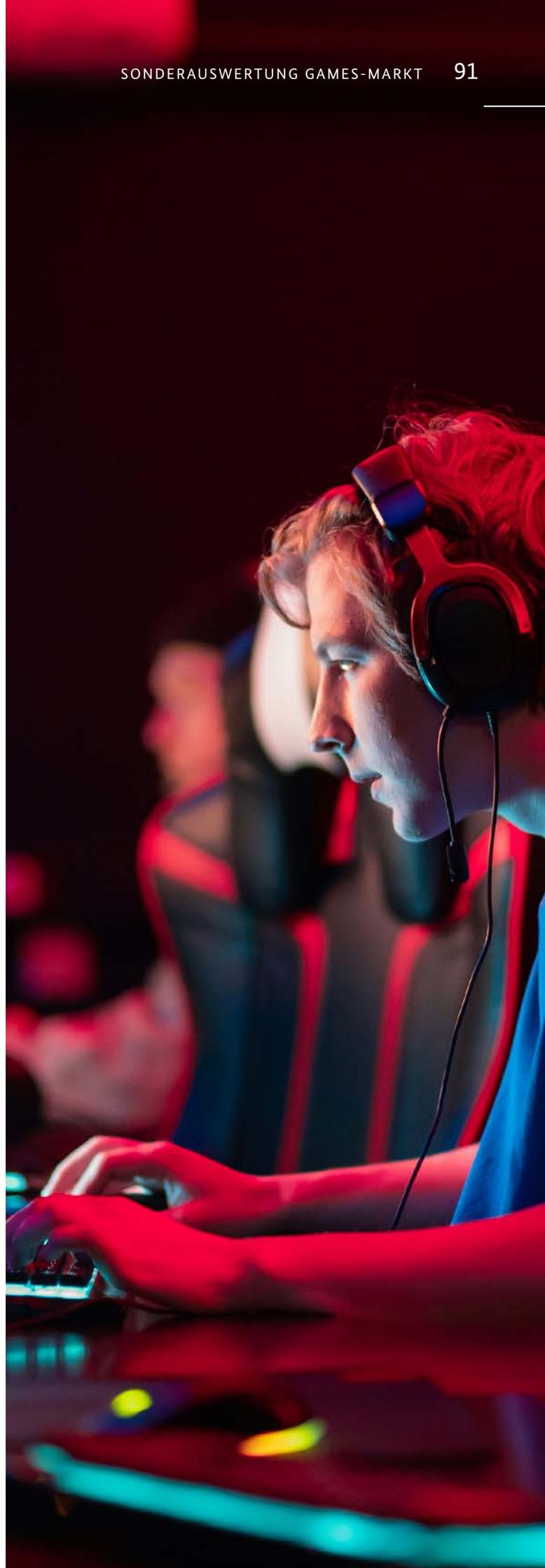


Eigene Darstellung. Datenquelle: Goldmedia auf Basis der Datenbank [www.gamesmap.de](http://www.gamesmap.de).

\* 2023 erfolgte eine Anpassung der Methodik in der gamesmap. Daher ist die Anzahl der Games-spezifischen Dienstleistenden 2023 nicht direkt mit den Vorjahren vergleichbar.

## Umsatz im Games-Markt

Im Jahr 2023 lag der Umsatz im Games-Markt bei rund 3,92 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Jahr 2021 ist der Umsatz um fünf Prozent gestiegen. Damit setzt sich der positive Entwicklungstrend der Vorjahre im Games-Markt weiter fort.



## Was bewegt die Games-Industrie?

### Live Service Games

Bei Live Service Games (LSG) handelt es sich um Onlinespiele, die so konzipiert sind, dass sie Spielende dazu anregen sollen, möglichst kontinuierlich das Spiel zu verfolgen. Dies geschieht z. B. durch Belohnungen von täglichem Spielen in Form von In-Game-Geld oder durch die Freischaltung bestimmter Fähigkeiten, Ereignisse oder Level innerhalb des Spiels. Zusätzlich bieten LSG häufig den Verkauf von In-Game-Ausrüstungsgegenständen, Boosterfähigkeiten o. Ä. an, um Spielende zu Käufen während des Spiels zu motivieren. Diese Käufe gehen teils so weit, dass das Durchspielen des Spiels ohne zusätzliche Käufe nicht möglich ist.

Sie stehen damit im Kontrast zu Games, die nach einmaligem Kauf ein vollständiges Spielen ermöglichen und nicht innerhalb des Spiels durch Käufe erweiterbar sind.<sup>66</sup> Wie ökonomisch nachhaltig die LSG sind, ist sowohl in der Spieleentwicklung als auch unter Spielenden umstritten, da die Zahl der tatsächlichen In-Game-Käufe schlecht im Vorfeld planbar ist. Zudem rufen Paywalls innerhalb eines Games bei vielen Spielenden Unmut hervor. Laut des Games Development Reports 2023 arbeiten zurzeit 65 Prozent der internationalen Spieleentwicklungsstudios an der Entwicklung von mindestens einem LSG.<sup>67</sup>



*„Mit weltweitem Stellenabbau und sogar einigen Studioschließungen waren die vergangenen Monate für die Games-Branche besonders anspruchsvoll. Insgesamt hat sich das Investitionsklima deutlich verschlechtert. Die Auswirkungen sehen wir gerade auch auf dem deutschen Games-Markt, der als Produktionsstandort nach wie vor unter seinem Potenzial und daher anfälliger für Krisen ist.“*

Felix Falk,  
Geschäftsführer, game – Verband der  
deutschen Games-Branche e.V.

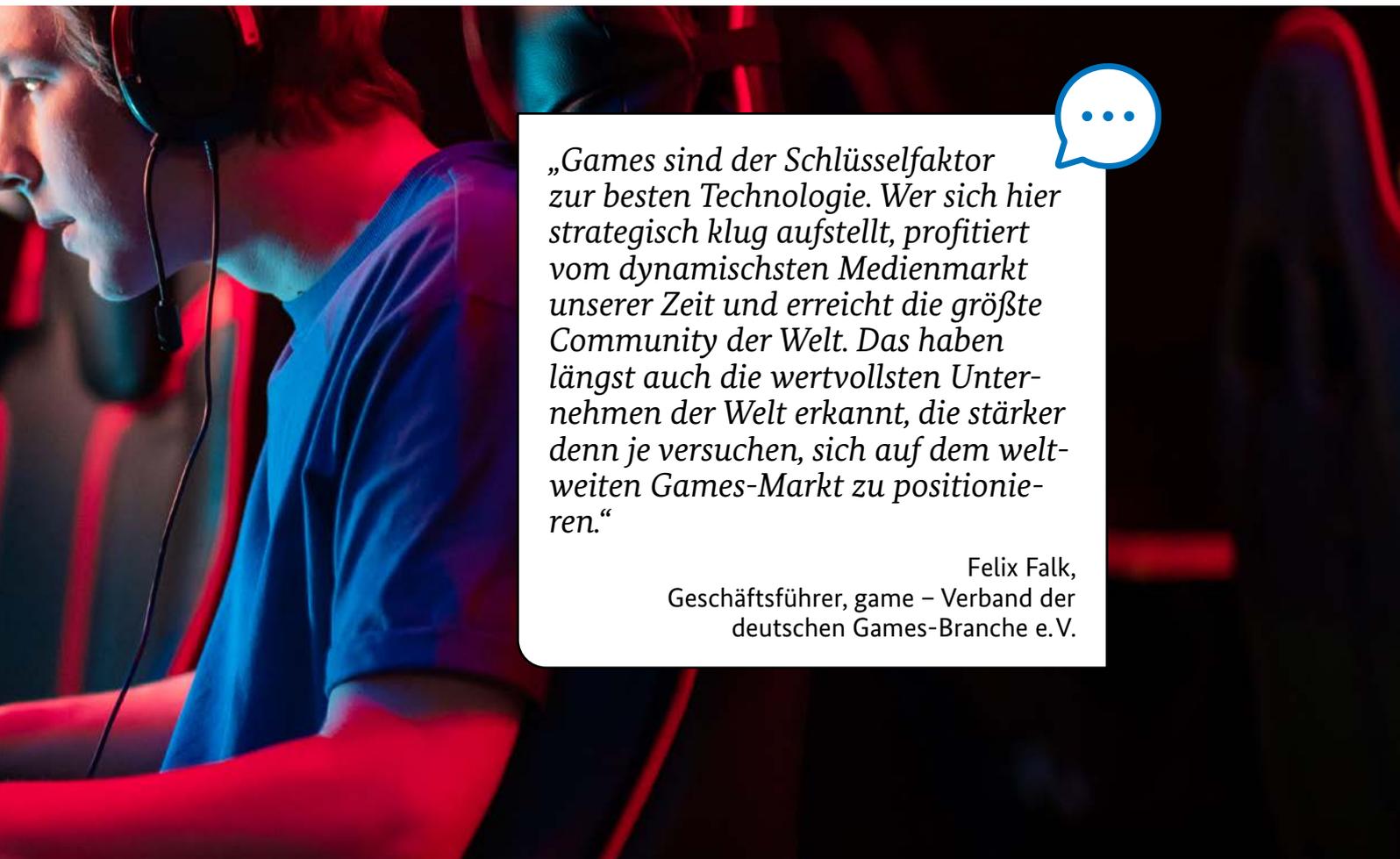
66 Gruber (2024)

67 Rendered Venture Capital & Griffin Gaming Partners (2023)

## Recruiting von Specialistinnen und Spezialisten

Bei dem Thema Recruiting gibt es eine Besonderheit in der Games-Branche: Das liegt an den gesuchten Specialistinnen und Spezialisten mit Arbeitserfahrung und dem Qualitätsanspruch des internationalen Games-Markts. Es sind hier vor allem Fachkräfte mit Berufserfahrung in den Bereichen des Gameprogramming, des Game-Designs sowie des Game-Producing, die aktuell fehlen und häufig aus dem Ausland für Games-Unternehmen

angeworben werden. Dies macht die Games-Branche zugleich zu einem internationalen Arbeitsort in Deutschland und stellt sie vor die Herausforderung des Arbeitsmarktzugangs für Nicht-EU-Bürgerinnen und -Bürger.<sup>68</sup> Auch die Einführung mehrerer Studiengänge mit Games-Bezug an deutschen Hochschulen konnte bisher dem Fachkräftemangel nicht entgegenwirken, da den Studierenden häufig die gewünschte Erfahrung fehlt.<sup>69</sup>



*„Games sind der Schlüsselfaktor zur besten Technologie. Wer sich hier strategisch klug aufstellt, profitiert vom dynamischsten Medienmarkt unserer Zeit und erreicht die größte Community der Welt. Das haben längst auch die wertvollsten Unternehmen der Welt erkannt, die stärker denn je versuchen, sich auf dem weltweiten Games-Markt zu positionieren.“*

Felix Falk,  
Geschäftsführer, game – Verband der  
deutschen Games-Branche e.V.

68 game – Verband der deutschen Games-Branche (2023)

69 Urbe (2024)

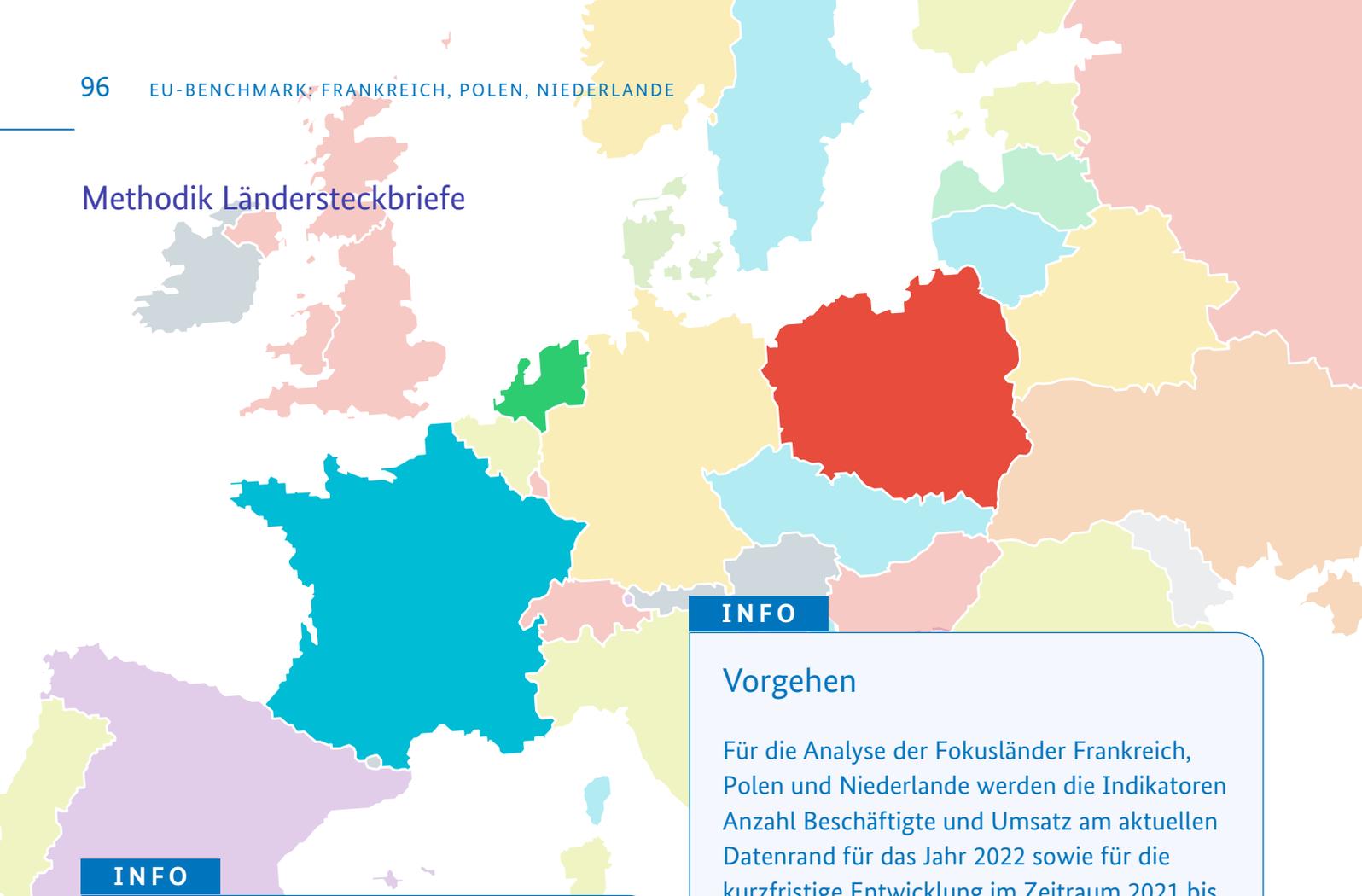


# EU-Benchmark: Frankreich, Polen, Niederlande

---



## Methodik Ländersteckbriefe



## INFO

### Datengrundlage und Datenverfügbarkeit

Als statistische Datenbasis dient primär die Strukturelle Unternehmensstatistik (SUS) von Eurostat, über die zentral die Daten für die Mitgliedstaaten der Europäischen Union bereitgestellt werden. Die Daten für die KKW sind auf der Ebene der 3-Steller der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ) verfügbar.

Einschränkungen gibt es aufgrund der Umsetzung der European Business Statistics (EBS)-Verordnung.<sup>70</sup> Diese führte im Jahr 2020 zu einem Zeitreihenbruch, weil u.a. neue Wirtschaftsbereiche in die Statistik aufgenommen wurden und es entsprechend zu einer Umstellung in der Methodik kam. Deshalb ist ein Vergleich der Daten ab 2021 mit früheren Jahren nicht möglich. Damit einher geht auch die bedingte Datenverfügbarkeit einzelner WZ.

## INFO

### Vorgehen

Für die Analyse der Fokusländer Frankreich, Polen und Niederlande werden die Indikatoren Anzahl Beschäftigte und Umsatz am aktuellen Datenrand für das Jahr 2022 sowie für die kurzfristige Entwicklung im Zeitraum 2021 bis 2022 betrachtet. Die Abgrenzung nach Leitfaden Wirtschaftsministerkonferenz (WMK) 2016 auf Ebene der 3-Steller dient hierbei als Klassifikationsrahmen.<sup>71</sup> Ein Vergleich zur Gesamtwirtschaft in den jeweiligen Ländern dient dazu, die Werte damit in Beziehung zu setzen. Aufgrund der oben beschriebenen methodischen Einschränkungen wird für die Analyse des EU-Benchmarks auf die Jahre 2021 bis 2022 konzentriert, für die alle 23 WZ gemäß Leitfaden in die Darstellung einfließen. Ergänzt wird die deskriptive statistische Analyse durch die qualitative Analyse von Branchentrends und Alleinstellungsmerkmalen in den Fokusländern.

70 Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2020); Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2024)

71 Die Bereiche Kulturhandel einerseits und Schmuck/Musikinstrumente andererseits werden in dieser Analyse abweichend in zwei separate Bereiche unterteilt.

## Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft auf WZ-3-Steller-Ebene

WZ-Code	WZ-Bezeichnung	Beschäftigte (Anteil)	Umsatz (Anteil)
<b>1. Buch/Presse</b>			
58.1	Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	100%	100%
63.9	Erbringung von sonstigen Informationsdienstleistungen	26%	5%
<b>2. Film/Musik/Video</b>			
59.1	Herstellung von Filmen und TV-Programmen, Verleih und Vertrieb; Kino	100%	100%
59.2	Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von Tonträgern und Musikalien	100%	100%
77.2	Vermietung von Gebrauchsgütern	65%	6%
<b>3. Rundfunk</b>			
60.1	Hörfunkveranstaltende	40%	100%
60.2	Fernsehveranstaltende	40%	100%
<b>4. Softwareentwicklung/Games/Webportale</b>			
58.2	Verlegen von Software	100%	100%
62.0	Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie	47%	41%
63.1	Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten; Webportale	47%	31%
<b>5. Architektur</b>			
71.1	Architektur- und Ingenieurbüros	18%	18%
<b>6. Werbung</b>			
73.1	Werbung	100%	100%
<b>7. Design/Foto u. Ä.</b>			
74.1	Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design	100%	100%
74.2	Fotografie und Fotolabors	100%	100%
74.3	Übersetzen und Dolmetschen	100%	100%
<b>8. Künstler/Kreative/Kulturaktivitäten</b>			
85.5	Sonstiger Unterricht	4%	4%
90.0	Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	46%	100%
91.0	Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	8%	100%
<b>9. Schmuck/Musikinstrumente</b>			
32.1	Herstellung von Münzen, Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen	100%	100%
32.2	Herstellung von Musikinstrumenten	100%	100%
<b>10. Kulturhandel u. Ä.</b>			
47.5	Einzelhandel mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (in Verkaufsräumen)	1%	2%
47.6	Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)	49%	43%
47.7	Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen)	1%	1%

# Stand und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Frankreich

---

Beschäftigte KKW 2022:

**930.600**

(+8,5 % ggü. 2021)

Umsatz KKW 2022:

**171.700 Mio. Euro**

(+8,7 % ggü. 2021)

## Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

**930.600**

Beschäftigte (2022)

**4,6 Prozent**

der Beschäftigten der  
Gesamtwirtschaft

**8,5 Prozent**

Beschäftigtenwachstum  
KKW (2021 – 2022)

**2,5 Prozent**

Beschäftigtenwachstum  
Gesamtwirtschaft  
(2021 – 2022)

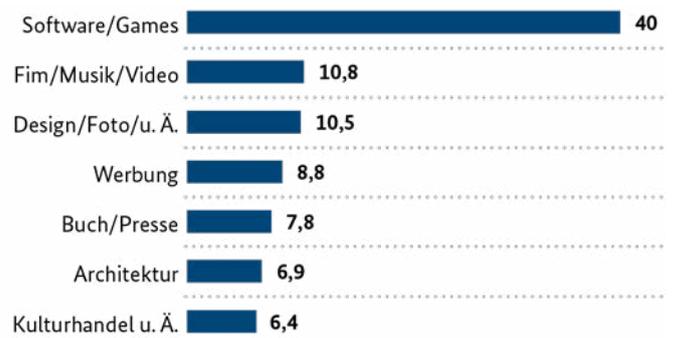
Mit 930.600 Beschäftigten und einem Beschäftigungsanteil von 4,6 Prozent ist die KKW ein bedeutender Wirtschaftszweig in Frankreich. Die Beschäftigtenzahl in der KKW stieg im Zeitraum 2021 – 2022 um 8,5 Prozent und damit deutlich stärker als die der Gesamtwirtschaft.

### Software/Games dominiert

Mit 40 Prozent ist die Software-/Games-Industrie der dominierende Teilmarkt der KKW, gefolgt vom Film/Musik/Video (10,8 %) und der Designwirtschaft (10,5 %). Werbemarkt, Buchmarkt, Pressemarkt und Architekturmarkt sowie Kulturhandel stellen zusammen rund 30 Prozent der Gesamtbeschäftigten der KKW in Frankreich.

### Anteil Beschäftigte an KKW 2022

in %



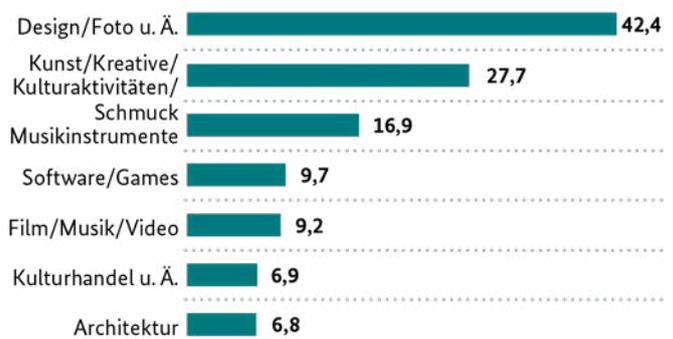
Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Anteilen >5 % an der Gesamtbeschäftigtenzahl der KKW.

### Designwirtschaft sehr dynamisch

Die Zahl der Beschäftigten stieg in der Designwirtschaft am stärksten. Hier sind v. a. die Designstudios (51 %) und Fotografie/Fotolabors (42,1 %) besonders dynamische Bereiche. Im Bereich Film/Musik/Video trugen die Tonstudios (42,4 %) wesentlich zum Anstieg der Beschäftigten bei. Die Bereiche Kunst/Kreative/Kulturaktivitäten und Schmuck/Musikinstrumente verzeichneten ebenfalls einen Anstieg der Beschäftigten von über zehn Prozent.

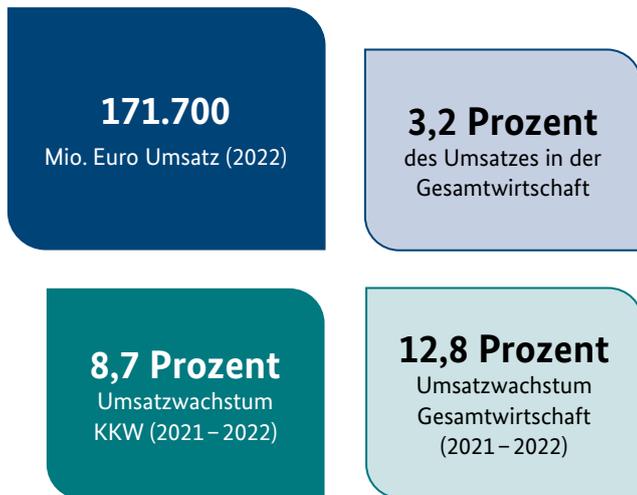
### Entwicklung Beschäftigte KKW 2021 – 2022

in %



Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Beschäftigtenwachstum >5 %.

## Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft

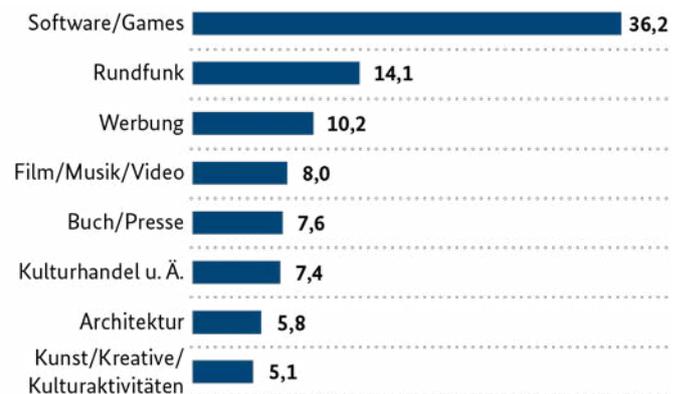


Die KKW in Frankreich erzielt 2022 einen Umsatz von 171,7 Mrd. Euro. Damit trägt die KKW mit 3,2 Prozent zum Umsatz der Gesamtwirtschaft bei. Das Umsatzwachstum in der KKW lag im Zeitraum 2021 – 2022 bei 8,7 Prozent und damit unter dem Umsatzwachstum der französischen Gesamtwirtschaft.

### Ein Drittel der Umsätze entfällt auf die Software-/Games-Industrie

Die mit Abstand höchsten Umsätze erzielt in Frankreich die Software-/Games-Industrie (36,2 %). Mit jeweils mehr als zehn Prozent der Umsätze der KKW gehören die Rundfunkwirtschaft und der Werbemarkt zu den drei umsatzstärksten Bereichen der KKW in Frankreich. Die übrigen Bereiche weisen Umsatzanteile von weniger als zehn Prozent auf.

### Anteil Umsatz an KKW 2022 in %

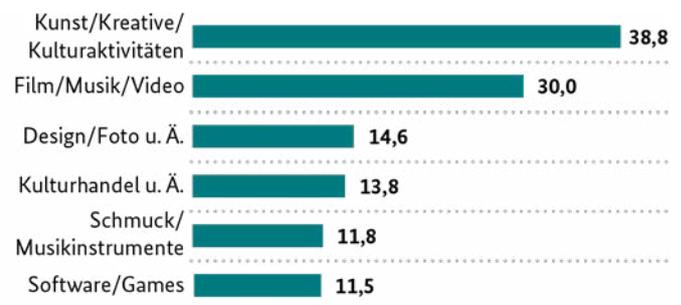


Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Anteilen >5 % am Gesamtumsatz der KKW.

### Kreative/künstlerische Tätigkeiten/Kulturaktivitäten sowie Film/Musik/Video mit sehr starkem Wachstum

Sowohl der Bereich Kunst/Kreative/Kulturaktivitäten als auch die audiovisuellen Medien wiesen von 2021 auf 2022 ein deutliches Umsatzwachstum auf: Aufholprozesse, in Branchen, die besonders stark von Corona betroffen waren. Wachstumsraten von mehr als zehn Prozent erzielten zudem die Bereiche Design/Foto, Kulturhandel, Schmuck/Musikinstrumente und Software-/Games-Industrie.

### Entwicklung Umsatz KKW 2021 – 2022 in %



Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Umsatzwachstum >10 %.

## Ausgewählte Branchentrends

### Kunstmarkt

Der französische Kunstmarkt ist der viertgrößte weltweit und seit dem Brexit der größte in der Europäischen Union.<sup>72</sup> 2023 belief sich der Gesamtwert der Verkäufe auf rund 4,2 Mrd. Euro. Frankreich ist zudem dafür bekannt, dass es mit 5,5 Prozent seit 2023 einen der niedrigsten ermäßigten Mehrwertsteuersätze für importierte Kunstwerke in Europa hat. Die Einnahmen aus öffentlichen Auktionen von Kunst und Non-fungible tokens (NFTs) beliefen sich 2023 auf rund 800 Mio. Euro. Fachmessen und -ausstellungen in Paris, wie z.B. die „Foire internationale d'art contemporain“ (FIAC), garantieren dem französischen Kunstmarkt außerdem eine hohe internationale Sichtbarkeit.

Was den Kunsthandel betrifft, so liegt das Handelsvolumen für Kunstwerke, Sammlerstücke und Antiquitäten, die 2023 exportiert wurden, bei fast 1,9 Mrd. Euro. Wichtigste Handelspartner sind die USA, das Vereinigte Königreich und die Schweiz. Auch ein Blick auf den französischen Auktionsmarkt lohnt sich: Neben den Ablegern von Christie's und Sotheby's – den weltweit führenden Auktionshäusern – umfasst der Auktionsmarkt des Landes auch wettbewerbsfähige einheimische Unternehmen wie Artcurial, Millon und Aguttes. Der Umsatz von Artcurial übertraf im Jahr 2023 die Marke von 200 Mio. Euro und stellte damit einen neuen Rekord für das französische Auktionshaus auf. Die Umsätze von Millon und Aguttes erreichten ebenfalls einen neuen Höchststand.

### Musikwirtschaft

In Frankreich hören die Menschen im Schnitt 17 Stunden pro Woche Musik. Das sind 3,5 Stunden mehr als noch vor der Pandemie. Der Musikmarkt zeigt eine positive Dynamik und ist in den letzten

Jahren trotz eines komplexen Umfeldes und wirtschaftlicher Unsicherheit stetig gewachsen.<sup>73</sup> Der Bereich Synchronisation verzeichnete im Zeitraum 2021 – 2022 ein starkes Wachstum von 34 Prozent. Musik wird also verstärkt in Verbindung mit visuellen Medien wie Bildern, Filmen, Fernsehsendungen, Werbespots, Videospielen und anderen visuellen Inhalten eingesetzt. Der Haupttreiber dieses Wachstums ist der digitale Markt, insbesondere das Streaming mit Abonnements und Werbefinanzierung.

Andererseits erfreuen sich Schallplatten wieder einer steigenden Beliebtheit. In Frankreich macht Vinyl mittlerweile fast 35 Prozent des physischen Marktes aus, wobei sich das Umsatzvolumen in den letzten fünf Jahren verdreifachte.<sup>74</sup> Zudem sind lokale Künstler und Künstlerinnen beim Publikum sehr beliebt. Von den 20 meistverkauften Alben sind 17 französische Produktionen, ebenso wie 77 Prozent der 200 meistverkauften Alben im Jahr 2022. Dies zeigt, dass lokale Künstler und Künstlerinnen eine starke Präsenz auf dem Markt haben und eine große Anziehungskraft auf das Publikum ausüben.

### Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Frankreich zeichnet sich durch eine umfangreiche Förderlandschaft und Programme für die KKW aus. Potenziale der KKW werden mit technologischen Entwicklungen kombiniert, um die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu steigern und soziale und ökologische Themen voranzutreiben. So werden im Rahmen des Programms für Zukunftsinvestitionen PIA („Programme d'investissement d'avenir“) bis 2025 400 Mio. Euro für die nationale Strategie zur Beschleunigung der KKW bereitgestellt.

72 Statista (2024a)

73 SNEP (2022)

74 Ministerium für Kultur Frankreich (2024)

Zudem zielt das Programm „Territorial poles of cultural and creative industries“ im Rahmen des Investitionsplans „France 2030“ darauf ab, ein lokales KKW-Ökosystem aus Clustern und Hubs aufzubauen. Die Bereiche Kunsthandwerk, Design und Mode sowie Ton- und Bildtechnologie sind hier besonders erwähnenswert. Die KKW wurde zudem von der öffentlichen Investitionsbank Bpifrance über die Initiative La French Touch seit der Lancierung im Jahr 2020 mit insgesamt 5,5 Mrd. Euro gefördert.<sup>75</sup> Bei dem Innovationswettbewerb „I-Nov“ ist die KKW Teil vom Themenbereich „Digital“. Es werden Unternehmen gefördert, die das Potenzial haben, in ihrem Bereich Marktführer zu werden. Betont werden insb. Technologien wie KI, 3D-Druck oder Virtual Reality, die für die KKW strukturierend sind, d. h. sich sowohl auf die Schaffens- und Produktionsprozesse als auch auf die Verbreitung auswirken. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Projekten und Geschäftsmodellen, die diese Technologien für die KKW nutzbringend einsetzen.

Mit Viva Technology beherbergt Frankreich Europas größtes Start-up und Tech Event zu Themen wie „Creators Economy“ oder „Gaming & Esports“. 2024 nahmen insgesamt an den vier Tagen über 165.000 Besucher und Besucherinnen und 13.500 Start-ups teil. Die Beispiele verdeutlichen die enge Verzahnung zwischen der KKW und technologischen Bereichen. Dies zeigt sich auch am starken Bezug zu technologischen Entwicklungen bei den Wettbewerben, Programmen und Förderinstrumenten. So wird das Kunsthandwerk z. B. mit oben genannten Technologien kombiniert, um neue künstlerische und kreative Möglichkeiten zu erschließen.

## Good Practices in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Frankreich hat in den letzten Jahren eine Reihe von erfolgreichen, innovativen KKW-Unternehmen hervorgebracht. So hat das Softwareunternehmen [BlaBlaCar](#) das Car-Sharing-Modell und die Plattform-Ökonomie genutzt, um auf die veränderten Mobilitätsanforderungen der Menschen einzugehen. Im Bereich Design hat [Glowee](#) ein günstiges, umweltfreundliches und marktreifes Beleuchtungssystem entwickelt. Auf Basis von biolumineszenten Eigenschaften von Bakterien und Mikroorganismen können Straßen und Geschäfte ohne Strom beleuchtet werden. Auch im Bereich der zeitgenössischen Kunst gibt es mit [Docent](#) ein vielversprechendes Geschäftsmodell, das durch KI-gestützte Anwendungen personalisierte Möglichkeiten zur Entdeckung neuer Werke bietet. Das B-Corp-zertifizierte, weltweit tätige Medienunternehmen Brut dient ebenfalls als Vorzeigebispiel für erfolgreiche Geschäftsmodelle in der KKW. Mit seiner Spezialisierung auf Videoinhalte zählt [Brut](#) zu den führenden rein digitalen Medienunternehmen in Europa und ist mit über 20 Mrd. Aufrufen insbesondere bei einem jüngeren Publikum beliebt.

# Stand und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Polen

---

Beschäftigte KKW 2022:

**448.700**

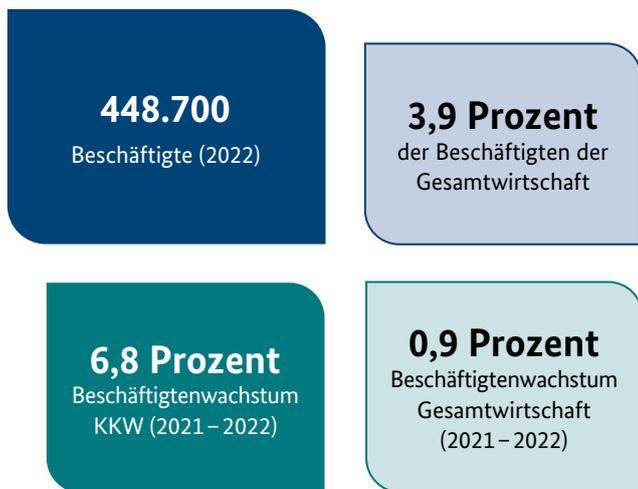
(+6,8 % ggü. 2021)

Umsatz KKW 2022:

**38.900 Mio. Euro**

(+15,3 % ggü. 2021)

## Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft



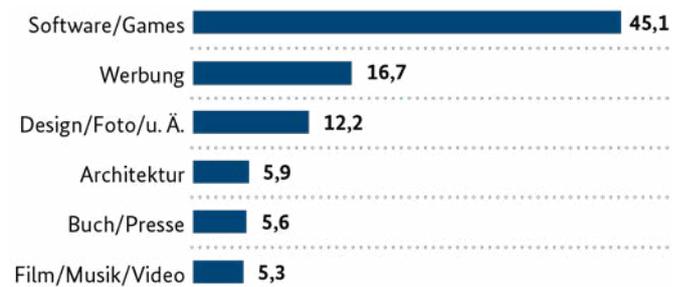
In Polen sind 448.700 Beschäftigte in der KKW tätig. Der Beschäftigungsanteil liegt bei 3,9 Prozent. Die Beschäftigtenzahl in der KKW stieg im Zeitraum 2021 – 2022 um 6,8 Prozent. Zum Vergleich: In der Gesamtwirtschaft waren es 0,9 Prozent.

### Software/Games und Werbung dominieren

Die Software-/Games-Industrie ist der mit Abstand größte Teilmarkt der polnischen KKW: 45 Prozent der KKW-Beschäftigten arbeiten in diesem Teilmarkt. Mit jeweils mehr als zehn Prozent sind zudem die Bereiche Werbung und Design/Foto von Bedeutung. Alle anderen Teilmärkte sind mit Anteilen von weniger als zehn Prozent weniger prägend für die polnische KKW.

### Anteil Beschäftigte an KKW 2022

in %



Eigene Darstellung: Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Anteilen >5 % an der Gesamtbeschäftigtenzahl der KKW.

### Software/Games und Audiovisueller Bereich wachsen dynamisch

Auch wenn die polnische KKW ein höheres Beschäftigungswachstum als die Gesamtwirtschaft im Zeitraum 2021 – 2022 aufwies, wurde dieses Wachstum nur von wenigen Teilmärkten getragen: Nennenswerte Beschäftigungszuwächse verzeichnete Software/Games. Im Bereich Film/Musik/Video entwickelten sich v. a. die Tonstudios (10,4 %) besonders dynamisch. Die übrigen Bereiche wiesen nur ein leichtes Wachstum von weniger als fünf Prozent auf, stagnierten oder verloren sogar an Beschäftigten.

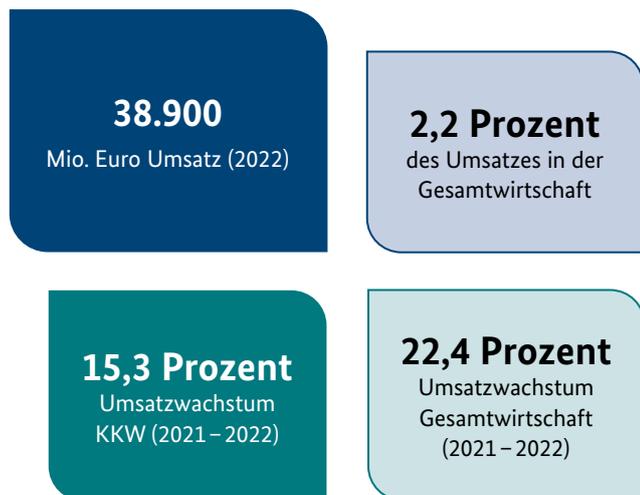
### Entwicklung Beschäftigte KKW 2021 – 2022

in %



Eigene Darstellung: Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Beschäftigtenwachstum >5 %.

## Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft

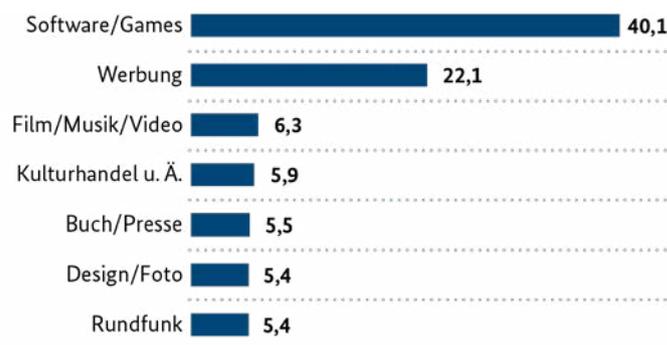


In Polen erzielte die KKW rund 2,2 Prozent der Umsätze der Gesamtwirtschaft. Gegenüber dem Vorjahr sind die Umsätze in der KKW 2022 zwar um 15,3 Prozent gestiegen, das äußerst starke Wachstumsniveau der Gesamtwirtschaft von 22,4 Prozent wurde jedoch nicht erreicht.

### 40 Prozent der Umsätze entfallen auf Software/Games

Auch bei den Umsätzen zeigt sich mit einem Anteil von 40 Prozent an der KKW die Dominanz von Software/Games. Ebenfalls von stärkerer Bedeutung ist der Werbemarkt mit einem Umsatzanteil von 22 Prozent der Umsätze der KKW. Die übrigen Teilmärkte sind weniger umsatzstark und tragen jeweils mit weniger als zehn Prozent zu den Umsätzen der polnischen KKW bei.

### Anteil Umsatz an KKW 2022 in %

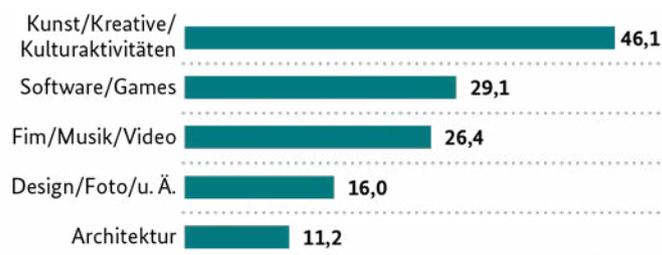


Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Anteilen >5 % am Gesamtumsatz der KKW.

### Kreative/künstlerische Tätigkeiten, Software/Games sowie Film/Musik/Video mit starkem Wachstum

Neben Software/Games zeichnen sich v. a. die stark durch die Pandemie betroffenen Bereiche Kunst/Kreative/Kulturaktivitäten als auch die audiovisuellen Medien durch ein hohes Umsatzwachstum 2022 ggü. dem Vorjahr aus: Zeichen für eine Erholung der Teilmärkte nach der Pandemie. Wachstumsraten von mehr als zehn Prozent erzielten zudem die Bereiche Design/Foto und Architektur.

### Entwicklung Umsatz KKW 2021 – 2022 in %



Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Umsatzwachstum >10 %.

## Ausgewählte Branchentrends

### Games-Branche

Polen zählt zu den führenden Games-Standorten in Europa und gilt weltweit als einer der größten Exporteure von Videospielen. Die Gründe dafür sind mannigfaltig: Neben staatlichen Förderungen und Steueranreizen kann in Polen eine hohe Lebensqualität bei niedrigeren Kosten als in Westeuropa oder Nordamerika erreicht werden. Polnische Universitäten bieten derzeit zudem über 250 Studiengänge und Fachrichtungen mit Bezug zu Gaming an, darunter IT, Programmierung, Game Design, digitale Kunst und Game(s)-Wissenschaft. International fällt auf, dass Polen mit einem eigenen Aktienindex für den Games-Entwicklungssektor seit 2018 an der Börse vertreten ist: Es handelt sich um den „WIG.GAMES5 Index“, der die fünf umsatzstärksten polnischen Games-Entwicklungsunternehmen beinhaltet. Polen ist führend bei der Produktion von Spielen, die über den digitalen Vertriebsdienst für Videospiele „Steam“ angeboten werden. Die Titel werden dabei in mehrere Sprachen übersetzt, um ein breiteres Publikum auf unterschiedlichen Märkten zu erreichen.

Polen bietet Games-Interessierten eine Bandbreite an renommierten Festivals und Konferenzen: So organisiert z. B. der „Krakow Technology Park“ die „Digital Dragons Conference“, ein europaweit bedeutender B2B-Anlass, bei dem aufstrebende Spieleentwicklerinnen und -entwickler sich vernetzen können und Unterstützung beim Auf- und Ausbau ihres Unternehmens erhalten. Die „Game Industry Conference“ und die „Poznan Game Arena Messe“ ziehen zudem jedes Jahr über 80.000 Teilnehmende an. In diesem Rahmen wird der „Central and Eastern European Game Award“ verliehen, bei dem die besten Spiele ausgezeichnet werden, die von lokalen Studios produziert und veröffentlicht worden sind.

Die Branche verzeichnet über 15.000 Beschäftigte, rund 500 Produktionsstudios und Verlage sowie über 530 Neuveröffentlichungen pro Jahr (2023).<sup>76</sup> Das Wachstum der Branche war in den letzten Jahren beträchtlich. Aktuell befindet sich die Branche in einer Konsolidierungsphase. International steigt die Nachfrage nach komplexeren Spielen, die ein höheres Budget und größere Teams voraussetzen. Mit [CD Projekt](#) hat Polen ein Studio, das umsatzstarke, international erfolgreiche AAA-Spiele wie „The Witcher“ und „Cyberpunk 2077“ auf den Markt bringt und dem Standort entsprechende Strahlkraft verleiht. Aufgrund der für die Games-Branche spezifischen Produktionszyklen (die Entwicklung eines Spiels kann zwei bis drei Jahre dauern) können die Umsatzzahlen von Jahr zu Jahr stark fluktuieren. Dies gilt nicht ausschließlich für Polen, ist jedoch hier besonders ausgeprägt, da die oben genannten Titel bei der Veröffentlichung teils bis zur Hälfte des jährlichen Umsatzes der Gesamtbranche ausmachen.

Wachstum und Skalierung finden momentan v. a. bei kleinen und mittleren Unternehmen statt. [Forever Entertainment](#) ist ein gutes Praxisbeispiel: Das Studio aus Gdynia hat sich frühzeitig auf Spiele für Nintendo Switch spezialisiert und produziert und veröffentlicht u. a. Neuauflagen älterer Titel. Kapital konnte das Unternehmen über den Börsengang an die Warschau Wertpapierbörse erlangen. In den letzten Jahren ist Forever Entertainment sowohl beim Umsatz als auch bei der Anzahl der Mitarbeitenden kontinuierlich gewachsen.

## Filmindustrie

Neben der Games-Entwicklung ist die Filmindustrie in Polen eine Besonderheit. Es sind nicht nur viele polnische Regisseurinnen und Regisseure international bekannt, sondern Polen stellt auch Drehorte für international erfolgreiche Formate wie die Serie „The Witcher“ oder für Filme wie „Die Tribute von Panem“. Łódź beherbergt eine große Anzahl von Filmstudios, darunter das landesweit größte Studio namens „Feature Film Studio“.

Eine wichtige Rolle spielt das [Polnische Filminstitut](#) bei der Umsetzung von Filmförderungen von polnischen Produktionen und Koproduktionen sowie deren Bewerbung auf nationaler und internationaler Ebene. Die Bedeutung dieses Instituts basiert auf einem Gesetz vom 9. November 2018 in Polen, in dem die gesonderte Förderung von audiovisuellen Formaten aus staatlichen Mitteln festgelegt wurde. Zuvor war die polnische Filmindustrie bereits im Jahr 2005 durch ein Gesetz für die Kinetographie politisch in den Fokus der KKW gerückt und als Teil des polnischen, kulturellen Erbes herausgestellt worden. Alle Institutionen und Unternehmen, die durch Filmproduktionen profitieren, sind seither dazu verpflichtet, 1,5 Prozent ihres Gewinns an das Polnische Filminstitut abzugeben. Die Herstellung von Filmen und TV-Programmen, der Verleih und Vertrieb sowie die Kinos verzeichneten 2022 in Polen rund 18.200 Beschäftigte. Der Umsatz der Filmwirtschaft belief sich auf knapp 2,2 Mrd. Euro. Somit kommt der Bereich nach der Erbringung von IT-Dienstleistungen mit 12,3 Mrd. Euro und der Werbung mit 8,6 Mrd. Euro an dritter Stelle und unterstreicht dessen wirtschaftliche Bedeutung.

## Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Das Programm zur Entwicklung der KKW („Rozwój sektorów kreatywnych“) fördert schwerpunktmäßig Aktivitäten in den Bereichen Design, Musik, Videospiele und neue Medien sowie interdisziplinäre Projekte, die die internationale Wettbewerbsfähigkeit der polnischen KKW steigern können. Neben einem Ökosystem zur Förderung von Innovationen sollen Verbände, Organisationen oder Handelskammern aufgebaut werden, die die Interessen der einzelnen Akteurinnen und Akteure bündeln. Ziel des Programms ist es zudem, die unternehmerischen Aspekte und Kompetenzen von Kreativen auf- und auszubauen und die Exportentwicklung zu verbessern. Durch eine stärkere Einbindung des Finanzsektors sollen zusätzliche Finanzierungsquellen erschlossen werden. Das Programm wird heute vom 2022 gegründeten [Polnischen Zentrum für die Entwicklung der Kreativwirtschaft](#) verwaltet, das zum Zweck der Unterstützung der KKW geschaffen wurde. Das Zentrum verfügt zudem über ein Förderprogramm, das dem Prototyping und der Entwicklung von Videospiele gewidmet ist („Program Wsparcia Gier Wideo“). Darüber hinaus gibt es rund 30 Förderprogramme des Ministeriums für Kultur und Nationales Erbe, welche sich an den Kultur- und Kreativsektor im weiteren Sinne richten. Allgemeine Unterstützungsangebote für unterschiedliche Wirtschaftszweige und darunter auch für die KKW bieten zudem die [Polnische Agentur für Unternehmensentwicklung](#) (PARP) und die [Polnische Investitions- und Handelsagentur](#) (PAIH).

Auf europäischer Ebene ermöglicht das von der EU ko-finanzierte Creative Europe Programme polnischen Kreativschaffenden den Zugang zu EU-Förderungen für Projekte in den Bereichen künstlerische und kulturelle Kooperation, audiovisuelle Medien oder solche, die sektorübergreifend ausgerichtet sind. Der [Creative Europe Desk](#) für Polen dient hierbei als Anlaufstelle.

# Stand und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Niederlande

---

Beschäftigte KKW 2022:

**391.600**

(+3,9 % ggü. 2021)

Umsatz KKW 2022:

**68.100 Mio. Euro**

(+9,2 % ggü. 2021)

## Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

**391.600**

Beschäftigte (2022)

**4,7 Prozent**

der Beschäftigten der  
Gesamtwirtschaft

**3,9 Prozent**

Beschäftigtenwachstum  
KKW (2021 – 2022)

**1,1 Prozent**

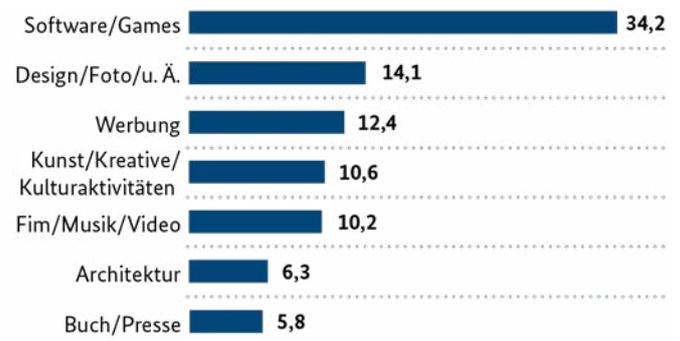
Beschäftigtenwachstum  
Gesamtwirtschaft  
(2021 – 2022)

In den Niederlanden arbeiten 391.600 Menschen in der KKW, dies entspricht 4,7 Prozent der Gesamtbeschäftigten. Im Zeitraum 2021 – 2022 stieg die Beschäftigtenzahl in der KKW um 3,9 Prozent. Die Entwicklung der KKW verlief damit im Vergleich zur Gesamtwirtschaft dynamischer.

### Software/Games, gefolgt von Design/Foto und Werbung

Die niederländische KKW zeichnet sich durch mehrere Branchenschwerpunkte aus. Zwar sind auch hier gut ein Drittel der Beschäftigten im Bereich Software/Games tätig, aber auch die Bereiche Design/Foto, Werbung, Kunst/Kreative/künstlerische Tätigkeiten sowie Film/Musik/Video stellen jeweils mehr als zehn Prozent der Beschäftigten und sind damit wichtige Standbeine der niederländischen KKW.

### Anteil Beschäftigte an KKW 2022 in %



Eigene Darstellung: Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Anteilen >5 % an der Gesamtbeschäftigtenzahl der KKW.

### Audiovisueller Bereich wächst am stärksten

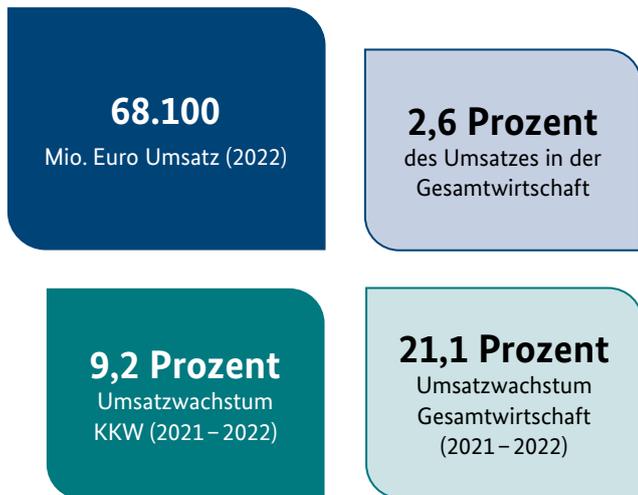
Die Zahl der Beschäftigten in den Niederlanden wuchs im Zeitraum 2021 – 2022 im Bereich Film/Musik/Video am stärksten. Hier waren v.a. die Bereiche Tonstudios (11,2 %) und Film- und TV-Produktion, Verleih und Vertrieb sowie Kinos (8,4 %) besonders dynamisch. Die Software-/Games-Industrie wuchs um 6,7 Prozent, wobei der Bereich Verlegen von Software (23,9 %) dominiert. Die übrigen Bereiche stagnierten, wiesen lediglich ein leichtes Wachstum auf oder schrumpften sogar.

### Entwicklung Beschäftigte KKW 2021 – 2022 in %



Eigene Darstellung: Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Beschäftigtenwachstum >5 %.

## Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft

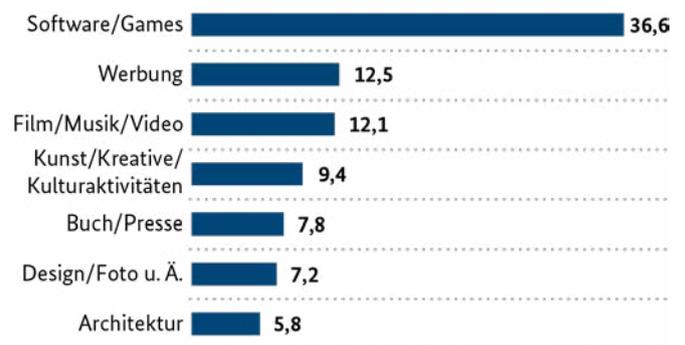


Die niederländische KKW erwirtschaftete 2022 einen Umsatz von 68,1 Mrd. Euro. Das entspricht 2,6 Prozent des Umsatzes der Gesamtwirtschaft. Das Umsatzwachstum der KKW fiel im Zeitraum 2021 – 2022 im Vergleich zur Gesamtwirtschaft niedriger aus.

### Werbung und audiovisueller Bereich nebst Software/Games mit hohem Umsatzanteil

Die höchsten Umsätze erzielte 2022 die Software-/ Games-Industrie (36,6 %), gefolgt vom Werbemarkt (12,5 %) und dem audiovisuellen Bereich (12,1 %). Die beiden Letzteren sind zusammen für rund ein Viertel des KKW-Umsatzes verantwortlich. Die Bereiche künstlerische Aktivitäten, der Buchmarkt und der Pressemarkt, der Designmarkt und der Architekturmarkt stellen zusammen weitere 30 Prozent der Umsätze der niederländischen KKW.

### Anteil Umsatz an KKW 2022 in %

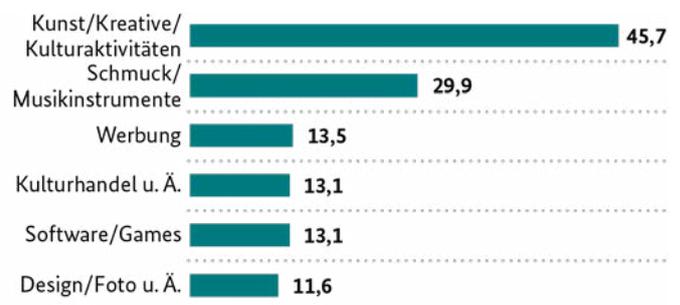


Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Anteilen >5 % am Gesamtumsatz der KKW.

### Kreative/künstlerische Tätigkeiten und Schmuck/Musikinstrumente mit sehr starkem Wachstum

Der Bereich Kunst/Kreative/Kulturaktivitäten wuchs um 45,7 Prozent. Im Bereich Schmuck/Musikinstrumente ist v. a. die Herstellung von Münzen, Schmuck u.Ä. ein sehr dynamischer Tätigkeitsbereich (36,3 %). Der Werbemarkt, der Kulturhandel sowie die Software-/Games-Industrie wuchsen jeweils um rund 13 Prozent. Auch Design erzielte ein Umsatzwachstum von über zehn Prozent.

### Entwicklung Umsatz KKW 2021 – 2022 in %



Eigene Darstellung; Datengrundlage: Strukturelle Unternehmensstatistiken (SUS); Eurostat 2024. Bereiche mit Umsatzwachstum >10 %.

## Ausgewählte Branchentrends

### Werbemarkt

Der Werbemarkt in den Niederlanden ist vielseitig, dynamisch und orientiert sich am Nutzungsverhalten von Medienkonsumierenden. Dabei liegt der Fokus zunehmend auf lokalen Inhalten, die an die kulturellen und sprachlichen Gegebenheiten angepasst und personalisiert werden. Gleichzeitig gibt es eine Bereitschaft, für hochwertige Video- und Audioproduktionen zu bezahlen und eine Offenheit für In-Game Einkäufe. Werbefinanzierte Streaming-Angebote von Anbietern wie [Videoland](#) stoßen ebenfalls auf Interesse.<sup>77</sup> Der Umsatz wächst 2024 in dieser Nische voraussichtlich um rund neun Prozent.<sup>78</sup>

Amsterdam ist ein wichtiger Werbestandort und beherbergt mehrere international führende Werbeagenturen wie z. B. WPP oder 180 Global. Die Zahl der Werbeunternehmen beläuft sich auf rund 28.800 und die Branche zählt rund 48.500 Beschäftigte (2022). Die digitale Werbung gewinnt schrittweise an Bedeutung. Diese wuchs im Zeitraum 2012 – 2023 um elf Prozent, während die analoge Werbung um zehn Prozent schrumpfte.<sup>79</sup> Der Anteil der digitalen Werbung an den gesamten Werbeinvestitionen hat im Vergleich zur traditionellen Werbung in den letzten Jahren stetig zugenommen und stellt heute über 70 Prozent. 2024 werden in den Niederlanden voraussichtlich über fünf Mrd. Euro für digitale Werbung ausgegeben.<sup>80</sup> Die Verteilung der Umsatzanteile lokaler Unternehmen zu globalen Unternehmen stabilisierte sich von 2022 auf 2023. Dies ist u. a. auf Investitionen zu Gunsten von lokalen Medienagenturen zurückzuführen, die der zunehmenden Konzentration großer, internationaler Tech-Unternehmen entgegenwirken.

### Designwirtschaft

Der niederländische Designmarkt beschäftigt rund 55.000 Personen und umfasst rund 80.000 Unternehmen (2022). Ein hohes Fachwissen und renommierte Designhochschulen, wie z. B. die Design Academy in Eindhoven, sind charakteristisch für diesen Wirtschaftszweig. Die Marke „Dutch Design“ steht für innovative, unkonventionelle, progressive Ansätze und verkörpert einen hohen Qualitäts- und Designanspruch. Zudem ist die Cradle-to-Cradle®-Philosophie ein wichtiger Bestandteil von zeitgenössischen niederländischen Designs. Das lässt sich u. a. am Beispiel des Fliesenherstellers [Mosa](#) veranschaulichen, der aus Keramik innovative Produkte entwickelt. Am Beispiel [Philips Experience Design](#) zeigt sich die vielversprechende Kombination aus Design und Unternehmertum. Ein bedeutender Anteil von niederländischen Designerinnen und Designern arbeitet nämlich in In-House-Designabteilungen von größeren Unternehmen. Die [Dutch Design Week](#) dient als wichtige Plattform, wo mit den Möglichkeiten des Designs experimentiert wird, um Lösungen für komplexe Herausforderungen in den Bereichen zirkuläres Bauen, Wohnen, Gesundheit, inklusive Gesellschaft, Abfallwirtschaft und vielem mehr zu entwickeln.

77 PWC (2019)

78 Statista (2024c)

79 Deloitte (2024)

80 Statista (2024b)

## Cross Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Niederlande gehören zu den Innovationsführern im europäischen Vergleich und zeichnen sich u. a. durch ein überdurchschnittliches Maß an wissensintensiven Dienstleistungen und eine hohe Unternehmens- und Gründungsaktivität aus.<sup>81</sup> Der hohe Grad an Forschung und Entwicklung spiegelt sich auch in der starken Fokussierung auf cross-innovative Potenziale der KKW zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen wider. Der Anteil an Personen, die in einem kreativen Beruf innerhalb oder außerhalb der KKW tätig sind, steigt in den Niederlanden kontinuierlich.<sup>82</sup> Dadurch wird der Ausbau sektorübergreifender Verflechtungen begünstigt.

Die KKW gilt als eine von neun Top-Sektoren in den Niederlanden und als strategisch bedeutende, schnell wachsende Branche für Cross Innovation, charakterisiert durch die starke Verknüpfung von Wissen, Kreativität und Unternehmertum. Der Anteil an Kreativunternehmen an den Unternehmen insgesamt in den Niederlanden war im Jahr 2020 im europäischen Vergleich am höchsten.<sup>83</sup> Zudem wird eine internationale Orientierung insbesondere in Richtung Deutschland verstärkt gesucht.<sup>84</sup> Die KKW ist Treiberin für innovative Anwendungen in anderen Sektoren, vom Energiesektor, dem Gesundheitswesen über den Einzelhandel bis zum Verarbeitenden Gewerbe. Gleichzeitig ergeben sich auch für die KKW Chancen durch technologische Innovationen, wie z. B. neuer Grafiksoftware oder dem Metaverse. Kreative Zentren und praktische Testumgebungen (sog. Creative Hubs und Field Labs) werden eingesetzt, um entsprechende Kollaborationen zu ermöglichen und Lösungen mit Praxisbezug zu entwickeln. So dient das [Gaming Field Lab](#) dazu, innovative Technologien aus der Games-Branche für die Forschung nutzbar zu machen und gleichzeitig die Chancen

für Spieleentwicklerinnen und -entwickler zur Lösung praktischer Probleme voranzutreiben. Die Field Labs [Social Cohesion](#) und [Sens of Home](#) haben zum Ziel, den sozialen Zusammenhalt zu stärken bzw. die Potenziale der KKW für ältere Menschen und ihr Wohlbefinden auszuloten. Im Bereich immersive Technologien, Rundfunk- und Videotechnik gilt der [Media Park Hilversum](#) als wichtiges Cluster, wo sich Medienunternehmen, Sendeanstalten, Produktionshäuser und Bildungseinrichtungen unter einem Dach versammeln.

## Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Förderung der KKW in den Niederlanden umfasst mehrere Stränge, die sich jeweils auf unterschiedliche Teilmärkte konzentrieren. Das vom niederländischen Wachstumsfonds unterstützte Programm [Creative Industries Immersive Impact Coalition](#) (CIIC) zielt darauf ab, im Zeitraum 2025 – 2029 die Möglichkeiten von Immersive Experiences (IX) auszuschöpfen. [Der Creative Industries Fund NL](#) ist einer von sechs nationalen Kulturförderprogrammen und bietet spezifische Zuschüsse für Projekte aus den Bereichen Architektur, Design und digitale Kultur. Weitere Beispiele umfassen den [Fonds Podiumkunsten](#) für professionelle Musik, (Musik-)Theater, Tanz und Festivals und den [Nederlands Filmfonds](#), worüber die unabhängige Filmproduktion gefördert und dadurch die kulturelle Vielfalt ermöglicht werden soll. Im Buchmarkt bietet der [Nederlands Letterenfonds](#) entsprechende Anreize in Form von Stipendien und Preisen für Schriftstellerinnen, Schriftsteller, Übersetzerinnen und Übersetzer oder Verlegerinnen und Verleger. In der Bildenden Kunst ist es der [Mondriaan Fund](#), der Talentpreise verleiht und den Nachwuchs fördert.

81 European Innovation Scoreboard (2024)

82 Media Perspectives (2023)

83 European Investment Fund (2021)

84 Dutch Industry (2024)

# Anwendungspotenziale von Künstlicher Intelligenz in der Kultur- und Kreativwirtschaft

---



## Verständnis von Künstlicher Intelligenz

### INFO

#### Inhaltliche Grundlage und Methodik

Grundlage für dieses Schwerpunktthema bilden Studien und Berichte, die im Rahmen von Desk-Research ausgewertet wurden. Zudem wurden Interviews mit Branchen-Expertinnen und -Experten geführt. Ein großer Dank für die Zeit und das Teilen ihrer Expertise geht an die Gesprächspartnerinnen und -partner:

**Max Wiedemann** (Produzent) und **Danilo Pejakovic** (KI-Experte), Leonine Studios

**Karoline Istanbuli** (Marketingmanagerin), dtv Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

**Lucy Czachowski** (Policy Officer AI & Cloud), Bitkom

**Thomas Riedel** (Tech-Journalist)

### INFO

#### Was ist Künstliche Intelligenz?

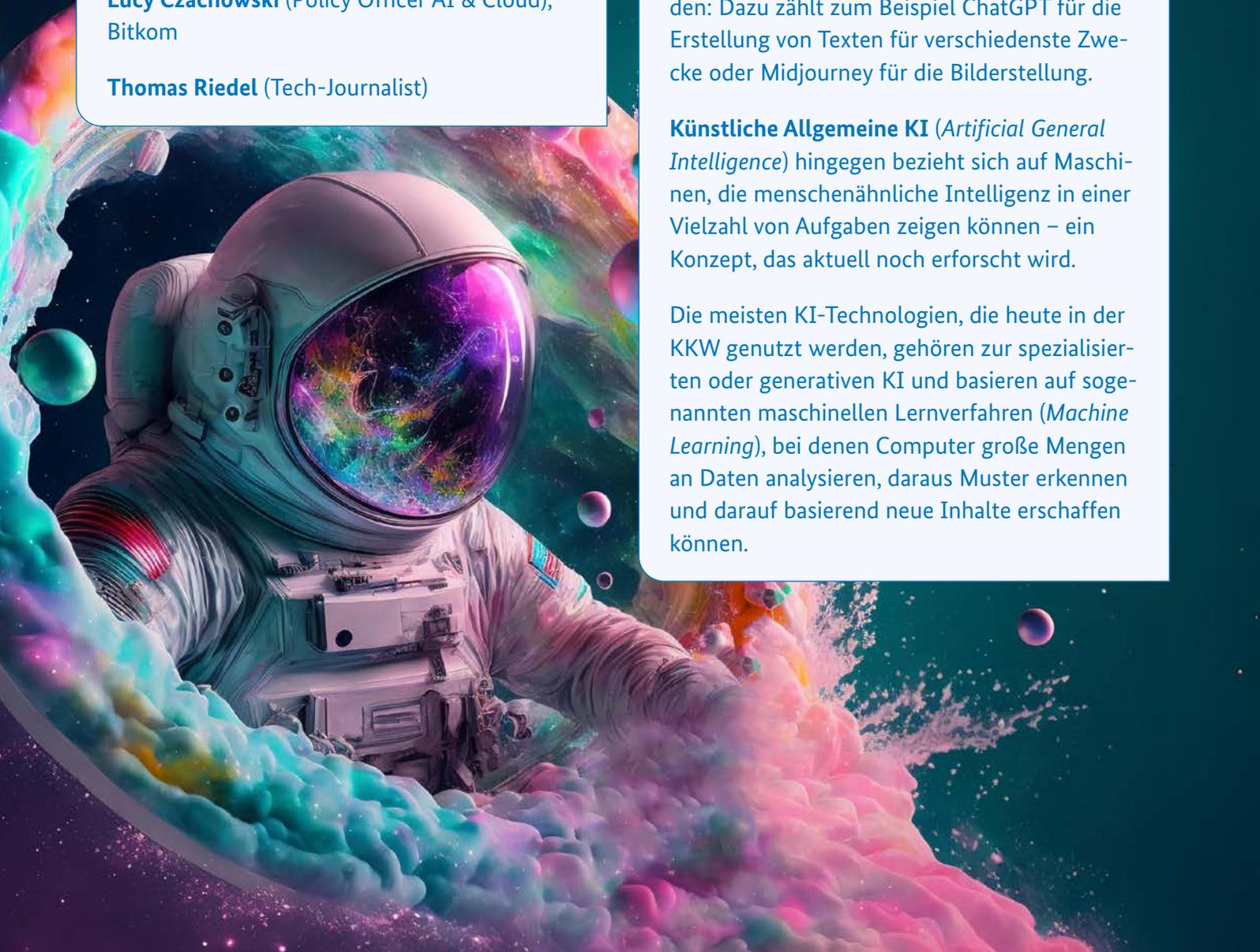
Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet Systeme und Technologien, die in der Lage sind, Aufgaben zu lösen, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern. Dazu gehört z. B. das Erkennen von Bildern, das Verstehen von Sprache oder das Treffen von Entscheidungen. Es gibt verschiedene Arten von KI, die sich grob betrachtet in drei Kategorien einteilen lassen:

**Spezialisierte KI** (*narrow AI*) ist auf bestimmte Aufgaben spezialisiert, etwa die Erkennung von Verkehrsschildern.

**Generative KI** kann allgemeiner genutzt werden: Dazu zählt zum Beispiel ChatGPT für die Erstellung von Texten für verschiedenste Zwecke oder Midjourney für die Bilderstellung.

**Künstliche Allgemeine KI** (*Artificial General Intelligence*) hingegen bezieht sich auf Maschinen, die menschenähnliche Intelligenz in einer Vielzahl von Aufgaben zeigen können – ein Konzept, das aktuell noch erforscht wird.

Die meisten KI-Technologien, die heute in der KKW genutzt werden, gehören zur spezialisierten oder generativen KI und basieren auf sogenannten maschinellen Lernverfahren (*Machine Learning*), bei denen Computer große Mengen an Daten analysieren, daraus Muster erkennen und darauf basierend neue Inhalte erschaffen können.



Künstliche Intelligenz (KI) liegt in aller Munde – in der Gesellschaft, in der Politik und auch in der KKW. Das zeigen auch die Teilmarktsteckbriefe des Monitoringberichts. Dass die KKW sich KI zu Nutze macht, ist nicht neu: Schon seit Jahrzehnten experimentieren Künstlerinnen und Künstler mit KI.<sup>85</sup> Mit Hilfe von KI-Programmen wird Musik komponiert oder (Bewegt-) Bild optimiert. Viele künstlerische Institutionen präsentieren seit Jahren immer wieder KI-bezogene oder -generierte Kunst. Streamingplattformen wie Spotify nutzen längst Algorithmen, um ihren Hörerinnen und Hörern passende Musik vorzuschlagen.

**Was neu ist: die hohe Qualität, die große Quantität und die breite Verfügbarkeit von KI-Tools. KI wird in der KKW immer stärker zum Teil des Alltags und so auch zu einem wesentlichen wirtschaftlichen Treiber.**

KI hat das Potenzial, Kreativschaffende in ihrer Kreativität maßgeblich zu unterstützen, indem sie **Prozesse beschleunigt**, als **Sparringspartner** fungiert oder zeitraubende **Routineaufgaben übernimmt**. Das schafft Platz für mehr kreative Arbeit und für Innovation. Sie kann **transformativ** wirken – also die Arbeit, wie sie heute gemacht wird,

schneller und besser machen. Sie kann aber auch **disruptiv** wirken – also die Art und Weise, wie kreative Werke entstehen, komplett verändern.

Schon heute ist klar: KI ist mehr als nur ein Hype. Ähnlich wie in den 1990er-Jahren bei „dem Internet“ ist dabei noch nicht absehbar, welche transformativen oder sogar disruptiven Wirkungen sie entfalten wird. So gingen die Google-Anfragen Anfang 2023 für den Suchbegriff „Künstliche Intelligenz“ sprichwörtlich durch die Decke, seitdem ist aber ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen.<sup>86</sup> Der Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies 2023 platziert die generative KI derzeit auf dem „Gipfel der überzogenen Erwartungen“: In dieser Phase beginnen Unternehmen, die **realen Anwendungsmöglichkeiten und Einschränkungen** von KI zu verstehen und ihre Strategien entsprechend anzupassen.<sup>87</sup> Gleichzeitig öffnet die Verbreitung Künstlicher Intelligenz ein Fenster für Deutschland und Europa, in Sachen Produktionspotenzial wieder aufzuholen, wie zuletzt eindrücklich im Draghi-Bericht beschrieben.<sup>88</sup> Eine spannende und wichtige Phase für die KKW, die zeigen wird, wie sich Geschäftsmodelle in Zukunft durch KI verändern werden.

85 Schon in den 1970er Jahren entwickelte z. B. der Künstler Harold Cohen das [KI-System „AARON“](#).

86 Google Trends

87 Gartner (2023)

88 Europäische Kommission (2024c)

## INFO

Die Anwendung von KI-Technologien birgt nicht nur **Potenziale**, sie stellt die Branche auch vor große **Herausforderungen**, z. B. in Bezug auf den Schutz von Urheberrechten. Ein großer Schritt, diesen Herausforderungen zu begegnen, ist das Anfang 2024 verabschiedete EU-Gesetz zur Künstlichen Intelligenz.

### Das EU-Gesetz zur Künstlichen Intelligenz (EU AI Act)

Mit der **europäischen KI-Verordnung** (EU AI Act) ist im August 2024 erstmals ein umfassendes Regelwerk für KI in Kraft getreten. Die Verordnung soll bessere Bedingungen für die Entwicklung und Nutzung von KI schaffen und damit Innovationen fördern. Dabei verfolgt sie einen risikobasierten Ansatz. Das heißt, je höher das Risiko für Gesundheit, Sicherheit oder fundamentale Rechte bei der Anwendung eingeschätzt wird, desto strenger sind auch die Vorgaben. Zugleich bietet die Verordnung Kreativschaffenden bzw. Rechteinhaberinnen und Rechteinhabern **wirksame Instrumente**, um die Ausübung und Durchsetzung ihrer Rechte zu erleichtern. Dazu gehören auch die Verpflichtungen für Anbietende von KI-Modellen mit allgemeinem Verwendungszweck,

- eine hinreichend **detaillierte Zusammenfassung** der für das Training ihrer Modelle verwendeten Inhalte zu erstellen und veröffentlichen,
- **technische Dokumentationen** des Modells zur Verfügung zu stellen
- und eine **Strategie zur Einhaltung des Urheberrechts** auf den Weg zu bringen – unabhängig davon, wo sie Daten erworben oder ihre KI-Modelle trainiert und entwickelt haben.

Urheberinnen und Urheber, die bspw. Fotografien auf ihrer Website hochgeladen, der **Nutzung ihrer Werke** für das Training von KI-Modellen aber widersprochen haben, sollen ihre Rechte damit einfacher ausüben und durchsetzen können. Zudem wurde eine **Kennzeichnungspflicht** für alle von KI-Systemen generierten Inhalte, von Audio über Bild bis Video, aufgenommen.<sup>89</sup>

Eine breite Koalition europäischer Verbände aus der KKW haben den EU AI Act ausdrücklich begrüßt, fordern aber auch dessen Durchsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung ein.<sup>90</sup>

Mehr zum EU-AI-Act: <https://artificialintelligenceact.eu/ai-act-explorer/>



<sup>89</sup> Culture Action Europe (2024)

<sup>90</sup> International Federation of the Phonographic Industry (2024)

## Künstliche Intelligenz in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Zahlen

Zur Nutzung von KI-Tools in der KKW liegen in der Breite noch keine umfassenden Daten vor. Umfragen und Analysen von Verbänden und Plattformen deuten jedoch darauf hin, dass bei vielen Kreativschaffenden KI schon längst Teil des Arbeitsalltags ist – und dass die Zahl der KI-Nutzenden in der

KKW steigt. Gleichzeitig zeigen die Umfragen, dass viele Kreativschaffende Sorgen in Bezug auf KI umtreiben, insb. zu Themen wie Urheberrecht, Kontrolle der eigenen Werke, fairer Kompensation und der Befürchtung, dass die KI bewährte Geschäftsmodelle obsolet machen könnte.

Prognostiziertes Umsatzwachstum von generativer KI für **Audio 60 %**, **Bild 66 %**, **Code 73 %**

S&P Global Market Intelligence 2023

**64 %** der Musikschaaffenden finden, dass Risiken die Chancen von KI überwiegen.

GEMA, SACEM, 2024

**8 von 10** Musikfans meinen: Menschliche Kreativität bleibt essenziell für die Erschaffung von Musik.

Ifpi, 2023

In **5 bis 10** Jahren könnten 50 % der Videospieldinhalte von KI entwickelt werden. Aktuell sind es weniger als fünf Prozent.

Bain & Company, 2023

**100 %** der GWA-Agenturen nutzen regelmäßig **ChatGPT**.

GWA Frühjahrsmonitor, 2024

In **82 %** der Agenturen ist KI thematisch und organisatorisch in allen Organisationsbereichen eingeordnet.

GWA Frühjahrsmonitor, 2024

**2,2 %** der GWA-Agenturen meinen, KI/Machine-Learning sei für ihre Dienstleistung nicht relevant.

GWA Frühjahrsmonitor, 2024

**3** neue Kategorien gibt es beim German Design Award: AI in Communications Design/AI in Product Design/AI in Architecture.

**2/3** der Zeitungsverlage wollen KI für die Texterstellung nutzen – aber in sehr begrenztem Ausmaß.

BDZV, 2024

**94 %** der befragten Digital- und Zeitungspublisher erwarten, dass KI Freiräume für die Redakteurinnen und Redakteure schafft.

BDZV, 2024

**42 %** der bildenden Künstlerinnen und Künstler haben schon Erfahrung mit KI gemacht.

GWA Frühjahrsmonitor, 2024

**45 %** der bildenden Künstlerinnen und Künstler denken: Bildende Kunst wird sich durch KI grundlegend verändern.

Stiftung Kunstfonds, 2024

## Anwendungspotenziale von Künstlicher Intelligenz für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Die hier zusammengetragenen Zahlen und die Steckbriefe des Monitoringberichts zeigen: KI ist in den Teilmärkten der KKW präsent, sie birgt Chancen für mehr Effizienz und kann Freiräume für echte, menschliche Kreativität schaffen. Klar ist dabei auch: Berufsbilder werden sich – teils radikal – verändern, Geschäftsmodelle werden verschwinden und neue entstehen. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, bedarf es zum einen Regulierungen, die insbesondere die Urheberrechte Kreativschaffender schützen und gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit bewahren. Zum anderen sind **innovative Lösungen** gefragt: Eine davon ist bspw. die Plattform [Spawning](#), mittels derer überprüft werden kann, ob eigene Werke für das Training von KI genutzt wurden – und der Möglichkeit, der Nutzung zu widersprechen.

Viele Kreativschaffende begegnen den neuen Möglichkeiten, die sich durch KI-Systeme eröffnen, mit Begeisterung und Neugierde, testen, verwerfen, lernen, lassen sich inspirieren und entwickeln innovative Lösungswege. Insbesondere größere Kreativunternehmen haben teilweise schon heute Rollen wie KI-Beauftragte oder KI-Botschafterinnen und KI-Botschafter geschaffen, die bspw. den Wissensaustausch innerhalb des Unternehmens koordinieren, Tools testen und bewerten und die Mitarbeitenden kontinuierlich transparent informieren. Die Anwendungspotenziale von KI in der KKW lassen sich in fünf Kategorien aufteilen, die in diesem Kapitel erläutert werden.



Die Frage „Wie kann die KI mich unterstützen?“ ist so wenig zielführend wie die Frage „Wie kann das Internet mich unterstützen?“ – sie ist zu offen gestellt. In der Praxis dient die KI häufig gar nicht unbedingt als Lösung eines Problems, sondern eher als Wegweiser in Richtung der Lösung. Schon beim Formulieren der richtigen Prompts, also der Anweisungen an die KI, muss die Aufgabe konkret durchdacht werden. Die Inhalte, die die KI produziert, werden von Menschen geprüft und bewertet. Know-how, Erfahrungswissen, menschliche Kreativität werden dafür weiterhin gebraucht. KI-Tools können menschliche Fähigkeiten freilegen und verstärken – ersetzt werden sie dadurch nicht.

Branchen-Expertinnen und -Experten bestätigen: Vielen Menschen in der KKW sind die Risiken und Herausforderung der Nutzung von KI bewusst, sie erkennen und ergreifen aber gleichzeitig auch die Chancen der Tools. ChatGPT, Midjourney & Co. haben sie längst in ihren Arbeitsalltag integriert – Effizienzgewinne, Faszination und Neugierde überwiegen in der Praxis häufig bestehende Unsicherheiten. Dabei geht es aktuell hauptsächlich um KI-Tools als Sparringspartner oder für die Erleichterung alltäglicher Aufgaben und Prozesse. Die eigentliche kreative Arbeit liegt auch heute noch eindeutig **beim Menschen**.

Die folgenden Kapitel zeigen exemplarisch auf, wie sich die dargestellten Anwendungspotenziale konkret auf die praktische Arbeit von Kreativschaffenden auswirken können.

### Schnell zu Ergebnissen kommen: Erstellung und Optimierung von Text, (Bewegt-) Bild, Sprache und Musik

Die Erstellung von Text, Bild und Audio in Form von Sprache und Musik mit KI hat in den letzten Jahren einen großen Sprung nach vorne gemacht: Artikel, Posts und auch Videos können in hoher Qualität automatisch erstellt und optimiert werden, sowohl mit Blick auf Tonalität, Lesbarkeit und

Verständlichkeit als auch für die Auffindbarkeit durch Suchmaschinen. Das gilt insb. für eher standardisierte Formate wie die Berichterstattung über Sportereignisse, das Wetter oder den Verkehr. Automatische Übersetzungen funktionieren so einfach (und gut) wie nie. Design-Prototypen für Websites und Games, oder auch architektonische Modelle oder Storyboards für Filme oder Werbung lassen sich mit KI in einem Bruchteil der Zeit generieren. Dies gilt auch für Soundeffekte und die Komposition von Musikstücken. Mit textlichen Anweisungen lassen sich Bilder (Text-to-Image) und Videos erstellen (Text-to-Video). Entwürfe für Buchcover können mit KI-Grafik-Tools erstellt und anschließend von Grafikerinnen und Grafikern weiterverarbeitet werden. Die KI kann auch sprechen: Mittels „Text-to-Speech“-Tools können Hörbücher, Zeitungsartikel oder Werbespots für Streams und Radio mit menschenähnlicher Stimme aufgenommen werden.<sup>91</sup> Die Betonung liegt auf „menschenähnlich“: Wie auch bei kreativen Leistungen fehlt es hier zumeist noch an der emotionalen Tiefe.

Die dafür verwendeten KI-Tools basieren auf einem umfangreichen Training mit großen Text-, Audio- und Bildkorpora. Sie erkennen Muster und Stile und können diese nachahmen. Damit gehen maßgebliche urheberrechtliche und auch ethische Fragen einher, die in den Steckbriefen der einzelnen Teilmärkte thematisiert werden. Diese zu beantworten ist nicht allein Aufgabe der KKW, sondern vielmehr eine gesamtgesellschaftliche und politische Herausforderung. Gleichzeitig bietet die Automatisierung standardisierter Prozesse und die Beschleunigung der Erstellung von Prototypen große Chancen für die KKW: mehr Zeit für echte Kreativität und den Kern ihrer Professionen. So ist bspw. die Texterstellung nur das Endprodukt des Journalismus: Die zentrale Arbeit – Konzeption, Storyline, Recherchen, Interviews etc. – findet vorher statt.

## Repetitive Aufgaben von der KI erledigen lassen: Effizienzsteigerung und Prozessoptimierung

KI hat in der Effizienzsteigerung und Prozessoptimierung mittlerweile einen festen Platz, z. B. in der Produktion und Postproduktion von Bild, Ton und Audio oder auch beim Erstellen oder Überprüfen von Code für Videogames. Insbesondere bei Aufgaben, die im weiteren Sinne mit Textverarbeitung zu tun haben, sind KI-Tools heute schon stark: Sie fassen bspw. Bücher zusammen, die Verlagsvertreterinnen und -vertreter für die Vermarktung kennen müssen, oder erstellen aus Drehbüchern detaillierte Drehpläne. Texte und andere Inhalte können mittels KI automatisch verschlagwortet und umfangreiche Archive dadurch zugänglich gemacht werden.<sup>92</sup> Auch Architektinnen und Architekten kann KI dabei unterstützen, Grundrisse zu optimieren oder Entwürfe auf die Einhaltung von Baunormen zu überprüfen.

Große Datenmengen („Big Data“) können mithilfe von Machine Learning, einem Teilgebiet der KI, in einem Maße geclustert und bspw. für journalistische und investigative Zwecke ausgewertet werden. Händisch wäre dies nicht oder nur mit enormem Aufwand zu bewältigen. Auch kann die KI zur Verifikation von Inhalten und der Erkennung und Reduzierung von Hate Speech beitragen.<sup>93</sup>

Komplexere Prozesse und Arbeitsabläufe mithilfe von KI-Tools zu automatisieren, kann jedoch auch viel Arbeit bedeuten – Aufwand und Nutzen sollten dabei sorgfältig abgewogen werden. Zudem bedeutet die Automatisierung von Prozessen mittels KI-Tools häufig eine Bindung an die Anbietenden der KI-Plattform. Auch dies sollte gut überlegt sein.

Gerade bei der Prozessoptimierung kann die KI stattdessen indirekt unterstützen: Anstatt einen Prozess, wie bspw. die Bearbeitung einer umfangreichen Excel-Tabelle für das Lizenzmanagement von Filmen, aufwendig (und womöglich nicht erfolgreich) mit KI zu automatisieren, kann die

KI stattdessen einmalig Excel-Makros generieren, die den Prozess vereinfachen, ohne den Prozess selbst mit einem KI-Tool aufzusetzen.

## Die richtigen Menschen erreichen: Personalisierung und Zielgruppenanalyse

Das Erkennen von Mustern in Daten wird dazu eingesetzt, das Nutzungsverhalten zu analysieren. Der Analyse sind durch den Datenschutz zwar wichtige Grenzen gesetzt, die auch die KI nicht umgehen darf. Sofern die Daten jedoch verfügbar und legal nutzbar sind, werden KI-Technologien häufig von großen Plattformen und (Medien-) Unternehmen eingesetzt, um individuelle Nutzungspräferenzen zu analysieren und individuell angepasste Vorschläge zu machen. So werden z. B. mittels Algorithmen maßgeschneiderte Playlists beim Musik- oder Videostreaming erstellt. Das sorgt für ein gutes Nutzungserlebnis und somit potenziell auch für höhere Werbeeinnahmen. Mittel Text-to-Image- oder Text-to-Video-Tools können zudem mit sehr viel weniger Aufwand als zuvor personalisierte Werbekampagnen erstellt werden.

## Inspiziert werden: Künstlerische Unterstützung und Kreativität

Wie originell und authentisch sind Ideen einer KI, die ihre Vorschläge auf bestehenden Daten basiert? Was genau macht Kreativität aus? Eine weitreichende Frage, die nicht abschließend zu beantworten ist. Gleichzeitig ist klar: KI kann inspirieren, befähigen und vorhandene Fähigkeiten stärken. In einem iterativen Prozess aus Input in das KI-Tool und der Reaktion auf dessen Ergebnisse können originelle Kunstwerke entstehen, kreative Kampagnen entwickelt, Buchtitel gebrainstormt oder Design-Varianten durchgespielt werden. Kreativschaffende können KI auch basierend auf ihren eigenen Werken trainieren und so Variationen in ihrem Stil kreieren lassen – eine große potenzielle Inspirationsquelle.

92 Grünke, P., Litsche, S. & Starchenko, S. (2024)

93 ebd.

Mit fortgeschrittenen LLMs (Large Language Models) lassen sich sogar richtige Gespräche führen – das LLM hat dabei vergangene Gespräche gespeichert und kann so bei der Reflexion und Weiterentwicklung von Ideen unterstützen, Zusammenhänge erkennen und auf Widersprüche hinweisen.

### Neue Umsatzquellen erschließen: Innovative Nutzungs- und Geschäftsmodelle

Die Entwicklung von KI hat die Tür zu innovativen Nutzungs- und Geschäftsmodellen geöffnet, die zuvor undenkbar waren. Die Automatisierung bzw. Beschleunigung der Erledigung von Aufgaben, bspw. im Game-Design, schafft mehr Zeit für kreative oder besonders innovative und komplexe Leistungen, wie die Entwicklung von individuell auf die Spielenden abgestimmte Charaktere oder Spielwelten. In der Architektur, der Werbung oder auch der Kunst bedeutet der Zeitgewinn bei der Erstellung von Entwürfen mehr Kapazität, noch gezielter auf Bedürfnisse von Kundinnen und Kunden bzw. Zielgruppen einzugehen. Das Geschäftsmodell könnte sich hier stärker aus einer „handwerklichen“ in eine beratende Funktion verschieben. Wahrscheinlich ist auch die Entstehung neuer, spezialisierter Service-Agenturen und Tool-Anbieter, die einzelne Arbeitsschritte mit KI automatisieren, vereinfachen oder neue Impulse einbringen können. Im Rundfunk gibt es erste Experimente, Radiosendungen mittels Text-to-Speech-Technologie von KI moderieren zu lassen. Auch in der Filmwirtschaft werden Möglichkeiten eruiert: Virtuelle Schauspielerinnen und Schauspieler könnten zum Einsatz kommen. Sowohl eigens geschaffene digitale Avatare als auch legale „Deepfakes“ von existierenden Schauspielerinnen und Schauspielern sind denkbar. Mittels einer Lizenzgebühr könnten die von ihren digitalen Avataren profitieren. Agenturen könnten sich auf das Angebot virtueller Schauspielender spezialisieren.

Der „Ersatz“ echter Menschen durch die KI ist in allen Teilmärkten, vor allem aber in der Filmwirtschaft, höchst umstritten: 2023 sorgte der Streik

der Drehbuchautorinnen und -autoren sowie der Mitglieder der US-Schauspielgewerkschaft Screen Actors Guild-American Federation of Television and Radio Artists (SAG-AFTRA) monatelang für Schlagzeilen. Einer der Hauptgründe für den Streik: die Forderung nach einer Regelung des Einsatzes von KI in der Produktion von Filmen und Serien.

### Weitere Anwendungspotenziale

KI kann Nachhaltigkeit fördern. Das klingt zunächst paradox, ist doch der Energie- und Wasserbedarf von KI enorm und wächst rasant. Gleichzeitig kann KI jedoch dabei unterstützen, bspw. im Modedesign Produktionszyklen zu optimieren und mittels von Vorhersageanalysen Überproduktion zu vermeiden. Auch in der Architektur kann KI dabei unterstützen, innovative Gebäudekonzepte zu entwickeln und umzusetzen, die besonders energieeffizient oder sogar klimapositiv sind.

Ein weiteres Potenzial liegt in der Erkennung und Vermeidung von Biases, also einer systematisch verzerrten Wahrnehmung, oder in der Erkennung von Deep Fakes, in denen z. B. Gesichter in Videos ausgetauscht oder Stimmen „gestohlen“ werden. Diese Probleme werden durch die KI zum Teil zwar erst geschaffen bzw. verstärkt, in der KI kann aber auch gleichzeitig ihre Lösung liegen.

## Fazit

**#1 KI-Anwendungen wirken transformativ und potenziell auch disruptiv.** Schon heute machen sie bestehende Prozesse besser und schneller – sie könnten aber den Schaffungsprozess selbst komplett verändern.

**#2 Viele Kreativschaffende haben begonnen, KI in ihren Arbeitsalltag zu integrieren.** Gleichzeitig blicken viele mit Skepsis und Sorge auf die Entwicklungen. Es bestehen teils große Unsicherheiten.

**#3 KI schafft Herausforderungen, trägt aber auch zu Lösungen bei.** Deep Fakes und Fake News zu erkennen oder ressourcenschonende Produktionszyklen zu entwickeln gehört dazu.

**#4 Durch Einsatz von KI werden neue Berufsbilder und Aufgabenfelder in der KKW entstehen.** Andere werden verschwinden. Diese Transformation gilt es fair zu gestalten.

**#5 KI-Anwendungen entwickeln sich weiterhin hochdynamisch.** Die nächsten Jahre werden zeigen, welche Anwendungen die KKW wirklich weiterbringen werden.

**#6 Es besteht kurz- und langfristig ein hoher Weiterbildungsbedarf.** Angesichts der dynamischen Entwicklung gehört ein aktiver Austausch innerhalb der Unternehmen und der Branche dazu.

# Anhang

---



## Bezugsgrößen und statistische Quellen

### Bruttowertschöpfung

Daten zur Bruttowertschöpfung werden in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Bundesamtes ausgewiesen. Grundlage ist die Bruttowertschöpfung zu jeweiligen Preisen der VGR. Die Bruttowertschöpfung steht in der VGR nur auf Ebene der Wirtschaftsabteilungen (Zweisteller) zur Verfügung und eignet sich deshalb nicht direkt für die Teilmarkt-Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dementsprechend wird eine Gewichtung auf Basis der Umsatzverteilung aus der Umsatzsteuerstatistik vorgenommen, um den einzelnen Wirtschaftszweigen der Kultur- und Kreativwirtschaft individuelle Wertschöpfungswerte zuzuweisen. Die VGR liegt aktuell nur bis zum Jahr 2022 vor. Daten für 2023 wurden von Prognos geschätzt.

### Exporte

Die im vorliegenden Bericht ausgewiesenen Exporte beziehen sich auf steuerfreie Lieferungen und Leistungen mit Vorsteuerabzug aus der Umsatzsteuerstatistik (Vor Anmeldungen). Vor 2020 wurden Lieferungen und Leistungen von Selbstständigen und Unternehmen geführt, die mehr als 17.500 Euro Jahreseinkommen im Berichtsjahr erzielten. Im Jahr 2020 wurde diese Schwelle angehoben auf Unternehmen mit Umsätzen von über 22.000 Euro pro Jahr. Die Voranmeldungsstatistik liegt aktuell nur bis zum Jahr 2022 vor.

### Geringfügig Beschäftigte

Geringfügig Beschäftigte sind Personen in Arbeitsverhältnissen mit einem niedrigen Lohn (geringfügig entlohnte Beschäftigte, aktuell bis zu 520 Euro im Monat) oder mit einer kurzen Dauer (kurzfristig Beschäftigte, unter drei Monaten). Die Datenbasis bildet die Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (Stichtag 30. Juni).

## Gesamterwerbstätige

Gesamtzahl der Erwerbstätigen zusammengesetzt aus Selbstständigen und Mini-Selbstständigen sowie sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten.

### Indirekte Effekte

entstehen durch die Nachfrage der KKW nach Vorleistungsprodukten und -dienstleistungen in vorgelagerten Branchen. Datenbasis für Vorleistungen ist die Input-Output-Rechnung des Statistischen Bundesamtes. Die Input-Output-Rechnung beschreibt die produktions- und gütermäßigen Verflechtungen innerhalb einer Volkswirtschaft einschließlich der Güterströme zwischen der Volkswirtschaft und der übrigen Welt. Grundlage ist die Input-Output-Tabelle zu Herstellungspreisen (Inländische Produktion). Die Input-Output-Tabelle ist mithilfe der Statistischen Güterklassifikation (CPA) gegliedert. Die Güterkategorien beziehen sich auf die Wirtschaftszweige und entsprechen in etwa der Ebene der Wirtschaftsabteilungen (Zweisteller). Damit eignen sie sich nicht direkt für die Teilmarkt-Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dementsprechend wird eine Gewichtung auf Basis der Umsatzverteilung aus der Umsatzsteuerstatistik vorgenommen. Die Input-Output-Rechnung liegt aktuell nur bis zum Jahr 2021 vor.

### Induzierte Effekte

Durch die Konsumausgaben der direkten und indirekten Erwerbstätigen entstehen Arbeitsplätze und Wertschöpfung, die sich ebenfalls der KKW zuordnen lassen. Die Bruttoeinkommen der direkten und indirekten Erwerbstätigen werden für die Berechnungen um die Teile bereinigt, die nicht konsumwirksam sind. Hierzu gehören z. B. die Sparquote, Mehrwertsteueranteile oder die Ausgaben für Miete und damit verbundener Zahlungsverpflichtungen (z. B. Strom oder Gas).

## Mini-Selbstständige

Hierunter fallen Unternehmerinnen und Unternehmer, die eine gewerbliche oder berufliche Tätigkeit selbstständig ausüben und einen durchschnittlichen Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro (bis 2019) bzw. 22.000 Euro (seit 2020) erwirtschaften. Die statistische Basis ist die Anzahl Steuerpflichtiger unterhalb der Kleinunternehmensschwelle aus der Umsatzsteuerstatistik (Veranlagungen). Die Veranlagungsstatistik liegt aktuell nur bis zum Jahr 2020 vor. Daten für die Jahre 2020 bis 2023 wurden von Prognos geschätzt.

## Selbstständige/Unternehmen

Hierunter werden alle steuerpflichtigen Unternehmerinnen und Unternehmer gefasst, die jährlich einen durchschnittlichen Umsatz von mehr als 17.500 Euro (bis 2019) bzw. mehr als 22.000 Euro (seit 2020) erwirtschaften. Die statistische Basis ist die Anzahl Steuerpflichtiger aus der Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigungen). Aufgrund der Anhebung der Kleinunternehmensschwelle liegt ein Datenreihenbruch zwischen 2019 und 2020 vor, weshalb Entwicklungen nur für den Zeitraum vor 2020 und nach 2020 ausgewiesen werden können. Die Vorankündigungsstatistik liegt aktuell nur bis zum Jahr 2022 vor. Daten für 2023 wurden von Prognos geschätzt.

## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Diese Bezugsgröße beschreibt die Anzahl derjenigen Personen, die einer sozialversicherungspflichtigen Tätigkeit in der KKW nachgehen. Beamtinnen, Beamte, Selbstständige, mithelfende Familienangehörige, Berufs- und Zeitsoldatinnen wie -soldaten sowie Wehr- und Zivildienstleistende zählen nicht zu den sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten. Die Datenbasis bildet die Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (Stichtag 30. Juni).

## Umsatz

Die im vorliegenden Bericht ausgewiesenen Umsätze beziehen sich auf die steuerbaren Umsätze aus Lieferungen und Leistungen aus der Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigungen). Vor 2020 wurden Umsätze von Selbstständigen und Unternehmen geführt, die mehr als 17.500 Euro Jahreseinkommen im Berichtsjahr erzielten. Im Jahr 2020 wurde die Kleinunternehmensschwelle angehoben auf 22.000 Euro pro Jahr. Die Vorankündigungsstatistik liegt aktuell nur bis zum Jahr 2022 vor. Daten für 2023 wurden von Prognos geschätzt.

## Quellenverzeichnis

### Datenquellen

**BA (Statistik der Bundesagentur für Arbeit) (2024):** Beschäftigtenstatistik. Stichtag 30.06.

**DESTATIS (Statistisches Bundesamt) (2024):** Umsatzsteuerstatistik (Veranlagungen).

**DESTATIS (Statistisches Bundesamt) (2024a):** Umsatzsteuerstatistik (Vor Anmeldungen).

**DESTATIS (Statistisches Bundesamt) (2024b):** Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen des Bundes. Bruttowertschöpfung.

**DESTATIS (Statistisches Bundesamt) (2024c):** Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen des Bundes. Input-Output-Rechnung 2021 (Revision 2019, Stand: August 2023). Erschienen am 17. April 2024, ergänzt am 13. Juni 2024.

**Eurostat (2024):** Strukturelle Unternehmensstatistik.

### Literatur

**Art Cologne (2023).** Das war die ART COLOGNE 2023.

Online verfügbar unter: <https://www.artcologne.de/journal/beitraege/das-war-die-art-cologne-2023.php>, zuletzt abgerufen 08.07.2024.

**Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2024).** Dritter Bayerischer Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht, München.

Online verfügbar unter: [https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user\\_upload/stmwi/publikationen/pdf/3Kultur\\_Kreativwirtschaftsbericht\\_2024\\_240626\\_JR\\_bf.pdf](https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/publikationen/pdf/3Kultur_Kreativwirtschaftsbericht_2024_240626_JR_bf.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (2023).** Rechtliche Rahmenbedingungen. Umsatzsteuer. Stand 23.10.2023.

Online verfügbar unter: [https://www.kulturstaatsministerin.de/DE/kunst-und-kulturfoerderung/rechtliche-rahmenbedingungen/umsatzsteuer/umsatzsteuer\\_node.html](https://www.kulturstaatsministerin.de/DE/kunst-und-kulturfoerderung/rechtliche-rahmenbedingungen/umsatzsteuer/umsatzsteuer_node.html), zuletzt abgerufen am 04.07.2024.

**Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (2024).** Reform der Filmförderung auf einen Blick.

Online verfügbar unter: [https://www.kulturstaatsministerin.de/SharedDocs/Downloads/DE/2024/2024-02-13-pressematerialien-reform-der-filmfoerderung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.kulturstaatsministerin.de/SharedDocs/Downloads/DE/2024/2024-02-13-pressematerialien-reform-der-filmfoerderung.pdf?__blob=publicationFile&v=3), zuletzt abgerufen am 10.07.2024.

**Bitkom e. V. (2024a).** Angriffe auf die deutsche Wirtschaft nehmen zu.

Online verfügbar unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Wirtschaftsschutz-2024>, zuletzt abgerufen am 10.09.2024.

**Bitkom e. V. (2024b).** Generative KI im Unternehmen. Rechtliche Fragen zum Einsatz generativer Künstlicher Intelligenz im Unternehmen.

Online verfügbar unter: <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Generative-KI-im-Unternehmen>, zuletzt abgerufen am 25.11.2024.

**Bitkom e. V. (2024c).** Klimaeffekte der Digitalisierung 2.0. Studie zur Abschätzung des Beitrags digitaler Technologien zum Klimaschutz in Deutschland. Durchgeführt von accenture.

Online verfügbar unter: <https://www.bitkom.org/sites/main/files/2024-02/bitkom-studie-klimaeffekte-der-digitalisierung-2.pdf>, zuletzt abgerufen am 10.09.2024.

**Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2023).** Wie geht es dem Buchmarkt 2022/2023? Aktuelle Zahlen und Trends. Wirtschaftspressekonferenz, Frankfurt am Main.

Online verfügbar unter: [https://www.boersenverein.de/fileadmin/bundesverband/dokumente/markt\\_daten/marktforschung/wirtschaftszahlen/WIPK\\_2023\\_Praesentation.pdf](https://www.boersenverein.de/fileadmin/bundesverband/dokumente/markt_daten/marktforschung/wirtschaftszahlen/WIPK_2023_Praesentation.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Bpifrance (2024).** Bilan d'activité 2023 | Activité record : 63 milliards d'euros injectés dans l'économie française et 1,1 milliard d'euros de résultat net estimé [Tätigkeitsbilanz 2023 | Rekordtätigkeit: 63 Milliarden Euro in die französische Wirtschaft gepumpt und 1,1 Milliarden Euro geschätztes Nettoergebnis].

Online verfügbar unter: <https://presse.bpifrance.fr/bilan-dactivite-2023-activite-record-63-milliards-deuros-injectes-dans-leconomie-francaise-et-11-milliard-deuros-de-resultat-net-estime>, zuletzt abgerufen am 09.09.2024.

**Bundesarchitektenkammer (2024).** Leitfäden „BIM für Architekten“. Leistungsbilder, Implementierung, Bestand.

Online verfügbar unter: <https://bak.de/politik-und-praxis/digitalisierung/fuer-planende-digital-durchstarten/leitfaeden-bim-fuer-architekten/>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Bundesfachstelle Barrierefreiheit (2022).** FAQ zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG).

Online verfügbar unter: [https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Fachwissen/Produkte-und-Dienstleistungen/Barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/FAQ/faq\\_node.html#doc3b6cac20-a0bb-4b25-9f16-69d6e89b60cbodyText5](https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Fachwissen/Produkte-und-Dienstleistungen/Barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/FAQ/faq_node.html#doc3b6cac20-a0bb-4b25-9f16-69d6e89b60cbodyText5), zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2021).** Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz.

Online verfügbar unter: <https://www.bmas.de/DE/Service/Gesetze-und-Gesetzesvorhaben/verordnung-zum-barrierefreiheitsstaerkungsgesetz.html>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Bundesministerium für Bildung und Forschung (2013).** Projekt „Kultur macht stark – Bündnisse für Bildung“.

Online verfügbar unter: [https://www.buendnisse-fuer-bildung.de/buendnissefuerbildung/de/home/home\\_node.html](https://www.buendnisse-fuer-bildung.de/buendnissefuerbildung/de/home/home_node.html), zuletzt abgerufen am 27.08.2024.

**Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2020).** Gesetz zur Umsetzung der Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über europäische Unternehmensstatistiken zur Aufhebung von zehn Rechtsakten im Bereich Unternehmensstatistiken und zur Änderung anderer Statistikgesetze. Gesetzgebungsverfahren.

Online verfügbar unter: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Service/Gesetzesvorhaben/umsetzung-eu-rahmenverordnung-ubs-und-aenderung-weiterer-statistikgesetze.html>, zuletzt abgerufen am 20.11.2024.

**Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (2024).** Der Gebäudetyp E. Einfach, experimentell und effizient bauen.

Online verfügbar unter: <https://www.bmwsb.bund.de/SharedDocs/kurzmeldungen/Webs/BMWSB/DE/2024/07/gebaeudetyp-e.html>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2024).** Automatisiertes Zeitungslayout mit KI.

Online verfügbar unter: <https://www.bdzv.de/service/presse/branchennachrichten/2024/automatisiertes-zeitungslayout-mit-ki>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2024).** Trends der Zeitungsbranche 2024.

Online verfügbar unter: <https://www.bdzv.de/service/presse/pressemitteilungen/2024/trend-der-zeitungsbranche-2024>, zuletzt abgerufen am 16.12.2024.

**Bundesverband Freie Darstellende Künste (2022).** ECO RIDER.

Online verfügbar unter: [https://darstellende-kuenste.de/sites/default/files/2024-06/ECORIDER-DE-PDF\\_RZ\\_240626.pdf](https://darstellende-kuenste.de/sites/default/files/2024-06/ECORIDER-DE-PDF_RZ_240626.pdf), zuletzt abgerufen am 28.08.2024.

**Bundesverband Freie Darstellende Künste (2023).** Staffellauf fürs Klima – Performing for Future-Netzwerk [Video]. YouTube.

Online verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=FqwnvAoI3DQ>, zuletzt abgerufen am 28.08.2024.

**Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen (2024).** Kostenlose Wochenzeitungen setzen KI und Nachhaltigkeit auf ihre Agenda.

Online verfügbar unter: <https://www.bvda.de/kostenlose-wochenzeitungen-setzen-ki-und-nachhaltigkeit-auf-ihre-agenda/>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Bundesverband Musikindustrie e.V. (2024).** Musikindustrie in Zahlen 2023, Berlin. Online verfügbar unter:

[https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06\\_Publikationen/MiZ\\_Jahrbuch/2023/MiZ\\_2023\\_E\\_Paper\\_2024\\_final\\_protected.pdf](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2023/MiZ_2023_E_Paper_2024_final_protected.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Culture Action Europe (2024).** European Parliament Adopts the AI Act: Implications for Culture [Das Europäische Parlament verabschiedet den AI Act: Auswirkungen auf die Kultur].

Online verfügbar unter: <https://cultureactioneurope.org/news/european-parliament-adopts-the-ai-act/>, zuletzt abgerufen am 20.11.2024.

**Dachverband Tanz Deutschland (2024).** Aktionstag „Tanz schafft Zusammenhalt“ am 13. September 2024 vor dem Brandenburger Tor.

Online verfügbar unter <https://www.dachverband-tanz.de/aktionstag-2024>, zuletzt abgerufen am 28.08.2024.

**Deloitte (2024).** Digital Advertising Spend 2023 the Netherlands [Ausgaben für digitale Werbung 2023 in den Niederlanden].

Online verfügbar unter: <https://view.deloitte.nl/rs/502-WIB-308/images/deloitte-nl-tmt-digital-ad-spend-study-2023.pdf?version=0>, zuletzt abgerufen am 07.08.2024.

**Deutscher Bühnenverein (2022).** Checkliste und Handlungsempfehlungen zur Energieeinsparung und zum Notfallplan Gas.

Online verfügbar unter <https://www.buehnenverein.de/de/verband/ziele-und-aufgaben.html?cmsDL=e3bfa650012bdf86cb8780ac24633ed9>, zuletzt abgerufen am 28.08.2024.

**Deutscher Journalisten-Verband (2024).** Inhalte nicht an KI verschenken.

Online verfügbar unter: <https://www.djv.de/news/pressemitteilungen/press-detail/inhalte-nicht-an-ki-verschenken/>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Deutsches Musikinformationszentrum (2021a).** Aus- und Einfuhr von Musikinstrumenten.

Online verfügbar unter <https://miz.org/de/statistiken/aus-und-einfuhr-von-musikinstrumenten>, zuletzt abgerufen am 14.01.2025.

**Deutsches Musikinformationszentrum (2021b).** Aus- und Einfuhr von Musikinstrumenten nach Ländern und Wert.

Online verfügbar unter: <https://miz.org/de/statistiken/aus-und-einfuhr-von-musikinstrumenten-nach-laendern-und-wert-auswahl>, zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Deutschlandfunk Kultur (2024).** Was sich bei der staatlichen Filmförderung ändern soll. Pläne der Kulturstaatsministerin.

Online verfügbar unter: <https://www.deutschlandfunkkultur.de/filmfoerderung-plaene-claudia-roth-100.html#filmfoerderungbisher>, zuletzt abgerufen am 10.07.2024.

**Erich Pommer Institut (2022).** Vorstellung der Ergebnisse der bundesweiten Erhebung zum Fachkräfte- und Weiterbildungsbedarf, Potsdam.

Online verfügbar unter: [https://www.spio.de/wp-content/uploads/Fallstudie\\_Fachkraefte-und-Weiterbildungsbedarfe-im-Produktions-und-Postproduktionssektor\\_kurz.pdf](https://www.spio.de/wp-content/uploads/Fallstudie_Fachkraefte-und-Weiterbildungsbedarfe-im-Produktions-und-Postproduktionssektor_kurz.pdf), zuletzt abgerufen am 10.07.2024.

**Europäische Kommission (2023).** Ergebnisse der Sondierungskonsultation zur Zukunft des Sektors der elektronischen Kommunikation und seiner Infrastruktur.

Online verfügbar unter: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/library/results-exploratory-consultation-future-electronic-communications-sector-and-its-infrastructure>, zuletzt abgerufen am 21.08.2024.

**Europäische Kommission (2024a).** European Innovation Scoreboard [Europäischer Innovationsanzeiger].

Online verfügbar unter: [https://projects.research-and-innovation.ec.europa.eu/en/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard/eis-2024#/eis?compare\\_year=2020](https://projects.research-and-innovation.ec.europa.eu/en/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard/eis-2024#/eis?compare_year=2020), zuletzt abgerufen am 20.08.2024.

**Europäische Kommission (2024b).** Guidelines for providers of VLOPs and VLOSEs on the mitigation of systemic risks for electoral processes [Leitfaden für Anbieter von VLOPs und VLOSEs zur Minderung systemischer Risiken bei Wahlprozessen].

Online verfügbar unter: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-providers-vlops-and-vloses-mitigation-systemic-risks-electoral-processes>, zuletzt abgerufen am 21.08.2024.

**Europäische Kommission (2024c).** Wettbewerbsfähigkeit der EU: Blick in die Zukunft.

Online verfügbar unter: [https://commission.europa.eu/topics/strengthening-european-competitiveness/eu-competitiveness-looking-ahead\\_en](https://commission.europa.eu/topics/strengthening-european-competitiveness/eu-competitiveness-looking-ahead_en), zuletzt abgerufen am 21.11.2024.

**European Investment Fund (2021).** Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe. A Sector to Invest in [Marktanalyse des Kultur- und Kreativsektors in Europa. Ein Sektor, in den man investieren sollte].

Online verfügbar unter: [https://www.eif.org/InvestEU/guarantee\\_products/ie-ccs-market-study.pdf](https://www.eif.org/InvestEU/guarantee_products/ie-ccs-market-study.pdf), zuletzt abgerufen am 20.08.2024.

**Dutch Industry (2024).** Top Sector Creative Industry [Top Sektor Kreativwirtschaft].

Online verfügbar unter: <https://dutchindustry.org/13/>, zuletzt abgerufen am 13.09.2024.

**game – Verband der deutschen Games-Branche e. V. (2023).** Umfrage zeigt große Bedarfe bei Fachkräftezugang im Games-Bereich.

Online verfügbar unter: [https://www.game.de/umfrage-zeigt-grosse-bedarfe-bei-fachkraeftezuzug-im-games-bereich/#game-image-2/0/game\\_Grafik\\_Diese-Fachkraefte-sind-fuer-Games-Unternehmen-besonders-schwierig-zu-rekrutieren-scaled.jpg](https://www.game.de/umfrage-zeigt-grosse-bedarfe-bei-fachkraeftezuzug-im-games-bereich/#game-image-2/0/game_Grafik_Diese-Fachkraefte-sind-fuer-Games-Unternehmen-besonders-schwierig-zu-rekrutieren-scaled.jpg), zuletzt abgerufen am 13.09.2024.

**game – Verband der deutschen Games-Branche e. V. (2024).** 6 Klima-Initiativen der Games-Branche. Online verfügbar unter:

<https://www.game.de/guides/game-umwelt-guide/6-klima-initiativen-der-games-branche/>, zuletzt abgerufen am 10.09.2024.

**Garcia, Ch. (2016).** Harold Cohen and AARON-A 40-Year Collaboration [Harold Cohen und AARON – eine 40-jährige Zusammenarbeit]. Computer History Museum.

Online verfügbar unter: <https://computerhistory.org/blog/harold-cohen-and-aaron-a-40-year-collaboration/>, zuletzt abgerufen am 20.11.2024.

**Gartner (2023).** What's New in the 2023 Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies [Was gibt es Neues im Gartner Hype Cycle 2023 für aufkommende Technologien?].

Online verfügbar unter: <https://www.gartner.com/en/articles/what-s-new-in-the-2023-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies>, zuletzt abgerufen am 25.11.2024.

**Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA (2024a).** Agenturpricing 2.0: Welchen Wert schafft Künstliche Intelligenz? – Im Gespräch mit Markus Hartmann.

Online verfügbar unter: <https://www.gwa.de/agentur-neuigkeiten/agenturpricing-2-0-welchen-wert-schafft-kuenstliche-intelligenz-im-gespraech-mit-markus-hartmann-zzpodcast-37/>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA (2024b).** Wie Künstliche Intelligenz die Erwartungen der Generationen spaltet.

Online verfügbar unter: <https://www.gwa.de/agentur-neuigkeiten/wie-kuenstliche-intelligenz-die-erwartungen-der-generationen-spaltet/>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.

**Geyer, T. (2023).** Directed by ChatGPT. edit.Magazin. Studierendenmagazin der Hochschule der Medien.

Online verfügbar unter: <https://www.edit-magazin.de/directed-chatgpt.html>, zuletzt abgerufen am 09.07.2024.

**Goldmedia (2024).** AI and Music. Market Development of AI in the Music Sector and Impact on Music Authors and Creators in Germany and France [KI und Musik. Marktentwicklung von KI in der Musikbranche und Auswirkungen auf Musikautoren und -schaffende in Deutschland und Frankreich]. Im Auftrag von GEMA und SACEM.

Online verfügbar unter: <https://www.goldmedia.com/studie-ki-und-musik-goldmedia-untersucht-auswirkungen-von-ki-auf-musik-sektor-in-deutschland-und-frankreich/>, zuletzt abgerufen am 16.12.2024.

**Goldmedia (2024).** KI und Bildende Kunst – Studie zu Chancen und Risiken. Im Auftrag der Initiative Urheberrecht für die Stiftung Kunstfonds.

Online verfügbar unter: [https://www.goldmedia.com/wp-content/uploads/2024/07/GOLDMEDIA\\_Studie\\_KI-und-Bildende-Kunst\\_24-06.pdf](https://www.goldmedia.com/wp-content/uploads/2024/07/GOLDMEDIA_Studie_KI-und-Bildende-Kunst_24-06.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Gruber, M. (2024).** Alle hassen Live Service Games, oder? Die Statistik sagt da etwas ganz anderes. esports.com.

Online verfügbar unter: <https://www.esports.com/de/alle-hassen-live-service-games-oder-die-statistik-sagt-da-etwas-ganz-anderes-436691>, zuletzt abgerufen am 11.09.2024.

**Grünke, P., Litsche, S. & Starchenko, S. (2024).** Demokratiekompetenz stärken. Herausforderung Künstliche Intelligenz und die Vermittlung von Medienkompetenz. die medienanstalten, Berlin.

Online verfügbar unter: [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/die\\_medienanstalten/Service/Studien\\_und\\_Gutachten/GVK\\_Gutachten\\_2024\\_Executive\\_Summary\\_dt.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Service/Studien_und_Gutachten/GVK_Gutachten_2024_Executive_Summary_dt.pdf), zuletzt abgerufen am 25.11.2024.

**GWA (2024).** Frühjahrsmonitor 2024. Online verfügbar unter: <https://www.gwa.de/studien/>, zuletzt abgerufen am 16.12.2024.

**Hardt, Ch. (2023).** Fachkräftemangel im Marketingsektor. marketing-BÖRSE.

Online verfügbar unter: <https://www.marketing-boerse.de/fachartikel/details/2332-fachkraeftemangel-im-marketingsektor/191765>, zuletzt abgerufen am 12.09.2024.

**Hoffmann, M., Holz, M. & Kranzusch, P. (2013).** Außenwirtschaftsaktivitäten von kleinen und mittleren Unternehmen im Lichte der amtlichen Statistik (No. 9). Daten und Fakten, Institut für Mittelstandsforschung, Bonn.

Online verfügbar unter: [https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/publikationen/daten\\_und\\_fakten/dokumente/Daten-und-Fakten-9\\_2013.pdf](https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/publikationen/daten_und_fakten/dokumente/Daten-und-Fakten-9_2013.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**idw – Informationsdienst Wissenschaft (2024).** Publikumspräferenzen bei digitalen Klassik-Events: Studien identifiziert drei Nutzer:innengruppen von Konzert-Streams.

Online verfügbar unter: <https://idw-online.de/de/news836675>, zuletzt abgerufen am 07.08.2024.

**International Federation of the Phonographic Industry (2024).** Engaging with Music 2023 [Interaktion mit Musik 2023].

Online verfügbar unter [https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023\\_full-report.pdf](https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf), zuletzt abgerufen am 16.12.2024.

**International Federation of the Phonographic Industry (2024).** EU AI ACT – Joint statement from European creators and rightsholders [EU AI ACT – Gemeinsame Erklärung von europäischen Urhebern und Rechteinhabern].

Online verfügbar unter: <https://www.ifpi.org/eu-ai-act/>, zuletzt abgerufen am 20.11.2024.

**Kranzusch, P., Pahnke, A., Kay, R. & Holz, M. (2016).** Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen im Dienstleistungssektor im Lichte der (amtlichen) Statistik (No. 17). Daten und Fakten. Institut für Mittelstandsforschung (IfM), Bonn.

Online verfügbar unter: <https://www.econstor.eu/handle/10419/149636>, zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Kreativwirtschaft Austria (2019).** Achter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Wien.

Online verfügbar unter: [https://www.kreativwirtschaft.at/wp-content/uploads/2019/03/8\\_KWB-Web.pdf](https://www.kreativwirtschaft.at/wp-content/uploads/2019/03/8_KWB-Web.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Kreisenbrink, M. (2023).** „Der Standort Deutschland macht es für uns schwieriger.“ Fachkräftemangel in der Gamesbranche. DER SPIEGEL.

Online verfügbar unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/games/fachkraeftemangel-in-der-gamesbranche-der-standort-deutschland-macht-es-fuer-uns-schwieriger-a-82dad5c4-f610-410c-a8f9-9d1277d41b70>, zuletzt abgerufen am 13.09.2024.

**Media Control (2023).** Media Control Hörbuch Kompass 1. Hj. 2023. Der Hörbuchmarkt setzt seinen Wachstumskurs fort.

Online verfügbar unter: <https://www.media-control.de/media-control-hoerbuch-kompass-1.-hj.-2023.html?page=2>, zuletzt abgerufen am 03.07.2024.

**Media Perspectives (2023).** Monitor creative industrie 2023 [Monitor Kreativwirtschaft 2023].

Online verfügbar unter: [https://mediaperspectives.nl/app/uploads/2024/01/Monitor\\_2023\\_DiG.pdf](https://mediaperspectives.nl/app/uploads/2024/01/Monitor_2023_DiG.pdf), zuletzt abgerufen am 20.11.2024.

**Ministerium für Kultur Frankreich (2024).** Aufgenommene Musik.

Online verfügbar unter: <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/musique/musique-enregistree>, zuletzt abgerufen am 10.09.2024.

**OECD.AI (2024).** Visualisations powered by JSI using data from Preqin [Visualisierungen, die von JSI mit Daten von Preqin erstellt wurden], [www.oecd.ai](http://www.oecd.ai), zuletzt abgerufen am 18.06.2024.

**Oxford Economics (2022).** German Fashion Footprint. Bericht über die Auswirkungen der deutschen Modeindustrie. Fashion Council Germany e.V.

Online verfügbar unter: [https://www.fashion-council-germany.org/files/ugd/781e2a\\_ecd4d060b27e42f1980f58371158bf78.pdf](https://www.fashion-council-germany.org/files/ugd/781e2a_ecd4d060b27e42f1980f58371158bf78.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.

**Polish Agency for Enterprise Development (2023).** The game industry of Poland – report 2023 [Die Spieleindustrie in Polen – Bericht 2023].

Online verfügbar unter [https://en.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/The\\_Game\\_Industry\\_Poland\\_2023\\_12\\_07.pdf](https://en.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/The_Game_Industry_Poland_2023_12_07.pdf), zuletzt abgerufen am 03.09.2024.

**Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2024).** Bundeskabinett beschließt Entwurf zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes – Kulturstaatsministerin Roth: „Damit wird der deutsche Film gestärkt.“ Pressemitteilung 127 vom 22.05.2024.

Online verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/bundeskabinett-beschliesst-entwurf-zur-novellierung-des-filmfoerderungsgesetzes-kulturstaatsministerin-roth-damit-wird-der-deutsche-film-gestaerkt--2285738>, zuletzt abgerufen am 10.07.2024.

**Prognos (2023).** Der KKW-Teilmarkt „Games“ am Standort Köln. Vertiefungsanalyse. Unveröffentlichte Studie.

**PwC (2019).** Outlook perspectives. Online verfügbar unter: <https://www.pwc.nl/en/industries/entertainment-media/entertainment-and-media-outlook-for-the-netherlands/outlook-perspectives.html>, zuletzt abgerufen am 07.08.2024.

- rbb (2024).** Medienschlau mit dem rbb. Online verfügbar unter: <https://www.rbb-online.de/bildung/>, zuletzt abgerufen am 20.08.2024.
- Réhault, N. (2023).** Der digitale Gebäudezwilling. vdivDIGITAL.  
Online verfügbar unter: <https://vdiv.de/publikationen/magazine/detail/der-digitale-gebaeudezwilling>, zuletzt abgerufen am 29.08.2024.
- Rendered Venture Capital & Griffin Gaming Partners (2023).** 2023 Game Development Report [2023 Spielentwicklungsbericht].  
Online verfügbar unter: <https://griffingp.com/wp-content/uploads/2024/02/2023-Games-Development-Report.pdf>, zuletzt abgerufen am 11.09.2024.
- S&P Global Market Intelligence (2023).** Generative AI Software Market Forecast to Expand Near 10 Times by 2028 to \$36 Billion, S&P Global Market Intelligence Says.  
Online verfügbar unter: <https://press.spglobal.com/2023-06-08-Generative-AI-Software-Market-Forecast-to-Expand-Near-10-Times-by-2028-to-36-Billion,-S-P-Global-Market-Intelligence-Says>, zuletzt abgerufen am 16.12.2024.
- Schwetje, S. (2024).** Private Medien: Gesellschaftliches Rückgrat gegen Desinformation. VAUNET.  
Online verfügbar unter: <https://vau.net/presse/aktuelles/private-medien-gesellschaftliches-rueckgrat-gegen-desinformation>, zuletzt abgerufen am 20.08.2024.
- SNEP (2022).** La production musicale française en 2022 [Die französische Musikproduktion im Jahr 2022].  
Online verfügbar unter: <https://snepmusique.com/wp-content/uploads/2023/03/SNEP-DOSSIER-DE-PRESSE-MARCHE-2022-1.pdf>, zuletzt abgerufen am 10.09.2024.
- Söndermann, M., Backes, Ch., Arndt, O., Brünink, D. (2009).** Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Kurzfassung eines Forschungsgutachtens. Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Forschungsbericht Nr. 577, Berlin.  
Online verfügbar unter: <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2009/gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kuk.pdf>, zuletzt abgerufen am 21.11.2024.
- Söndermann, M. (2016).** Leitfaden zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Fassung 2016).  
Online verfügbar unter: <https://kulturwirtschaft.de/wp-content/uploads/2019/08/Kurzanleitung-KKW-Stat.Leitfaden-161031.pdf>, zuletzt abgerufen am 21.11.2024.
- Statista (2024a).** Art market in France – statistics & facts [Kunstmarkt in Frankreich – Statistiken und Fakten]. Statista Research Department.  
Online verfügbar unter: <https://www.statista.com/topics/10911/art-market-in-france/#topicOverview>, zuletzt abgerufen am 10.09.2024.
- Statista (2024b).** Digital Advertising – Netherlands [Digitale Werbung – Niederlande].  
Online verfügbar unter: <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/netherlands?currency=usd>, zuletzt abgerufen am 07.08.2024.
- Statista (2024c).** Free ad-supported streaming TV (FAST) – Netherlands [Kostenloses werbefinanziertes Streaming-TV (FAST) – Niederlande]. Online verfügbar unter <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/ott-video/free-ad-supported-streaming-tv-fast/netherlands?currency=usd>, zuletzt abgerufen am 07.08.2024.
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2024).** EBS. Ein neuer Rechtsrahmen für die europäische Unternehmensstatistik.  
Online verfügbar unter: <https://www.statistikportal.de/de/ebs>, zuletzt abgerufen am 20.11.2024.
- UNCTAD (2024).** Creative Economy Outlook 2024 [Ausblick auf die Kreativwirtschaft 2024], Genf.  
Online verfügbar unter: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsc2024d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsc2024d2_en.pdf), zuletzt abgerufen am 18.11.2024.
- Urbe, W. (2024).** Zahl der Games-Studiengänge wächst. VDI-Nachrichten.  
Online verfügbar unter: <https://www.vdi-nachrichten.com/karriere/zahl-der-games-studiengaenge-waechst-kontinuierlich/>, zuletzt abgerufen am 13.09.2024.
- VAUNET (2024).** VAUNET-Position zum White Paper der EU-Kommission zur Zukunft der Infrastruktur der elektronischen Kommunikation.  
Online verfügbar unter: <https://vau.net/presse/positionen/vaunet-positionwhite-paper-der-eu-kommission-zur-zukunft-der-infrastruktur-der-elektronischen-kommunikation/>, zuletzt abgerufen am 21.08.2024.
- Verlagsgruppe Oetinger Service GmbH (2024).** New Adult Bücher für junge Erwachsene.  
Online verfügbar unter: <https://www.oetinger.de/produkte/new-adult>, zuletzt abgerufen am 03.07.2024.
- Von der Heide, S. B. (2024).** Von der Vision zur Wirklichkeit – Die Rolle Deutschlands in der durch KI geprägten Medienrevolution. Impulsvortrag zur Wissenschaftlichen Fachkonferenz 2024: Berufsbilder der Kultur- und Kreativwirtschaft im Wandel. „Zukunft jetzt Gestalten!“ vom 19.03.2024, Berlin.
- Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. (2024).** Werbung 2024. Verlag Edition ZAW, Berlin.

## Daten-Tabellen

Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft anhand der Wirtschaftszweigklassifikation (WZ 5-Steller)

WZ-Code	WZ-Bezeichnung	Steuerpflichtige und Umsatz (Anteil)	Beschäftigte (Anteil)
<b>Musikwirtschaft</b>			
90.03.1	Selbstständige Komponistinnen, Komponisten, Musikbearbeitende	100%	100%
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	100%	100%
59.20.1	Tonstudios etc.	100%	100%
59.20.2	Tonträgerverlage	100%	100%
59.20.3	Musikverlage	100%	100%
90.04.1	Theater- und Konzertveranstaltende	100%	100%
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	100%	10%
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	100%	100%
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	100%	100%
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	100%	100%
32.2	Herstellung von Musikinstrumenten	100%	100%
<b>Buchmarkt</b>			
90.03.2	Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	100%	100%
74.30.1	Selbstständige Übersetzerinnen und Übersetzer	100%	100%
58.11	Buchverlage	100%	100%
47.61	Einzelhandel mit Büchern	100%	100%
47.79.2	Antiquariate	100%	100%
<b>Kunstmarkt</b>			
90.03.3	Selbstständige bildende Künstlerinnen und Künstler	100%	100%
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	20%	20%
91.02	Private Museen	100%	8%
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	100%	100%
<b>Filmwirtschaft</b>			
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	100%	100%
59.11	Film-/TV-Produktion	100%	100%
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	100%	100%
59.13	Filmverleih und -vertrieb	100%	100%
59.14	Kinos	100%	100%
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	100%	100%
77.22	Videotheken	100%	100%
<b>Rundfunkwirtschaft</b>			
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	100%	100%
60.10	Hörfunkveranstaltende	100%	40%
60.20	Fernsehveranstaltende	100%	40%

WZ-Code	WZ-Bezeichnung	Steuerpflichtige und Umsatz (Anteil)	Beschäftigte (Anteil)
<b>Markt für Darstellende Künste</b>			
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	100%	100%
90.01.3	Selbstständige Artistinnen und Artisten, Zirkusbetriebe	100%	100%
90.01.1	Theaterensembles	100%	10%
90.04.1	Theater- und Konzertveranstaltende	100%	100%
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. Ä.	100%	10%
90.04.3	Varietés und Kleinkunsth Bühnen	100%	100%
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	100%	100%
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	100%	100%
<b>Designwirtschaft</b>			
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	100%	100%
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	100%	100%
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	100%	100%
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	100%	100%
73.11	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	50%	50%
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedew.	100%	100%
74.20.1	Selbstständige Fotografinnen und Fotografen	100%	100%
<b>Architekturmarkt</b>			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	100%	100%
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	100%	100%
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	100%	100%
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	100%	100%
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	100%	100%
<b>Pressemarkt</b>			
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	100%	100%
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	100%	100%
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	100%	100%
58.13	Verlegen von Zeitungen	100%	100%
58.14	Verlegen von Zeitschriften	100%	100%
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	100%	100%
47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	100%	100%
47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln	100%	100%
<b>Werbemarkt</b>			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	100%	100%
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	100%	100%

WZ-Code	WZ-Bezeichnung	Steuerpflichtige und Umsatz (Anteil)	Beschäftigte (Anteil)
<b>Software-/Games-Industrie</b>			
58.21	Verlegen von Computerspielen	100%	100%
58.29	Verlegen von sonstiger Software	100%	100%
63.12	Webportale	100%	100%
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	100%	100%
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	100%	100%
<b>Sonstiges</b>			
91.01	Bibliotheken und Archive	100%	8%
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen	100%	8%
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	100%	8%
74.30.2	Selbstständige Dolmetscherinnen und Dolmetscher	100%	100%
74.20.2	Fotolabors	100%	100%
32.11	Herstellung von Münzen etc.	100%	100%
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	100%	100%

Quelle: Söndermann (2016): Leitfaden zur Erfassung von Statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Fassung 2016).

## 1. Tabellen auf Teilmarktebene

### Zentrale Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	Anzahl Unternehmen	Umsatz (in Mio. Euro)	Gesamterwerb­stätige	Sozialversiche­rungspflichtig Beschäftigte	Geringfügig Beschäftigte	Mini-Selbstständige
Musik	12.730	9.539	105.900	42.990	16.060	34.110
Buch	14.170	10.457	107.500	42.900	10.870	39.560
Kunst	10.630	2.471	50.590	5.240	3.220	31.510
Film	19.120	11.485	144.460	48.160	20.410	56.770
Rundfunk	13.160	14.005	67.190	25.500	1.410	27.130
Darstellende Künste	18.710	6.173	136.950	30.000	22.450	65.800
Design	57.270	23.445	299.450	94.160	45.080	102.940
Architektur	34.580	14.558	182.120	107.230	19.260	21.050
Presse	26.080	26.159	202.990	96.010	47.660	33.230
Werbung	24.980	34.025	254.790	128.480	71.140	30.200
Software/Games	45.350	72.233	685.100	542.520	31.950	65.280
Sonstige	6.340	1.531	28.920	6.750	1.730	14.100
Summe mit Doppelzählungen	283.120	226.081	2.265.970	1.169.950	291.230	521.680
Doppelte Wirtschaftszweige	44.690	21.470	278.770	86.050	49.140	98.880
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>238.430</b>	<b>204.611</b>	<b>1.987.210</b>	<b>1.083.900</b>	<b>242.080</b>	<b>422.800</b>
Gesamtwirtschaft	3.109.800	9.115.446	49.439.360	34.709.060	7.859.850	3.760.660
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	7,7%	2,2%	4,0%	3,1%	3,1%	11,2%

Datengrundlage: Unternehmen und Umsatz: Daten für 2023 geschätzt auf Basis von DESTATIS 2024a;  
 Bruttowertschöpfung: Daten für 2023 geschätzt auf Basis von DESTATIS 2024b;  
 Beschäftigte: BA 2024; Mini-Selbstständige: Daten für 2023 geschätzt auf Basis von DESTATIS 2024;  
 Rundung auf 10er, dadurch können bei Summen leichte Rundungsdifferenzen entstehen.

## Umsatz in Mio. Euro, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Musik	7.674	7.896	8.178	8.139	8.440	8.685	8.971	6.011	6.204	9.042	9.539
Buch	12.951	12.953	12.961	13.333	13.200	13.378	15.437	16.081	10.060	10.172	10.457
Kunst	2.292	2.091	2.170	2.249	2.252	2.223	2.362	2.074	2.163	2.455	2.471
Film	9.060	9.328	9.844	9.572	9.987	9.874	10.011	7.935	9.449	11.281	11.485
Rundfunk	8.942	9.378	9.578	9.892	10.334	10.657	9.415	7.778	13.847	13.877	14.005
Darstellende Künste	3.971	4.262	4.502	4.770	5.244	5.604	5.993	2.845	3.102	5.745	6.173
Design	18.338	18.566	19.078	19.764	20.321	20.604	21.028	18.973	20.537	22.826	23.445
Architektur	9.130	9.554	10.236	10.700	11.348	11.943	12.575	13.107	13.268	14.054	14.558
Presse	31.065	30.657	30.133	30.054	29.820	29.416	27.946	26.380	26.140	26.436	26.159
Werbung	25.175	26.130	27.033	29.405	30.078	29.975	30.619	27.761	30.819	33.151	34.025
Software/Games	29.418	31.619	34.362	37.727	41.632	46.655	50.650	53.364	60.717	65.226	72.233
Sonstige	1.531	1.418	1.381	1.425	1.454	1.411	1.396	1.221	1.362	1.536	1.531
Summe mit Doppelzählungen	159.546	163.853	169.455	177.029	184.110	190.423	196.401	183.531	197.668	215.800	226.081
Doppelte Wirtschaftszweige	17.178	17.691	18.084	18.906	19.633	20.072	20.656	16.196	17.694	21.470	21.470
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>142.368</b>	<b>146.161</b>	<b>151.371</b>	<b>158.124</b>	<b>164.478</b>	<b>170.351</b>	<b>175.745</b>	<b>167.335</b>	<b>179.974</b>	<b>194.330</b>	<b>204.611</b>
Gesamtwirtschaft	5.765.567	5.870.875	5.989.743	6.088.287	6.360.802	6.622.777	6.770.825	6.503.461	7.692.327	8.874.515	9.115.446
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,5%	2,5%	2,5%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,3%	2,2%	2,2%

Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2023 geschätzt.

## Unternehmen 2013 – 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Musik	13.810	13.760	14.060	14.430	14.680	14.880	15.100	11.380	11.180	12.460	12.730
Buch	15.850	15.890	16.180	16.410	16.570	16.740	16.620	14.270	14.100	14.140	14.170
Kunst	13.150	12.790	12.750	12.870	12.750	12.650	12.670	10.250	10.010	10.500	10.630
Film	18.440	18.270	18.620	19.080	19.640	20.220	20.660	16.480	16.820	18.680	19.120
Rundfunk	18.160	18.070	18.180	17.880	17.490	17.340	17.120	14.000	13.240	13.290	13.160
Darstellende Künste	17.000	17.470	18.250	19.080	19.930	20.790	21.430	15.790	15.620	17.790	18.710
Design	54.450	55.620	57.130	58.430	59.320	60.310	60.890	52.550	53.030	55.620	57.270
Architektur	40.210	40.040	39.850	39.690	39.140	38.720	38.300	35.810	35.270	34.830	34.580
Presse	32.560	32.120	32.340	32.240	31.830	31.590	31.030	27.120	26.050	26.190	26.080
Werbung	32.110	30.860	30.220	30.220	29.890	29.560	28.920	25.240	24.600	25.030	24.980
Software/Games	33.370	34.730	35.930	37.380	38.800	40.560	41.790	40.210	41.870	43.640	45.350
Sonstige	7.810	7.780	7.890	8.250	8.250	8.140	7.950	6.230	6.170	6.320	6.340
Summe mit Doppelzählungen	296.920	297.390	301.400	305.960	308.300	311.490	312.480	269.320	267.950	278.490	283.120
Doppelte Wirtschaftszweige	51.520	51.340	51.860	52.330	52.520	52.940	52.930	43.020	41.980	44.140	44.690
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>245.390</b>	<b>246.060</b>	<b>249.540</b>	<b>253.630</b>	<b>255.780</b>	<b>258.560</b>	<b>259.550</b>	<b>226.300</b>	<b>225.970</b>	<b>234.350</b>	<b>238.430</b>
Gesamtwirtschaft	3.243.540	3.240.220	3.255.540	3.266.430	3.266.810	3.279.140	3.288.310	3.025.150	3.022.410	3.102.700	3.109.800
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	7,6%	7,6%	7,7%	7,8%	7,8%	7,9%	7,9%	7,5%	7,5%	7,6%	7,7%

Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2023 geschätzt; Anpassung der Kleinunternehmensschwelle 2020 von 17.500 auf 22.000 Euro; Rundung auf 10er, dadurch können bei Summen leichte Rundungsdifferenzen entstehen.

## Umsatz je Unternehmen in Tsd. Euro, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Musik	555,6	573,9	581,8	564,0	575,0	583,6	594,3	528,3	554,9	725,5	749,1
Buch	817,1	815,2	800,9	812,3	796,6	799,2	928,9	1.126,9	713,5	719,3	737,8
Kunst	174,2	163,4	170,1	174,7	176,6	175,7	186,4	202,3	215,9	233,8	232,5
Film	491,3	510,6	528,5	501,8	508,5	488,4	484,6	481,5	561,8	604,0	600,8
Rundfunk	492,4	518,9	526,9	553,3	590,8	614,6	549,8	555,6	1.046,2	1.044,5	1.064,5
Darstellende Künste	233,5	243,9	246,7	250,0	263,1	269,6	279,7	180,1	198,6	322,9	330,0
Design	336,8	333,8	334,0	338,2	342,6	341,7	345,3	361,1	387,3	410,4	409,4
Architektur	227,1	238,6	256,9	269,6	289,9	308,4	328,3	366,1	376,2	403,5	421,0
Presse	954,2	954,5	931,7	932,2	936,9	931,2	900,5	972,7	1.003,4	1.009,3	1.002,9
Werbung	784,1	846,9	894,5	973,0	1.006,2	1.014,0	1.058,6	1.100,1	1.252,9	1.324,3	1.362,4
Software/Games	881,7	910,6	956,3	1.009,4	1.072,9	1.150,2	1.211,9	1.327,1	1.450,3	1.494,7	1.592,7
Sonstige	195,9	182,3	175,1	172,7	176,2	173,3	175,6	196,2	220,8	243,2	241,3
<b>KKW</b>	<b>580,2</b>	<b>594,0</b>	<b>606,6</b>	<b>623,4</b>	<b>643,0</b>	<b>658,9</b>	<b>677,1</b>	<b>739,4</b>	<b>796,4</b>	<b>829,2</b>	<b>858,2</b>
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>1.777,6</i>	<i>1.811,9</i>	<i>1.839,9</i>	<i>1.863,9</i>	<i>1.947,1</i>	<i>2.019,7</i>	<i>2.059,1</i>	<i>2.149,8</i>	<i>2.545,1</i>	<i>2.860,3</i>	<i>2.931,2</i>

Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2023 geschätzt; Anpassung der Kleinunternehmensschwelle 2020 von 17.500 auf 22.000 Euro.

## Gesamterwerbstätige, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Musik	77.610	78.500	79.710	83.110	87.220	91.630	94.820	92.280	90.140	98.870	105.900
Buch	107.210	104.950	103.200	103.250	104.610	104.580	106.360	104.890	103.520	105.460	107.500
Kunst	45.410	44.730	44.680	44.950	45.990	47.100	47.900	48.860	48.030	49.660	50.590
Film	115.100	114.730	116.260	117.700	122.450	124.730	128.090	125.990	126.780	139.320	144.460
Rundfunk	65.470	66.060	66.940	67.350	68.110	68.500	68.110	68.320	65.680	66.640	67.190
Darstellende Künste	85.890	88.130	91.710	96.370	104.330	112.280	118.100	116.780	113.930	126.510	136.950
Design	252.880	260.370	257.440	268.220	278.430	284.150	287.960	283.790	283.300	293.870	299.450
Architektur	152.600	154.720	157.560	162.050	167.390	172.530	176.820	177.850	181.150	183.220	182.120
Presse	307.650	293.960	268.840	262.100	258.460	252.170	247.200	235.400	219.780	212.600	202.990
Werbung	271.670	280.210	266.300	277.860	283.820	282.730	280.360	264.120	258.070	259.410	254.790
Software/Games	380.690	400.270	422.790	448.880	479.970	514.600	550.390	576.370	608.930	654.800	685.100
Sonstige	27.200	26.710	26.890	27.620	28.420	28.620	28.530	27.870	27.660	28.430	28.920
Summe mit Doppelzählungen	1.889.380	1.913.320	1.902.330	1.959.450	2.029.200	2.083.610	2.134.610	2.122.500	2.126.980	2.218.780	2.265.970
Doppelte Wirtschaftszweige	249.480	254.830	249.870	259.800	269.400	274.940	277.510	268.660	261.830	272.700	278.770
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>1.639.900</b>	<b>1.658.500</b>	<b>1.652.460</b>	<b>1.699.650</b>	<b>1.759.800</b>	<b>1.808.670</b>	<b>1.857.110</b>	<b>1.853.840</b>	<b>1.865.150</b>	<b>1.946.080</b>	<b>1.987.210</b>
Gesamtwirtschaft	43.316.260	43.973.510	44.523.790	45.277.610	46.145.530	47.063.050	47.736.980	47.255.610	47.821.050	48.843.550	49.439.360
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,8%	3,8%	3,7%	3,8%	3,8%	3,8%	3,9%	3,9%	3,9%	4,0%	4,0%

Datengrundlage: Selbstständige DESTATIS 2024a und Mini-Selbstständige DESTATIS 2024; Beschäftigte: BA 2024; Teilmengen der Jahre 2021 – 2023 geschätzt; Rundung auf 10er, dadurch können bei Summen leichte Rundungsdifferenzen entstehen.

## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Musik	33.680	34.180	34.440	36.100	37.470	39.120	40.100	39.320	38.210	40.620	42.990
Buch	52.190	50.110	47.310	46.840	46.130	44.400	44.720	43.480	42.970	43.110	42.900
Kunst	5.640	5.460	5.420	5.420	5.380	5.280	5.290	5.130	5.180	5.340	5.240
Film	38.650	39.160	40.240	40.640	41.980	41.940	43.290	41.220	43.430	47.060	48.160
Rundfunk	23.190	23.610	24.300	24.540	24.860	24.950	24.960	25.040	24.840	25.270	25.500
Darstellende Künste	20.880	21.330	22.030	23.080	24.260	26.060	27.370	26.720	25.630	27.850	30.000
Design	79.820	81.640	84.170	87.160	90.570	92.240	93.090	91.510	91.000	94.330	94.160
Architektur	69.960	72.740	76.850	82.000	87.810	93.310	98.520	100.950	104.550	107.860	107.230
Presse	123.540	120.290	118.040	116.400	115.190	112.270	110.490	106.430	101.350	99.220	96.010
Werbung	108.460	112.120	115.640	120.500	124.280	126.970	128.730	124.950	124.310	128.430	128.480
Software/Games	287.730	303.200	322.870	343.990	369.370	398.910	430.020	452.670	478.780	519.040	542.520
Sonstige	7.740	7.330	7.250	7.130	7.180	7.250	7.130	6.890	6.790	6.810	6.750
Summe mit Doppelzählungen	851.480	871.160	898.560	933.780	974.470	1.012.700	1.053.690	1.064.310	1.087.040	1.144.940	1.169.950
Doppelte Wirtschaftszweige	69.720	71.110	72.730	75.920	78.950	81.480	83.370	81.350	80.090	83.890	86.050
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>781.760</b>	<b>800.060</b>	<b>825.830</b>	<b>857.870</b>	<b>895.520</b>	<b>931.230</b>	<b>970.320</b>	<b>982.960</b>	<b>1.006.950</b>	<b>1.061.040</b>	<b>1.083.900</b>
Gesamtwirtschaft	29.615.680	30.174.510	30.771.300	31.443.320	32.164.970	32.870.230	33.407.260	33.322.950	33.802.170	34.445.090	34.709.060
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,6%	2,7%	2,7%	2,7%	2,8%	2,8%	2,9%	2,9%	3,0%	3,1%	3,1%

Datengrundlage: BA 2024; Rundung auf 10er, dadurch können bei Summen leichte Rundungsdifferenzen entstehen.

## Geringfügig Beschäftigte, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Musik	12.900	13.210	13.420	13.860	14.680	15.420	15.740	11.220	10.470	13.670	16.060
Buch	15.200	14.510	14.170	13.530	13.100	12.710	12.550	11.660	11.000	10.770	10.870
Kunst	4.290	4.180	4.050	4.000	3.880	3.760	3.620	3.120	3.040	3.180	3.220
Film	25.990	24.920	24.190	23.330	22.960	21.900	21.330	17.670	15.200	19.610	20.410
Rundfunk	1.840	1.840	1.750	1.790	1.770	1.640	1.580	1.420	1.300	1.370	1.410
Darstellende Künste	15.810	16.450	17.080	18.000	19.480	20.740	21.890	16.770	15.160	19.370	22.450
Design	61.780	65.410	56.510	60.400	60.780	58.510	56.690	50.080	48.160	47.150	45.080
Architektur	19.110	19.370	18.890	18.990	19.280	19.480	19.570	18.930	19.460	19.080	19.260
Presse	123.370	113.230	89.870	84.450	81.750	78.010	75.500	67.680	60.020	54.400	47.660
Werbung	104.010	111.450	95.070	101.750	102.470	98.140	94.680	83.420	79.400	75.970	71.140
Software/Games	24.840	25.900	25.510	26.960	27.860	28.510	28.960	28.020	30.460	30.690	31.950
Sonstige	1.650	1.610	1.580	1.630	1.700	1.610	1.600	1.450	1.480	1.640	1.730
Summe mit Doppelzählungen	410.790	412.080	362.090	368.690	369.690	360.430	353.720	311.430	295.150	296.920	291.230
Doppelte Wirtschaftszweige	61.740	65.740	57.480	61.850	63.010	61.630	60.370	50.570	47.780	49.330	49.140
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>349.050</b>	<b>346.350</b>	<b>304.610</b>	<b>306.840</b>	<b>306.680</b>	<b>298.800</b>	<b>293.340</b>	<b>260.860</b>	<b>247.370</b>	<b>247.590</b>	<b>242.080</b>
Gesamtwirtschaft	7.716.100	7.811.380	7.704.750	7.763.220	7.806.050	7.878.280	7.886.580	7.315.840	7.408.030	7.622.230	7.859.850
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	4,5%	4,4%	4,0%	4,0%	3,9%	3,8%	3,7%	3,6%	3,3%	3,2%	3,1%

Datengrundlage: BA 2024; Rundung auf 10er, dadurch können bei Summen leichte Rundungsdifferenzen entstehen.

## Mini-Selbstständige, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten)

Teilmarkt	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Musik	17.220	17.340	17.790	18.710	20.400	22.220	23.890	30.360	30.280	32.120	34.110
Buch	23.970	24.450	25.530	26.470	28.810	30.740	32.470	35.480	35.450	37.430	39.560
Kunst	22.330	22.300	22.460	22.660	23.980	25.410	26.310	30.360	29.790	30.640	31.510
Film	32.020	32.380	33.210	34.660	37.880	40.680	42.810	50.630	51.330	53.980	56.770
Rundfunk	22.280	22.530	22.710	23.140	24.000	24.560	24.440	27.860	26.310	26.720	27.130
Darstellende Künste	32.200	32.870	34.350	36.210	40.660	44.690	47.420	57.490	57.520	61.500	65.800
Design	56.830	57.690	59.630	62.230	67.760	73.090	77.290	89.670	91.110	96.770	102.940
Architektur	23.320	22.580	21.970	21.370	21.170	21.010	20.440	22.170	21.870	21.450	21.050
Presse	28.180	28.320	28.590	29.010	29.690	30.300	30.180	34.170	32.350	32.780	33.230
Werbung	27.100	25.780	25.370	25.400	27.180	28.050	28.030	30.510	29.760	29.970	30.200
Software/Games	34.750	36.450	38.480	40.550	43.940	46.620	49.620	55.470	57.830	61.440	65.280
Sonstige	10.000	9.990	10.180	10.610	11.290	11.620	11.840	13.290	13.230	13.650	14.100
Summe mit Doppelzählungen	330.190	332.690	340.280	351.020	376.740	398.980	414.730	477.440	476.850	498.430	521.680
Doppelte Wirtschaftszweige	66.500	66.650	67.810	69.700	74.920	78.900	80.830	93.720	91.980	95.340	98.880
<b>KKW (ohne Doppelzählung)</b>	<b>263.690</b>	<b>266.040</b>	<b>272.470</b>	<b>281.320</b>	<b>301.830</b>	<b>320.080</b>	<b>333.890</b>	<b>383.720</b>	<b>384.860</b>	<b>403.090</b>	<b>422.800</b>
Gesamtwirtschaft	2.740.940	2.747.410	2.792.210	2.804.640	2.907.700	3.035.410	3.154.830	3.591.680	3.588.430	3.673.540	3.760.660
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	9,6%	9,7%	9,8%	10,0%	10,4%	10,5%	10,6%	10,7%	10,7%	11,0%	11,2%

Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2021-2023 geschätzt; Rundung auf 10er, dadurch können bei Summen leichte Rundungsdifferenzen entstehen.

## 2. Tabellen auf Ebene der Wirtschaftszweige Umsatz in Mio. Euro, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Musikwirtschaft</b>		<b>7.674</b>	<b>7.896</b>	<b>8.178</b>	<b>8.139</b>	<b>8.440</b>	<b>8.685</b>	<b>8.971</b>	<b>6.011</b>	<b>6.204</b>	<b>9.042</b>	<b>9.539</b>
<b>90.03.1</b>	Selbstständige Komponistinnen, Komponisten und Musikbearbeitende	275	308	316	313	326	372	391	330	343	417	443
<b>90.01.2</b>	Musik-/Tanzensembles	228	209	224	231	224	227	241	148	114	207	209
<b>59.20.1</b>	Tonstudios etc.	126	119	120	130	132	131	140	120	119	140	143
<b>59.20.2</b>	Tonträgerverlage	866	829	793	541	335	299	305	279	273	283	285
<b>59.20.3</b>	Musikverlage	1.675	1.666	1.749	1.698	1.786	1.760	1.640	1.404	1.337	1.561	1.647
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstaltende	1.597	1.766	1.795	1.897	2.079	2.216	2.364	634	743	2.318	2.474
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	447	456	491	475	501	542	538	224	228	455	469
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	501	550	597	700	864	917	1.036	541	654	1.002	1.131
<b>47.59.3</b>	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.187	1.227	1.279	1.345	1.358	1.373	1.458	1.515	1.550	1.748	1.809
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	155	154	186	169	174	140	142	141	141	141	141
<b>32.2</b>	Herstellung von Musikinstrumenten	616	611	628	640	660	708	718	674	701	769	789
<b>Buchmarkt</b>		<b>12.951</b>	<b>12.953</b>	<b>12.961</b>	<b>13.333</b>	<b>13.200</b>	<b>13.378</b>	<b>15.437</b>	<b>16.081</b>	<b>10.060</b>	<b>10.172</b>	<b>10.457</b>
<b>90.03.2</b>	Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	578	566	585	611	607	649	653	596	627	669	683
<b>74.30.1</b>	Selbstständige Übersetzerinnen und Übersetzer	278	293	315	374	374	399	380	343	373	373	393
<b>58.11</b>	Buchverlage	8.581	8.480	8.133	8.457	8.430	8.473	10.482	11.596	5.531	5.370	5.552
<b>47.61</b>	Einzelhandel mit Büchern	3.451	3.558	3.866	3.831	3.729	3.800	3.864	3.490	3.474	3.707	3.778
<b>47.79.2</b>	Antiquariate	63	56	61	61	60	57	57	56	56	52	51
<b>Kunstmarkt</b>		<b>2.292</b>	<b>2.091</b>	<b>2.170</b>	<b>2.249</b>	<b>2.252</b>	<b>2.223</b>	<b>2.362</b>	<b>2.074</b>	<b>2.163</b>	<b>2.455</b>	<b>2.471</b>
<b>90.03.3</b>	Selbstständige bildende Künstlerinnen und Künstler	766	770	784	874	839	872	907	745	802	881	906
<b>47.78.3</b>	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	729	619	679	667	685	652	727	752	802	900	899
<b>91.02</b>	Private Museen	416	378	405	407	440	425	436	309	304	404	407
<b>47.79.1</b>	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	381	324	302	301	288	275	291	269	255	270	258

## Umsatz in Mio. Euro, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Filmwirtschaft</b>												
<b>90.01.4</b>	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	892	964	1.049	1.102	1.165	1.268	1.355	1.035	1.124	1.370	1.469
<b>59.11</b>	Film-/TV-Produktion	4.418	4.664	4.674	4.676	4.901	5.112	5.096	4.737	5.945	5.571	5.705
<b>59.12</b>	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	241	210	234	211	230	254	275	213	257	317	324
<b>59.13</b>	Filmverleih und -vertrieb	1.569	1.572	1.630	1.528	1.527	1.577	1.440	1.150	1.214	2.563	2.527
<b>59.14</b>	Kinos	1.524	1.488	1.761	1.535	1.608	1.424	1.619	584	698	1.251	1.264
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	155	154	186	169	174	140	142	141	141	141	141
<b>77.22</b>	Videotheken	261	277	309	353	383	97	85	74	70	67	56
<b>Rundfunkwirtschaft</b>												
<b>90.03.5</b>	Selbstständige Journalistinnen, Journalisten etc.	1.213	1.206	1.212	1.218	1.204	1.222	1.210	1.026	1.044	1.086	1.085
<b>60.10</b>	Hörfunkveranstaltende	981	933	942	1.034	1.007	1.026	1.033	940	926	984	993
<b>60.20</b>	Fernsehveranstaltende	6.747	7.238	7.423	7.641	8.123	8.409	7.172	5.812	11.876	11.807	11.927
<b>Markt für Darstellende Künste</b>												
<b>90.01.4</b>	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	892	964	1.049	1.102	1.165	1.268	1.355	1.035	1.124	1.370	1.469
<b>90.01.3</b>	Selbstständige Artistinnen, Artisten, Zirkusbetriebe	79	72	89	97	107	126	125	55	61	114	123
<b>90.01.1</b>	Theaterensembles	91	93	101	103	108	93	109	29	40	87	89
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstaltende	1.597	1.766	1.795	1.897	2.079	2.216	2.364	634	743	2.318	2.474
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	447	456	491	475	501	542	538	224	228	455	469
<b>90.04.3</b>	Varietés und Kleinkunsthöfen	91	86	89	92	92	95	100	37	39	73	75
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	501	550	597	700	864	917	1.036	541	654	1.002	1.131
<b>85.52</b>	Kulturunterricht/Tanzschulen	272	275	290	305	328	347	367	288	212	326	343

## Umsatz in Mio. Euro, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Designwirtschaft</b>												
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	544	599	625	664	685	747	822	773	898	1.008	1.080
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	954	1.078	1.210	1.331	1.463	1.556	1.606	1.509	1.666	1.866	2.035
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	922	922	1.028	1.076	1.095	1.168	1.217	1.148	1.227	1.358	1.422
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	669	727	768	873	963	1.073	1.144	1.108	1.169	1.307	1.430
73.11	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	11.703	11.868	11.984	12.473	12.684	12.694	12.868	11.485	12.590	13.791	14.011
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren	2.336	2.181	2.219	2.110	2.183	2.060	2.063	1.898	1.849	2.216	2.170
74.20.1	Selbstständige Fotografinnen und Fotografen	1.210	1.191	1.244	1.237	1.248	1.308	1.308	1.052	1.138	1.279	1.296
<b>Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	6.316	6.569	7.080	7.290	7.689	7.951	8.345	8.643	8.692	9.111	9.354
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	669	727	768	873	963	1.073	1.144	1.108	1.169	1.307	1.420
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	1.347	1.389	1.486	1.599	1.698	1.831	1.918	2.103	2.145	2.266	2.353
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	603	658	700	737	792	875	940	1.024	1.044	1.124	1.177
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	196	211	203	202	206	213	227	228	219	245	254
<b>Pressemarkt</b>												
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen, Journalisten etc.	1.213	1.206	1.212	1.218	1.204	1.222	1.210	1.026	1.044	1.086	1.085
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	466	485	515	561	556	577	595	608	524	537	560
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	1.825	1.706	1.599	1.516	1.505	1.443	1.399	1.267	1.211	1.160	1.110
58.13	Verlegen von Zeitungen	11.396	10.595	10.112	10.094	10.291	10.294	10.166	9.795	9.288	9.224	9.050
58.14	Verlegen von Zeitschriften	9.742	9.768	9.708	9.473	9.265	8.424	7.796	7.240	7.397	7.382	7.113
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	3.120	3.622	3.643	3.733	3.166	3.551	2.869	2.625	2.850	2.942	2.901
47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	833	834	968	1.040	1.491	1.627	1.746	1.776	1.873	2.120	2.398
47.62.2	Einzelhandel mit Schreib-/Papierwaren, Schul-/Büroartikeln	2.471	2.442	2.376	2.418	2.342	2.279	2.165	2.043	1.954	1.985	1.942

## Umsatz in Mio. Euro, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Werbermarkt</b>		<b>25.175</b>	<b>26.130</b>	<b>27.033</b>	<b>29.405</b>	<b>30.078</b>	<b>29.975</b>	<b>30.619</b>	<b>27.761</b>	<b>30.819</b>	<b>33.151</b>	<b>34.025</b>
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	23.406	23.737	23.969	24.946	25.367	25.387	25.737	22.970	25.180	27.582	28.022
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.769	2.394	3.064	4.459	4.711	4.588	4.882	4.791	5.640	5.568	6.003
	<b>Software-/Games-Industrie</b>	<b>29.418</b>	<b>31.619</b>	<b>34.362</b>	<b>37.727</b>	<b>41.632</b>	<b>46.655</b>	<b>50.650</b>	<b>53.364</b>	<b>60.717</b>	<b>65.226</b>	<b>72.233</b>
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.395	336	269	304	247	304	280	262	268	247	238
58.29	Verlegen von sonstiger Software	425	424	400	442	508	651	727	797	909	974	1.065
63.12	Webportale	881	847	1.667	2.013	2.507	3.251	3.690	4.063	5.090	6.208	7.674
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internet-präsentationen	3.208	3.523	3.955	4.670	5.057	5.752	6.459	6.955	8.072	7.142	8.026
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	23.509	26.489	28.070	30.298	33.313	36.697	39.494	41.287	46.378	50.655	55.229
	<b>Sonstiges</b>	<b>1.531</b>	<b>1.418</b>	<b>1.381</b>	<b>1.425</b>	<b>1.454</b>	<b>1.411</b>	<b>1.396</b>	<b>1.221</b>	<b>1.362</b>	<b>1.536</b>	<b>1.531</b>
91.01	Bibliotheken und Archive	44	49	55	30	34	34	34	34	38	42	43
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen	34	36	36	36	37	41	39	27	31	49	50
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	277	323	319	306	360	353	376	295	293	394	414
74.30.2	Selbstständige Dolmetscherinnen und Dolmetscher	520	536	559	642	630	609	592	486	525	570	583
74.20.2	Fotolabors	372	235	232	225	198	186	168	154	212	197	173
32.11	Herstellung von Münzen etc.	160	109	105	117	125	118	119	168	205	219	208
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	124	131	75	68	70	69	68	57	58	65	59
	Summe mit Doppelzählung	159.546	163.853	169.455	177.029	184.110	190.423	196.401	183.531	197.668	215.800	226.081
	Doppelte Wirtschaftszweige	17.178	17.691	18.084	18.906	19.633	20.072	20.656	16.196	17.694	21.470	21.470
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>142.368</b>	<b>146.161</b>	<b>151.371</b>	<b>158.124</b>	<b>164.478</b>	<b>170.351</b>	<b>175.745</b>	<b>167.335</b>	<b>179.974</b>	<b>194.330</b>	<b>204.611</b>

Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2023 geschätzt.

## Unternehmen, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Musikwirtschaft</b>		<b>13.810</b>	<b>13.760</b>	<b>14.060</b>	<b>14.430</b>	<b>14.680</b>	<b>14.880</b>	<b>15.100</b>	<b>11.380</b>	<b>11.180</b>	<b>12.460</b>	<b>12.730</b>
<b>90.03.1</b>	Selbstständige Komponistinnen, Komponisten, Musikbearbeitende	2.750	2.780	2.920	3.020	3.170	3.370	3.490	2.730	2.760	3.110	3.240
<b>90.01.2</b>	Musik-/Tanzensembles	1.510	1.470	1.510	1.560	1.550	1.570	1.580	510	410	750	750
<b>59.20.1</b>	Tonstudios etc.	630	660	660	700	720	710	740	610	570	610	630
<b>59.20.2</b>	Tonträgerverlage	380	380	390	400	390	390	390	330	340	340	350
<b>59.20.3</b>	Musikverlage	1.060	1.080	1.060	1.070	1.070	1.050	1.080	920	910	940	960
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstaltende	1.330	1.340	1.320	1.330	1.310	1.270	1.250	930	860	990	1.010
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	210	210	200	210	210	210	200	170	170	190	190
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	2.470	2.430	2.550	2.720	2.870	3.010	3.110	2.200	2.270	2.630	2.740
<b>47.59.3</b>	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	1.920	1.860	1.810	1.740	1.710	1.640	1.580	1.400	1.330	1.340	1.310
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	330	350	390	390	400	370	380	350	340	350	350
<b>32.2</b>	Herstellung von Musikinstrumenten	1.220	1.220	1.270	1.290	1.290	1.300	1.290	1.210	1.220	1.220	1.220
<b>Buchmarkt</b>		<b>15.850</b>	<b>15.890</b>	<b>16.180</b>	<b>16.410</b>	<b>16.570</b>	<b>16.740</b>	<b>16.620</b>	<b>14.270</b>	<b>14.100</b>	<b>14.140</b>	<b>14.170</b>
<b>90.03.2</b>	Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	7.470	7.580	7.900	8.060	8.270	8.510	8.560	7.200	7.180	7.350	7.520
<b>74.30.1</b>	Selbstständige Übersetzerinnen und Übersetzer	1.880	1.970	2.090	2.240	2.410	2.560	2.560	2.010	2.070	2.050	2.070
<b>58.11</b>	Buchverlage	2.170	2.120	2.080	2.030	1.980	1.920	1.850	1.670	1.610	1.560	1.500
<b>47.61</b>	Einzelhandel mit Büchern	3.900	3.800	3.720	3.680	3.540	3.400	3.310	3.090	2.960	2.900	2.810
<b>47.79.2</b>	Antiquariate	430	410	410	390	370	370	340	300	290	280	270
<b>Kunstmarkt</b>		<b>13.150</b>	<b>12.790</b>	<b>12.750</b>	<b>12.870</b>	<b>12.750</b>	<b>12.650</b>	<b>12.670</b>	<b>10.250</b>	<b>10.010</b>	<b>10.500</b>	<b>10.630</b>
<b>90.03.3</b>	Selbstständige bildende Künstlerinnen und Künstler	9.010	8.870	8.950	9.130	9.190	9.220	9.380	7.440	7.330	7.790	7.960
<b>47.78.3</b>	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	1.560	1.470	1.430	1.390	1.340	1.290	1.240	1.060	1.010	1.020	1.000
<b>91.02</b>	Private Museen	630	600	590	600	580	540	530	450	430	450	450
<b>47.79.1</b>	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	1.950	1.850	1.790	1.750	1.650	1.590	1.530	1.300	1.250	1.240	1.210

## Unternehmen, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Filmwirtschaft</b>		<b>18.440</b>	<b>18.270</b>	<b>18.620</b>	<b>19.080</b>	<b>19.640</b>	<b>20.220</b>	<b>20.660</b>	<b>16.480</b>	<b>16.820</b>	<b>18.680</b>	<b>19.120</b>
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	9.990	10.410	10.950	11.530	12.130	12.790	13.210	9.740	9.770	11.040	11.570
59.11	Film-/TV-Produktion	4.890	4.570	4.400	4.410	4.520	4.560	4.630	4.280	4.620	5.180	5.130
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	860	770	830	850	870	910	910	770	830	860	870
59.13	Filmverleih und -vertrieb	650	580	560	520	480	440	420	370	350	350	330
59.14	Kinos	850	830	840	820	820	820	820	760	730	750	750
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	330	350	390	390	400	370	380	350	340	350	350
77.22	Videotheken	860	750	650	550	430	330	280	210	180	160	130
<b>Rundfunkwirtschaft</b>		<b>18.160</b>	<b>18.070</b>	<b>18.180</b>	<b>17.880</b>	<b>17.490</b>	<b>17.340</b>	<b>17.120</b>	<b>14.000</b>	<b>13.240</b>	<b>13.290</b>	<b>13.160</b>
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	17.800	17.720	17.840	17.550	17.170	17.010	16.790	13.670	12.900	12.940	12.820
60.10	Hörfunkveranstaltende	260	260	250	250	250	260	250	250	260	260	260
60.20	Fernsehveranstaltende	90	90	90	80	80	80	80	80	80	80	80
<b>Markt für Darstellende Künste</b>		<b>17.000</b>	<b>17.470</b>	<b>18.250</b>	<b>19.080</b>	<b>19.930</b>	<b>20.790</b>	<b>21.430</b>	<b>15.790</b>	<b>15.620</b>	<b>17.790</b>	<b>18.710</b>
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	9.990	10.410	10.950	11.530	12.130	12.790	13.210	9.740	9.770	11.040	11.570
90.01.3	Selbstständige Artistinnen, Artisten, Zirkusbetriebe	580	590	640	670	720	710	760	400	390	540	570
90.01.1	Theaterensembles	130	140	170	160	170	180	190	130	130	160	170
90.04.1	Theater- und Konzertveranstaltende	1.330	1.340	1.320	1.330	1.310	1.270	1.250	930	860	990	1.010
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	210	210	200	210	210	210	200	170	170	190	190
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	150	160	150	160	150	150	150	100	110	120	130
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	2.470	2.430	2.550	2.720	2.870	3.010	3.110	2.200	2.270	2.630	2.880
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	2.150	2.200	2.270	2.310	2.370	2.470	2.560	2.110	1.930	2.130	2.190

## Unternehmen, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Designwirtschaft</b>												
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	3.370	3.590	3.790	3.990	4.120	4.340	4.440	3.850	3.910	4.170	4.370
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	11.100	12.430	13.600	14.420	15.090	15.740	16.300	14.010	14.660	15.380	16.400
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	6.900	6.660	6.590	6.510	6.440	6.340	6.170	5.360	5.260	5.310	5.280
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	3.990	4.120	4.190	4.220	4.250	4.270	4.320	4.050	4.090	4.210	4.260
73.11	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	15.410	14.760	14.430	14.380	14.200	14.010	13.670	11.910	11.580	11.800	11.750
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren	3.480	3.420	3.310	3.310	3.220	3.150	3.110	2.870	2.790	2.840	2.830
74.20.1	Selbstständige Fotografinnen und Fotografen	10.210	10.640	11.220	11.610	12.000	12.460	12.880	10.510	10.740	11.910	12.380
<b>Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	26.470	26.080	25.770	25.490	24.900	24.490	23.960	22.420	21.930	21.440	21.090
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	3.990	4.120	4.190	4.220	4.250	4.270	4.320	4.050	4.090	4.210	4.260
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	5.050	5.080	5.120	5.190	5.140	5.080	5.040	4.740	4.690	4.630	4.630
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	3.170	3.180	3.200	3.190	3.220	3.260	3.330	3.140	3.110	3.090	3.110
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	1.540	1.580	1.580	1.610	1.640	1.630	1.640	1.460	1.440	1.460	1.480
<b>Pressemarkt</b>												
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	17.800	17.720	17.840	17.550	17.170	17.010	16.790	13.670	12.900	12.940	12.820
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	890	840	810	780	750	750	730	620	610	600	580
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	210	210	200	200	190	190	180	170	170	160	150
58.13	Verlegen von Zeitungen	850	840	810	810	790	760	710	670	620	600	580
58.14	Verlegen von Zeitschriften	1.690	1.640	1.620	1.570	1.530	1.480	1.410	1.300	1.250	1.220	1.190
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	2.910	2.870	2.800	2.740	2.650	2.550	2.470	2.220	2.070	2.010	1.950
47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	2.500	2.560	3.060	3.620	4.020	4.350	4.550	4.630	4.860	5.220	5.540
47.62.2	Einzelhandel mit Schreib-/Papierwaren, Schul-/Büroartikeln	5.710	5.440	5.200	4.990	4.730	4.500	4.200	3.850	3.590	3.440	3.270

## Unternehmen, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Werbemarkt</b>		<b>32.110</b>	<b>30.860</b>	<b>30.220</b>	<b>30.220</b>	<b>29.890</b>	<b>29.560</b>	<b>28.920</b>	<b>25.240</b>	<b>24.600</b>	<b>25.030</b>	<b>24.980</b>
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	30.820	29.520	28.850	28.770	28.390	28.020	27.330	23.820	23.160	23.600	23.490
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	1.290	1.330	1.370	1.460	1.500	1.550	1.590	1.420	1.430	1.430	1.480
	<b>Software-/Games-Industrie</b>	<b>33.370</b>	<b>34.730</b>	<b>35.930</b>	<b>37.380</b>	<b>38.800</b>	<b>40.560</b>	<b>41.790</b>	<b>40.210</b>	<b>41.870</b>	<b>43.640</b>	<b>45.350</b>
58.21	Verlegen von Computerspielen	300	280	280	270	260	270	260	240	240	240	230
58.29	Verlegen von sonstiger Software	540	540	530	560	610	630	640	620	660	690	700
63.12	Webportale	540	650	720	800	930	1.030	1.120	1.120	1.230	1.310	1.480
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internet-präsentationen	10.070	10.610	11.110	11.560	11.880	12.390	12.570	11.660	12.120	12.490	12.960
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	21.920	22.640	23.300	24.180	25.120	26.250	27.210	26.570	27.610	28.920	29.980
	<b>Sonstiges</b>	<b>7.810</b>	<b>7.780</b>	<b>7.890</b>	<b>8.250</b>	<b>8.250</b>	<b>8.140</b>	<b>7.950</b>	<b>6.230</b>	<b>6.170</b>	<b>6.320</b>	<b>6.340</b>
91.01	Bibliotheken und Archive	80	80	70	60	70	60	60	60	60	60	60
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen	90	90	90	90	90	90	90	70	70	80	80
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	240	230	210	220	230	230	230	210	200	210	200
74.30.2	Selbstständige Dolmetscherinnen und Dolmetscher	6.640	6.640	6.790	7.170	7.190	7.070	6.920	5.330	5.290	5.410	5.440
74.20.2	Fotolabors	410	380	350	340	320	310	280	230	220	220	210
32.11	Herstellung von Münzen etc.	50	50	40	40	40	40	40	40	30	30	20
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	310	320	330	330	320	340	340	280	300	320	330
	Summe mit Doppelzählung	296.920	297.390	301.400	305.960	308.300	311.490	312.480	269.320	267.950	278.490	283.120
	Doppelte Wirtschaftszweige	51.520	51.340	51.860	52.330	52.520	52.940	52.930	43.020	41.980	44.140	44.690
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>245.390</b>	<b>246.060</b>	<b>249.540</b>	<b>253.630</b>	<b>255.780</b>	<b>258.560</b>	<b>259.550</b>	<b>226.300</b>	<b>225.970</b>	<b>234.350</b>	<b>238.430</b>

Datengrundlage: DESTATIS 2024a; Daten für 2023 geschätzt; Anpassung der Kleinunternehmensschwelle 2020 von 17.500 auf 22.000 Euro; Rundung auf 10er.

## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Musikwirtschaft</b>		<b>33.680</b>	<b>34.180</b>	<b>34.440</b>	<b>36.100</b>	<b>37.470</b>	<b>39.120</b>	<b>40.100</b>	<b>39.320</b>	<b>38.210</b>	<b>40.620</b>	<b>42.990</b>
<b>90.03.1</b>	Selbstständige Komponistinnen, Komponisten, Musikbearbeitende	180	170	210	220	200	210	200	200	200	210	190
<b>90.01.2</b>	Musik-/Tanzensembles	4.280	4.340	4.250	5.370	5.520	5.510	5.610	5.380	5.310	5.620	6.050
<b>59.20.1</b>	Tonstudios etc.	920	900	890	910	960	1.040	1.040	1.080	1.100	1.440	1.450
<b>59.20.2</b>	Tonträgerverlage	1.520	1.400	1.450	1.200	1.260	1.220	1.150	1.310	1.240	1.330	1.230
<b>59.20.3</b>	Musikverlage	1.650	2.150	2.200	2.360	2.490	2.650	2.790	2.860	2.920	3.140	3.370
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstaltende	7.090	6.930	6.790	7.000	7.360	7.750	8.090	7.610	7.120	7.700	8.370
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	3.360	3.430	3.420	3.250	3.270	3.330	3.400	3.330	3.280	3.440	3.490
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	4.250	4.520	5.020	5.590	6.120	6.960	7.510	7.310	6.990	7.880	9.010
<b>47.59.3</b>	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	4.320	4.250	4.270	4.270	4.360	4.420	4.160	4.200	4.150	4.110	4.130
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	1.000	910	860	840	830	820	770	710	650	620	600
<b>32.2</b>	Herstellung von Musikinstrumenten	5.120	5.200	5.090	5.090	5.090	5.220	5.390	5.350	5.260	5.130	5.110
<b>Buchmarkt</b>		<b>52.190</b>	<b>50.110</b>	<b>47.310</b>	<b>46.840</b>	<b>46.130</b>	<b>44.400</b>	<b>44.720</b>	<b>43.480</b>	<b>42.970</b>	<b>43.110</b>	<b>42.900</b>
<b>90.03.2</b>	Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	440	510	600	700	750	850	800	760	760	800	810
<b>74.30.1</b>	Selbstständige Übersetzerinnen und Übersetzer	3.540	3.730	3.940	4.150	4.320	4.450	4.510	4.030	4.050	3.950	4.010
<b>58.11</b>	Buchverlage	23.250	22.780	22.540	23.190	23.080	22.780	22.850	22.440	22.420	22.390	22.290
<b>47.61</b>	Einzelhandel mit Büchern	24.630	22.760	19.920	18.470	17.700	16.010	16.280	15.950	15.400	15.640	15.460
<b>47.79.2</b>	Antiquariate	340	330	310	330	290	310	290	300	340	350	330
<b>Kunstmarkt</b>		<b>5.640</b>	<b>5.460</b>	<b>5.420</b>	<b>5.420</b>	<b>5.380</b>	<b>5.280</b>	<b>5.290</b>	<b>5.130</b>	<b>5.180</b>	<b>5.340</b>	<b>5.240</b>
<b>90.03.3</b>	Selbstständige bildende Künstlerinnen und Künstler	1.350	1.260	1.230	1.240	1.280	1.260	1.290	1.250	1.260	1.270	1.260
<b>47.78.3</b>	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	1.620	1.600	1.680	1.700	1.710	1.680	1.640	1.560	1.600	1.640	1.610
<b>91.02</b>	Private Museen	1.250	1.280	1.290	1.300	1.250	1.210	1.240	1.240	1.230	1.330	1.330
<b>47.79.1</b>	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	1.410	1.320	1.230	1.180	1.130	1.130	1.120	1.080	1.100	1.110	1.040

# Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Filmwirtschaft</b>												
<b>90.01.4</b>	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	590	630	690	790	790	830	830	810	830	890	940
<b>59.11</b>	Film-/TV-Produktion	20.870	21.720	22.090	22.780	23.730	24.230	25.450	24.640	28.410	29.980	30.310
<b>59.12</b>	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	4.040	4.140	4.140	4.010	4.250	4.130	4.120	4.320	4.420	4.620	4.890
<b>59.13</b>	Filmverleih und -vertrieb	2.300	2.320	2.160	2.180	2.260	2.260	2.180	1.950	1.870	1.970	1.980
<b>59.14</b>	Kinos	7.970	7.760	8.740	8.770	9.120	8.990	9.380	8.230	6.710	8.450	8.980
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	1.000	910	860	840	830	820	770	710	650	620	600
<b>77.22</b>	Videotheken	1.880	1.670	1.550	1.270	1.000	690	570	560	540	510	460
<b>Rundfunkwirtschaft</b>		<b>23.190</b>	<b>23.610</b>	<b>24.300</b>	<b>24.540</b>	<b>24.860</b>	<b>24.950</b>	<b>24.960</b>	<b>25.040</b>	<b>24.840</b>	<b>25.270</b>	<b>25.500</b>
<b>90.03.5</b>	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	860	860	860	1.000	1.080	1.080	1.020	1.030	980	1.020	1.080
<b>60.10</b>	Hörfunkveranstaltende	13.770	13.970	14.810	14.840	14.430	14.520	14.510	14.450	14.250	15.520	15.580
<b>60.20</b>	Fernsehveranstaltende	8.570	8.790	8.620	8.700	9.360	9.350	9.440	9.560	9.610	8.720	8.840
<b>Markt für Darstellende Künste</b>		<b>20.880</b>	<b>21.330</b>	<b>22.030</b>	<b>23.080</b>	<b>24.260</b>	<b>26.060</b>	<b>27.370</b>	<b>26.720</b>	<b>25.630</b>	<b>27.850</b>	<b>30.000</b>
<b>90.01.4</b>	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	590	630	690	790	790	830	830	810	830	890	940
<b>90.01.3</b>	Selbstständige Artistinnen, Artisten, Zirkusbetriebe	610	630	630	720	640	710	800	460	410	460	580
<b>90.01.1</b>	Theaterensembles	920	910	910	960	980	950	940	910	900	1.040	940
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstaltende	7.090	6.930	6.790	7.000	7.360	7.750	8.090	7.610	7.120	7.700	8.370
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	3.360	3.430	3.420	3.250	3.270	3.330	3.400	3.330	3.280	3.440	3.490
<b>90.04.3</b>	Varietés und Kleinkunstabühnen	820	890	900	890	960	980	1.020	1.020	940	1.030	1.070
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	4.250	4.520	5.020	5.590	6.120	6.960	7.510	7.310	6.990	7.880	9.010
<b>85.52</b>	Kulturunterricht/Tanzschulen	3.240	3.390	3.650	3.870	4.150	4.550	4.770	5.270	5.160	5.410	5.600

## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Designwirtschaft</b>		<b>79.820</b>	<b>81.640</b>	<b>84.170</b>	<b>87.160</b>	<b>90.570</b>	<b>92.240</b>	<b>93.090</b>	<b>91.510</b>	<b>91.000</b>	<b>94.330</b>	<b>94.160</b>
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	3.180	3.540	4.200	4.400	5.430	5.740	5.530	5.710	5.810	6.030	5.930
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	4.760	5.140	5.540	5.940	6.330	6.590	7.010	7.240	7.840	8.640	8.770
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	2.930	2.950	3.110	3.400	3.430	3.380	3.370	3.190	3.140	3.060	3.060
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	2.390	2.480	2.630	2.950	3.240	3.530	3.770	4.020	4.090	4.320	4.620
73.11	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	50.180	51.360	52.450	54.500	56.270	57.190	57.980	56.540	56.150	58.010	57.950
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren	7.920	7.900	7.890	7.890	7.750	7.810	7.750	7.550	7.160	7.280	7.260
74.20.1	Selbstständige Fotografinnen und Fotografen	8.460	8.280	8.350	8.090	8.120	8.010	7.670	7.260	6.810	6.990	6.580
<b>Architekturmarkt</b>		<b>69.960</b>	<b>72.740</b>	<b>76.850</b>	<b>82.000</b>	<b>87.810</b>	<b>93.310</b>	<b>98.520</b>	<b>100.950</b>	<b>104.550</b>	<b>107.860</b>	<b>107.230</b>
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	54.850	57.380	60.780	64.780	69.680	73.860	77.550	79.010	81.410	83.490	82.250
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	2.390	2.480	2.630	2.950	3.240	3.530	3.770	4.020	4.090	4.320	4.620
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	6.670	6.570	6.860	7.180	7.280	7.750	8.460	8.860	9.500	10.200	10.280
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	4.650	4.850	5.130	5.590	6.020	6.530	7.090	7.420	7.870	8.230	8.510
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	1.400	1.460	1.450	1.510	1.600	1.640	1.650	1.640	1.680	1.620	1.580
<b>Pressemarkt</b>		<b>123.540</b>	<b>120.290</b>	<b>118.040</b>	<b>116.400</b>	<b>115.190</b>	<b>112.270</b>	<b>110.490</b>	<b>106.430</b>	<b>101.350</b>	<b>99.220</b>	<b>96.010</b>
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	860	860	860	1.000	1.080	1.080	1.020	1.030	980	1.020	1.080
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	8.490	8.830	9.950	10.990	12.630	12.410	11.970	11.710	11.840	11.610	11.240
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	3.860	3.620	3.440	3.340	2.940	2.770	2.680	2.560	2.280	2.230	2.120
58.13	Verlegen von Zeitungen	46.170	45.080	43.900	43.080	41.790	40.630	40.450	39.010	36.610	35.630	34.840
58.14	Verlegen von Zeitschriften	36.420	34.570	33.220	31.900	31.340	30.850	30.600	29.470	27.980	27.580	26.870
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	8.150	7.900	7.280	6.900	6.860	6.450	6.210	5.960	5.880	5.710	5.560
47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	4.550	4.620	4.460	4.550	4.710	4.590	4.480	4.310	4.150	4.460	3.980
47.62.2	Einzelhandel mit Schreib-/Papierwaren, Schul-/Büroartikeln	15.030	14.820	14.940	14.650	13.840	13.500	13.080	12.400	11.630	10.970	10.330

## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Werbemarkt</b>		<b>108.460</b>	<b>112.120</b>	<b>115.640</b>	<b>120.500</b>	<b>124.280</b>	<b>126.970</b>	<b>128.730</b>	<b>124.950</b>	<b>124.310</b>	<b>128.430</b>	<b>128.480</b>
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	100.360	102.710	104.900	109.000	112.540	114.380	115.970	113.070	112.300	116.030	115.900
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	8.090	9.410	10.740	11.500	11.740	12.600	12.760	11.880	12.010	12.400	12.590
	<b>Software-/Games-Industrie</b>	<b>287.730</b>	<b>303.200</b>	<b>322.870</b>	<b>343.990</b>	<b>369.370</b>	<b>398.910</b>	<b>430.020</b>	<b>452.670</b>	<b>478.780</b>	<b>519.040</b>	<b>542.520</b>
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.290	1.420	1.480	1.810	1.580	1.560	1.550	1.510	1.740	1.710	1.920
58.29	Verlegen von sonstiger Software	21.490	22.600	24.870	28.130	31.800	31.940	32.670	33.520	33.880	34.400	34.590
63.12	Webportale	8.290	10.260	13.170	16.930	20.480	24.150	27.160	29.060	31.630	36.130	37.330
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internet-präsentationen	30.120	31.030	33.910	36.610	39.290	43.060	45.680	46.900	51.190	55.370	56.110
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	226.550	237.890	249.440	260.520	276.220	298.200	322.960	341.680	360.340	391.440	412.570
	<b>Sonstiges</b>	<b>7.740</b>	<b>7.330</b>	<b>7.250</b>	<b>7.130</b>	<b>7.180</b>	<b>7.250</b>	<b>7.130</b>	<b>6.890</b>	<b>6.790</b>	<b>6.810</b>	<b>6.750</b>
91.01	Bibliotheken und Archive	820	850	850	880	1.010	1.010	1.030	1.030	1.050	1.100	1.110
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen	140	130	130	120	120	130	140	150	150	160	160
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	560	570	580	590	600	610	620	630	640	670	680
74.30.2	Selbstständige Dolmetscherinnen und Dolmetscher	600	560	530	730	820	830	800	730	720	750	820
74.20.2	Fotolabors	4.600	4.330	4.230	3.880	3.680	3.700	3.550	3.380	3.200	3.110	2.960
32.11	Herstellung von Münzen etc.	470	440	500	520	550	560	590	600	620	620	640
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	570	440	430	410	390	400	400	380	420	400	380
	Summe mit Doppelzählung	851.480	871.160	898.560	933.790	974.470	1.012.700	1.053.690	1.064.310	1.087.040	1.144.940	1.169.950
	Doppelte Wirtschaftszweige	69.720	71.110	72.730	75.920	78.950	81.480	83.370	81.350	80.090	83.890	86.050
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>781.760</b>	<b>800.060</b>	<b>825.830</b>	<b>857.870</b>	<b>895.520</b>	<b>931.230</b>	<b>970.320</b>	<b>982.960</b>	<b>1.006.950</b>	<b>1.061.040</b>	<b>1.083.900</b>

Datengrundlage: BA 2024; Rundung auf 10er, dadurch können bei Summen leichte Rundungsdifferenzen entstehen.

## Gesamterwerbstätige, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Musikwirtschaft</b>		<b>77.610</b>	<b>78.500</b>	<b>79.710</b>	<b>83.110</b>	<b>87.220</b>	<b>91.630</b>	<b>94.820</b>	<b>92.280</b>	<b>90.140</b>	<b>98.870</b>	<b>105.900</b>
<b>90.03.1</b>	Selbstständige Komponistinnen, Komponisten, Musikbearbeitende	8.100	8.180	8.720	9.400	10.530	11.650	12.780	14.240	14.390	15.890	17.250
<b>90.01.2</b>	Musik-/Tanzensembles	10.000	10.020	9.860	11.180	11.410	11.850	12.140	12.580	12.280	13.270	14.080
<b>59.20.1</b>	Tonstudios etc.	2.820	2.850	2.870	2.960	3.020	3.130	3.200	3.250	3.160	3.640	3.730
<b>59.20.2</b>	Tonträgerverlage	2.730	2.600	2.630	2.390	2.420	2.380	2.350	2.470	2.450	2.570	2.510
<b>59.20.3</b>	Musikverlage	4.760	5.270	5.260	5.420	5.610	5.740	5.900	5.990	6.050	6.310	6.680
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstalter	13.870	13.790	13.930	14.210	14.930	15.530	15.950	13.440	12.320	14.230	15.650
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	4.350	4.410	4.370	4.190	4.220	4.290	4.380	4.090	4.030	4.390	4.600
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	12.480	12.950	13.930	15.170	16.770	18.580	19.910	18.290	18.000	21.180	23.920
<b>47.59.3</b>	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	8.690	8.570	8.400	8.350	8.400	8.460	8.000	7.850	7.610	7.630	7.660
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	2.040	1.990	1.960	1.970	1.970	1.950	1.930	1.890	1.790	1.850	1.860
<b>32.2</b>	Herstellung von Musikinstrumenten	7.760	7.880	7.770	7.880	7.940	8.080	8.270	8.190	8.060	7.920	7.950
<b>Buchmarkt</b>		<b>107.210</b>	<b>104.950</b>	<b>103.200</b>	<b>103.250</b>	<b>104.610</b>	<b>104.580</b>	<b>106.360</b>	<b>104.890</b>	<b>103.520</b>	<b>105.460</b>	<b>107.500</b>
<b>90.03.2</b>	Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	24.320	24.740	25.720	26.560	28.430	30.140	31.560	32.270	32.190	33.630	35.150
<b>74.30.1</b>	Selbstständige Übersetzerinnen und Übersetzer	10.320	10.910	11.750	12.690	13.770	14.570	14.850	14.170	14.440	15.070	15.960
<b>58.11</b>	Buchverlage	31.230	30.670	30.260	30.570	30.280	29.850	29.810	29.230	28.950	28.740	28.570
<b>47.61</b>	Einzelhandel mit Büchern	39.790	37.190	34.060	32.010	30.880	28.760	28.910	28.010	26.710	26.770	26.590
<b>47.79.2</b>	Antiquariate	1.550	1.440	1.410	1.410	1.250	1.270	1.240	1.200	1.240	1.240	1.230
<b>Kunstmarkt</b>		<b>45.410</b>	<b>44.730</b>	<b>44.680</b>	<b>44.950</b>	<b>45.990</b>	<b>47.100</b>	<b>47.900</b>	<b>48.860</b>	<b>48.030</b>	<b>49.660</b>	<b>50.590</b>
<b>90.03.3</b>	Selbstständige bildende Künstlerinnen und Künstler	30.700	30.520	30.820	31.320	32.630	33.970	35.000	36.560	36.050	37.420	38.530
<b>47.78.3</b>	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	6.080	5.930	5.840	5.800	5.790	5.670	5.540	5.190	5.080	5.220	5.180
<b>91.02</b>	Private Museen	2.630	2.620	2.600	2.590	2.520	2.450	2.470	2.400	2.340	2.490	2.500
<b>47.79.1</b>	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	6.010	5.660	5.430	5.240	5.050	5.010	4.890	4.710	4.560	4.530	4.390

## Gesamterwerbstätige, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Filmwirtschaft</b>		<b>115.100</b>	<b>114.730</b>	<b>116.260</b>	<b>117.700</b>	<b>122.450</b>	<b>124.730</b>	<b>128.090</b>	<b>125.990</b>	<b>126.780</b>	<b>139.320</b>	<b>144.460</b>
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	35.990	36.980	38.620	40.640	44.210	47.570	49.830	52.450	52.490	56.460	59.840
59.11	Film-/TV-Produktion	34.390	35.150	34.910	35.890	37.120	37.640	39.140	39.150	45.010	47.420	47.600
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	6.560	6.600	6.630	6.540	6.970	6.830	6.830	6.930	7.290	7.560	7.880
59.13	Filmverleih und -vertrieb	3.980	3.860	3.640	3.570	3.600	3.540	3.370	3.060	2.910	3.000	2.990
59.14	Kinos	24.360	23.480	25.190	25.010	25.630	25.060	25.290	21.100	16.070	21.960	23.360
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	2.040	1.990	1.960	1.970	1.970	1.950	1.930	1.890	1.790	1.850	1.870
77.22	Videotheken	7.790	6.670	5.300	4.090	2.960	2.130	1.700	1.430	1.230	1.090	910
<b>Rundfunkwirtschaft</b>		<b>65.470</b>	<b>66.060</b>	<b>66.940</b>	<b>67.350</b>	<b>68.110</b>	<b>68.500</b>	<b>68.110</b>	<b>68.320</b>	<b>65.680</b>	<b>66.640</b>	<b>67.190</b>
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	41.670	41.790	42.030	42.290	42.800	43.170	42.750	42.960	40.570	41.090	41.430
60.10	Hörfunkveranstaltende	14.750	14.990	15.820	15.890	15.490	15.540	15.490	15.320	15.070	16.430	16.530
60.20	Fernsehveranstaltende	9.050	9.280	9.100	9.170	9.830	9.790	9.860	10.040	10.040	9.120	9.240
<b>Markt für Darstellende Künste</b>		<b>85.890</b>	<b>88.130</b>	<b>91.710</b>	<b>96.370</b>	<b>104.330</b>	<b>112.280</b>	<b>118.100</b>	<b>116.780</b>	<b>113.930</b>	<b>126.510</b>	<b>136.950</b>
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	35.990	36.980	38.620	40.640	44.210	47.570	49.830	52.450	52.490	56.460	59.840
90.01.3	Selbstständige Artistinnen, Artisten, Zirkusbetriebe	2.290	2.300	2.430	2.570	2.720	2.940	3.140	2.750	2.610	2.970	3.280
90.01.1	Theaterensembles	1.540	1.570	1.590	1.650	1.710	1.750	1.780	1.790	1.750	2.070	1.980
90.04.1	Theater- und Konzertveranstaltende	13.870	13.790	13.930	14.210	14.930	15.530	15.950	13.440	12.320	14.230	15.650
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	4.350	4.410	4.370	4.190	4.220	4.290	4.380	4.090	4.030	4.390	4.600
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöhlen	1.770	1.960	1.940	1.990	2.140	2.130	2.190	2.090	1.930	2.170	2.360
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	12.480	12.950	13.930	15.170	16.770	18.580	19.910	18.290	18.000	21.180	24.070
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	13.610	14.170	14.890	15.950	17.650	19.480	20.930	21.880	20.810	23.040	25.170

## Gesamterwerbstätige, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Designwirtschaft</b>		<b>252.880</b>	<b>260.370</b>	<b>257.440</b>	<b>268.220</b>	<b>278.430</b>	<b>284.150</b>	<b>287.960</b>	<b>283.790</b>	<b>283.300</b>	<b>293.870</b>	<b>299.450</b>
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	12.250	13.070	14.370	15.260	17.000	18.040	18.290	18.830	19.190	20.440	21.150
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	31.570	34.410	37.310	39.870	43.020	45.760	48.380	50.470	53.180	57.360	61.360
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	19.090	18.360	18.000	18.050	17.810	17.500	17.210	16.910	16.630	16.380	16.050
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	9.970	10.300	10.560	10.980	11.460	11.920	12.230	12.580	12.780	13.230	13.740
73.11	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	129.110	132.630	124.460	130.350	133.060	131.930	130.530	122.970	119.850	120.270	117.710
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren	16.020	16.000	15.770	15.640	15.370	15.480	15.370	14.970	14.330	14.700	14.710
74.20.1	Selbstständige Fotografinnen und Fotografen	34.870	35.590	36.970	38.080	40.720	43.520	45.960	47.060	47.330	51.480	54.730
<b>Architekturmarkt</b>		<b>152.600</b>	<b>154.720</b>	<b>157.560</b>	<b>162.050</b>	<b>167.390</b>	<b>172.530</b>	<b>176.820</b>	<b>177.850</b>	<b>181.150</b>	<b>183.220</b>	<b>182.120</b>
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	111.190	112.850	115.020	118.350	122.670	126.080	128.750	128.920	130.910	131.690	129.630
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	9.970	10.300	10.560	10.980	11.460	11.920	12.230	12.580	12.780	13.230	13.740
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	15.890	15.780	16.040	16.250	16.210	16.710	17.390	17.650	18.270	18.870	19.010
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	10.890	11.010	11.210	11.670	12.110	12.770	13.370	13.650	14.120	14.390	14.690
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	4.660	4.780	4.730	4.800	4.950	5.040	5.090	5.060	5.070	5.030	5.050
<b>Pressemarkt</b>		<b>307.650</b>	<b>293.960</b>	<b>268.840</b>	<b>262.100</b>	<b>258.460</b>	<b>252.170</b>	<b>247.200</b>	<b>235.400</b>	<b>219.780</b>	<b>212.600</b>	<b>202.990</b>
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	41.670	41.790	42.030	42.290	42.800	43.170	42.750	42.960	40.570	41.090	41.430
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	12.370	12.500	13.480	14.370	15.850	15.580	14.910	14.360	14.350	13.910	13.510
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	4.560	4.270	4.050	3.960	3.520	3.290	3.180	3.010	2.730	2.670	2.530
58.13	Verlegen von Zeitungen	103.330	101.470	95.350	91.470	85.960	83.490	83.750	78.370	73.320	67.790	61.730
58.14	Verlegen von Zeitschriften	52.340	52.070	49.420	46.900	46.520	44.870	43.400	41.220	37.440	36.040	34.700
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	45.960	34.370	17.650	17.370	18.380	17.520	16.850	15.630	13.410	13.310	12.610
47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	13.160	13.500	13.680	13.490	14.820	14.640	14.000	13.690	13.570	14.430	14.170
47.62.2	Einzelhandel mit Schreib-/Papierwaren, Schul-/Büroartikeln	34.260	33.980	33.190	32.260	30.610	29.600	28.350	26.180	24.380	23.350	22.310

## Gesamterwerbstätige, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Werbemarkt</b>		<b>271.670</b>	<b>280.210</b>	<b>266.300</b>	<b>277.860</b>	<b>283.820</b>	<b>282.730</b>	<b>280.360</b>	<b>264.120</b>	<b>258.070</b>	<b>259.410</b>	<b>254.790</b>
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	258.220	265.250	248.910	260.700	266.110	263.860	261.060	245.940	239.700	240.540	235.410
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	13.450	14.960	17.390	17.160	17.700	18.860	19.290	18.180	18.360	18.870	19.380
	<b>Software-/Games-Industrie</b>	<b>380.690</b>	<b>400.270</b>	<b>422.790</b>	<b>448.880</b>	<b>479.970</b>	<b>514.600</b>	<b>550.390</b>	<b>576.370</b>	<b>608.930</b>	<b>654.800</b>	<b>685.100</b>
58.21	Verlegen von Computerspielen	1.980	2.090	2.130	2.430	2.220	2.210	2.250	2.230	2.460	2.430	2.670
58.29	Verlegen von sonstiger Software	24.930	26.180	28.430	31.920	35.720	35.820	36.510	37.310	37.800	38.280	38.480
63.12	Webportale	11.460	13.730	17.060	21.490	25.670	29.880	33.270	35.440	38.740	43.500	45.240
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internet-präsentationen	60.340	62.680	66.430	70.450	74.950	80.230	84.210	85.980	92.480	98.510	101.360
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	281.980	295.600	308.740	322.590	341.410	366.460	394.160	415.410	437.460	472.080	497.340
	<b>Sonstiges</b>	<b>27.200</b>	<b>26.710</b>	<b>26.890</b>	<b>27.620</b>	<b>28.420</b>	<b>28.620</b>	<b>28.530</b>	<b>27.870</b>	<b>27.660</b>	<b>28.430</b>	<b>28.920</b>
91.01	Bibliotheken und Archive	1.080	1.110	1.100	1.140	1.270	1.260	1.270	1.260	1.280	1.330	1.330
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen	320	320	330	310	310	320	340	360	370	390	390
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	1.090	1.090	1.080	1.110	1.150	1.160	1.170	1.150	1.130	1.200	1.220
74.30.2	Selbstständige Dolmetscherinnen und Dolmetscher	16.150	16.220	16.510	17.550	18.200	18.300	18.160	17.680	17.560	18.080	18.540
74.20.2	Fotolabors	5.980	5.510	5.370	4.920	4.710	4.640	4.470	4.250	4.010	3.920	3.730
32.11	Herstellung von Münzen etc.	670	640	690	710	750	760	790	770	800	790	800
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	1.900	1.810	1.820	1.880	2.030	2.190	2.330	2.400	2.520	2.720	2.910
	Summe mit Doppelzählung	1.889.380	1.913.320	1.902.330	1.959.450	2.029.200	2.083.610	2.134.610	2.122.500	2.126.980	2.218.780	2.265.970
	Doppelte Wirtschaftszweige	249.480	254.830	249.870	259.800	269.400	274.940	277.510	268.660	261.830	272.700	278.770
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>1.639.900</b>	<b>1.658.500</b>	<b>1.652.460</b>	<b>1.699.650</b>	<b>1.759.800</b>	<b>1.808.670</b>	<b>1.857.110</b>	<b>1.853.840</b>	<b>1.865.150</b>	<b>1.946.080</b>	<b>1.987.210</b>

Datengrundlage: Selbstständige DESTATIS 2024a und Mini-Selbstständige DESTATIS 2024; Beschäftigte: BA 2024; Teilumengen der Jahre 2021 – 2023 geschätzt; Rundung auf 10er.

## Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Prozent, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Musikwirtschaft</b>		<b>40,1%</b>	<b>40,1%</b>	<b>40,2%</b>	<b>39,8%</b>	<b>40,1%</b>	<b>39,9%</b>	<b>40,0%</b>	<b>40,3%</b>	<b>40,3%</b>	<b>40,6%</b>	<b>40,7%</b>
<b>90.03.1</b>	Selbstständige Komponistinnen, Komponisten, Musikbearbeitende	55,7%	56,0%	54,4%	51,4%	52,5%	53,1%	51,5%	51,7%	50,5%	47,6%	46,2%
<b>90.01.2</b>	Musik-/Tanzensembles	41,7%	42,4%	42,4%	43,3%	44,2%	44,5%	44,6%	45,1%	45,0%	46,5%	46,6%
<b>59.20.1</b>	Tonstudios etc.	39,9%	38,2%	38,3%	37,7%	37,5%	35,5%	35,2%	33,2%	32,6%	37,4%	38,2%
<b>59.20.2</b>	Tonträgerverlage	51,9%	51,8%	51,5%	48,5%	48,8%	51,0%	53,0%	53,6%	53,3%	51,7%	54,9%
<b>59.20.3</b>	Musikverlage	56,0%	53,8%	53,5%	52,4%	52,3%	52,3%	51,7%	51,3%	51,2%	50,0%	49,8%
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstaltende	50,0%	51,1%	51,8%	51,3%	51,4%	51,0%	51,6%	51,9%	51,7%	52,1%	53,0%
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. Ä.	43,8%	44,3%	44,6%	44,7%	45,0%	45,4%	45,8%	46,0%	46,2%	46,7%	47,0%
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	31,0%	30,0%	29,4%	28,4%	28,5%	27,9%	27,0%	27,7%	27,9%	27,9%	27,8%
<b>47.59.3</b>	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	30,9%	30,3%	30,4%	30,4%	30,6%	30,1%	31,1%	31,5%	31,7%	31,6%	30,9%
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	32,7%	33,7%	33,5%	32,0%	31,8%	32,4%	30,1%	31,1%	31,0%	30,3%	30,3%
<b>32.2</b>	Herstellung von Musikinstrumenten	29,9%	30,0%	30,6%	31,1%	31,2%	31,7%	32,2%	32,4%	32,7%	32,9%	32,6%
<b>Buchmarkt</b>		<b>70,7%</b>	<b>70,8%</b>	<b>72,6%</b>	<b>72,3%</b>	<b>72,1%</b>	<b>71,9%</b>	<b>72,0%</b>	<b>71,9%</b>	<b>72,1%</b>	<b>72,3%</b>	<b>72,3%</b>
<b>90.03.2</b>	Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	76,4%	71,1%	66,6%	59,2%	61,2%	59,3%	62,5%	61,1%	60,2%	60,9%	61,0%
<b>74.30.1</b>	Selbstständige Übersetzerinnen und Übersetzer	68,5%	67,9%	68,4%	68,0%	67,9%	66,3%	66,0%	67,1%	67,3%	66,7%	65,8%
<b>58.11</b>	Buchverlage	66,0%	67,0%	67,1%	67,4%	67,5%	67,8%	67,8%	67,5%	68,2%	69,0%	69,2%
<b>47.61</b>	Einzelhandel mit Büchern	75,5%	75,3%	80,0%	80,0%	79,8%	80,4%	80,4%	80,1%	79,9%	79,4%	79,6%
<b>47.79.2</b>	Antiquariate	61,4%	60,6%	59,0%	60,0%	55,8%	55,9%	59,0%	55,7%	56,2%	53,7%	53,2%
<b>Kunstmarkt</b>		<b>58,0%</b>	<b>58,3%</b>	<b>58,5%</b>	<b>58,6%</b>	<b>58,5%</b>	<b>58,1%</b>	<b>57,8%</b>	<b>57,4%</b>	<b>57,5%</b>	<b>57,3%</b>	<b>58,1%</b>
<b>90.03.3</b>	Selbstständige bildende Künstlerinnen und Künstler	49,7%	50,2%	49,0%	49,7%	49,9%	49,6%	50,3%	49,6%	50,8%	50,9%	51,6%
<b>47.78.3</b>	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	72,7%	72,6%	72,5%	72,5%	71,4%	71,0%	70,5%	70,0%	70,2%	69,7%	69,8%
<b>91.02</b>	Private Museen	59,3%	58,9%	59,3%	59,4%	59,7%	59,6%	60,1%	60,0%	60,0%	60,4%	60,1%
<b>47.79.1</b>	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	47,7%	48,0%	48,0%	47,2%	47,3%	46,7%	45,1%	45,3%	43,6%	42,9%	45,1%

## Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Prozent, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Filmwirtschaft</b>												
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	46,2%	46,3%	46,5%	46,3%	46,4%	46,3%	46,7%	46,4%	46,7%	46,8%	47,3%
59.11	Film-/TV-Produktion	65,2%	64,5%	64,9%	64,2%	62,8%	60,5%	62,0%	60,2%	60,3%	59,7%	59,7%
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	45,8%	45,5%	45,3%	45,2%	45,3%	45,3%	46,0%	45,7%	46,7%	46,5%	47,3%
59.13	Filmverleih und -vertrieb	41,8%	41,5%	42,7%	40,9%	42,4%	43,3%	42,8%	43,4%	42,6%	42,0%	41,0%
59.14	Kinos	51,7%	51,6%	53,2%	53,0%	53,2%	53,4%	54,4%	54,5%	54,9%	54,3%	53,9%
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	46,4%	48,0%	48,6%	49,2%	49,0%	48,2%	48,4%	47,7%	47,0%	48,4%	49,0%
77.22	Videotheken	32,7%	33,7%	33,5%	32,0%	31,8%	32,4%	30,1%	31,1%	31,0%	30,3%	30,3%
<b>Rundfunkwirtschaft</b>		53,1%	53,1%	52,1%	51,5%	50,1%	49,7%	47,9%	47,4%	48,8%	48,0%	50,0%
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	49,4%	49,6%	50,0%	49,7%	49,8%	49,9%	50,3%	50,6%	50,7%	51,0%	51,4%
60.10	Hörfunkveranstaltende	68,6%	68,7%	67,9%	63,6%	61,9%	60,3%	61,1%	62,1%	61,8%	59,5%	60,6%
60.20	Fernsehveranstaltende	48,8%	48,9%	49,6%	49,4%	49,5%	49,5%	50,0%	50,2%	50,5%	51,1%	51,4%
<b>Markt für Darstellende Künste</b>		48,2%	48,9%	49,1%	48,5%	49,0%	49,2%	49,6%	49,9%	49,9%	49,8%	50,3%
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	47,5%	47,6%	47,6%	46,9%	47,0%	46,5%	46,5%	47,4%	47,3%	47,3%	47,0%
90.01.3	Selbstständige Artistinnen, Artisten, Zirkusbetriebe	65,2%	64,5%	64,9%	64,2%	62,8%	60,5%	62,0%	60,2%	60,3%	59,7%	59,7%
90.01.1	Theaterensembles	28,7%	27,0%	27,6%	28,2%	30,2%	36,6%	39,9%	41,5%	40,6%	41,8%	39,4%
90.04.1	Theater- und Konzertveranstaltende	46,7%	46,7%	46,8%	46,7%	46,4%	47,0%	47,4%	47,8%	48,0%	48,2%	49,6%
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	50,0%	51,1%	51,8%	51,3%	51,4%	51,0%	51,6%	51,9%	51,7%	52,1%	53,0%
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöhlen	43,8%	44,3%	44,6%	44,7%	45,0%	45,4%	45,8%	46,0%	46,2%	46,7%	47,0%
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	53,7%	50,7%	51,7%	50,8%	50,3%	50,6%	49,1%	51,4%	49,6%	52,9%	51,7%
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	31,0%	30,0%	29,4%	28,4%	28,5%	27,9%	27,0%	27,7%	27,9%	27,9%	27,8%
		66,6%	67,2%	67,2%	66,8%	66,9%	66,2%	66,6%	67,0%	66,2%	66,4%	66,4%

## Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Prozent, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Designwirtschaft</b>												
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	57,2%	54,2%	50,6%	49,7%	51,3%	51,0%	50,9%	50,8%	50,0%	50,5%	51,3%
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	55,7%	54,4%	54,5%	54,8%	54,2%	54,6%	54,3%	53,9%	53,6%	53,5%	54,4%
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	50,4%	50,4%	51,1%	50,0%	50,2%	50,5%	49,6%	49,8%	50,2%	50,1%	50,8%
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	61,3%	61,6%	62,5%	61,8%	61,8%	60,4%	61,6%	59,9%	61,4%	62,2%	61,1%
73.11	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	55,0%	54,8%	54,9%	54,6%	54,4%	54,5%	54,5%	54,1%	54,1%	54,3%	54,8%
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren	61,9%	61,7%	62,0%	62,2%	62,7%	63,0%	63,1%	63,1%	63,3%	63,3%	64,1%
74.20.1	Selbstständige Fotografinnen und Fotografen	69,1%	69,6%	69,1%	68,6%	68,2%	67,4%	66,0%	65,1%	63,4%	62,7%	62,2%
<b>Architekturmarkt</b>												
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	55,9%	56,3%	56,2%	56,5%	56,3%	56,3%	56,1%	55,8%	55,9%	55,4%	55,2%
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	61,3%	61,6%	62,5%	61,8%	61,8%	60,4%	61,6%	59,9%	61,4%	62,2%	61,1%
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	52,8%	53,2%	53,2%	53,8%	53,5%	54,2%	55,1%	54,7%	54,6%	55,0%	54,5%
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	58,8%	58,4%	59,0%	59,2%	59,1%	59,5%	59,7%	59,8%	59,9%	60,1%	60,6%
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	39,9%	39,2%	39,9%	39,1%	40,2%	41,1%	40,0%	40,6%	41,1%	43,0%	43,7%
<b>Pressemarkt</b>												
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	68,6%	68,7%	67,9%	63,6%	61,9%	60,3%	61,1%	62,1%	61,8%	59,5%	60,6%
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	50,2%	50,8%	50,1%	50,0%	48,9%	49,0%	49,1%	48,9%	49,1%	49,3%	49,6%
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	67,7%	66,7%	66,1%	66,0%	64,1%	63,5%	64,3%	62,7%	63,1%	62,8%	62,9%
58.13	Verlegen von Zeitungen	51,6%	51,7%	51,4%	52,0%	52,1%	52,4%	52,5%	52,8%	52,6%	52,6%	52,6%
58.14	Verlegen von Zeitschriften	59,9%	60,5%	60,8%	61,0%	60,7%	60,8%	61,1%	61,2%	61,0%	61,4%	61,3%
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	57,1%	57,3%	57,6%	57,4%	57,9%	58,4%	58,6%	58,8%	59,1%	58,3%	57,6%
47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	74,8%	74,6%	74,5%	73,9%	74,1%	74,0%	75,1%	74,8%	74,6%	72,7%	71,2%
47.62.2	Einzelhandel mit Schreib-/Papierwaren, Schul-/Büroartikeln	68,0%	68,9%	69,7%	70,1%	69,9%	69,2%	68,3%	68,0%	68,0%	69,0%	68,2%

## Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Prozent, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Werbemarkt</b>		<b>54,9%</b>	<b>54,7%</b>	<b>54,8%</b>	<b>54,6%</b>	<b>54,4%</b>	<b>54,5%</b>	<b>54,4%</b>	<b>54,0%</b>	<b>54,1%</b>	<b>54,1%</b>	<b>54,6%</b>
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	55,0%	54,8%	54,9%	54,6%	54,4%	54,5%	54,5%	54,1%	54,1%	54,3%	54,8%
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	53,5%	53,3%	54,1%	54,4%	54,3%	54,2%	53,5%	52,5%	53,4%	52,7%	52,3%
	<b>Software-/Games-Industrie</b>	<b>26,7%</b>	<b>26,6%</b>	<b>26,9%</b>	<b>27,4%</b>	<b>27,7%</b>	<b>28,2%</b>	<b>28,7%</b>	<b>29,0%</b>	<b>29,8%</b>	<b>30,4%</b>	<b>30,5%</b>
58.21	Verlegen von Computerspielen	24,6%	25,3%	24,9%	25,8%	25,0%	25,3%	27,4%	25,7%	27,9%	30,3%	31,2%
58.29	Verlegen von sonstiger Software	26,3%	26,6%	26,2%	26,4%	26,6%	27,6%	28,3%	28,9%	29,8%	30,6%	30,8%
63.12	Webportale	41,2%	41,5%	42,9%	42,7%	42,4%	43,8%	43,5%	43,8%	43,5%	43,5%	43,0%
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internet-präsentationen	32,1%	32,1%	32,2%	33,7%	34,5%	34,9%	35,6%	35,9%	37,1%	37,9%	37,8%
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	25,5%	25,3%	25,4%	25,6%	25,7%	26,0%	26,5%	26,8%	27,5%	28,1%	28,3%
	<b>Sonstiges</b>	<b>55,6%</b>	<b>55,6%</b>	<b>55,5%</b>	<b>55,9%</b>	<b>55,7%</b>	<b>55,5%</b>	<b>55,5%</b>	<b>55,0%</b>	<b>54,6%</b>	<b>54,7%</b>	<b>54,4%</b>
91.01	Bibliotheken und Archive	70,5%	70,1%	69,7%	69,8%	68,3%	68,1%	68,2%	67,8%	67,5%	67,4%	67,4%
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen	49,5%	49,9%	51,4%	51,2%	49,3%	50,2%	48,6%	49,0%	49,7%	49,6%	48,9%
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	46,5%	47,2%	47,8%	47,9%	48,5%	49,3%	50,3%	50,5%	50,9%	51,8%	51,9%
74.30.2	Selbstständige Dolmetscherinnen und Dolmetscher	67,4%	69,8%	73,4%	63,1%	64,0%	64,6%	68,8%	69,0%	67,4%	65,5%	63,1%
74.20.2	Fotolabors	54,2%	53,3%	52,8%	54,1%	53,6%	53,0%	51,9%	51,1%	50,7%	50,9%	51,0%
32.11	Herstellung von Münzen etc.	40,2%	41,9%	40,4%	41,1%	41,7%	41,9%	43,0%	42,0%	41,6%	42,0%	42,7%
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	57,1%	58,6%	60,9%	61,0%	58,8%	58,9%	58,1%	58,7%	56,5%	54,3%	50,8%
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>45,1%</b>	<b>44,7%</b>	<b>44,6%</b>	<b>44,3%</b>	<b>44,0%</b>	<b>43,7%</b>	<b>43,6%</b>	<b>43,2%</b>	<b>43,1%</b>	<b>43,0%</b>	<b>42,8%</b>

Datengrundlage: BA 2024.

## Akademikeranteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Musikwirtschaft</b>		<b>20,7%</b>	<b>22,2%</b>	<b>23,3%</b>	<b>23,8%</b>	<b>24,9%</b>	<b>25,2%</b>	<b>26,6%</b>	<b>27,6%</b>	<b>28,8%</b>	<b>30,3%</b>	<b>31,2%</b>
<b>90.03.1</b>	Selbstständige Komponistinnen, Komponisten, Musikbearbeitende	15,3%	19,6%	22,3%	20,4%	21,6%	21,7%	19,4%	21,4%	24,0%	28,4%	25,8%
<b>90.01.2</b>	Musik-/Tanzensembles	49,4%	51,4%	53,1%	46,8%	47,7%	48,6%	50,6%	52,5%	53,2%	54,7%	55,2%
<b>59.20.1</b>	Tonstudios etc.	15,5%	15,7%	16,7%	19,8%	21,9%	26,6%	27,6%	29,4%	30,4%	38,0%	41,0%
<b>59.20.2</b>	Tonträgerverlage	31,9%	34,3%	34,3%	36,9%	41,9%	40,5%	43,7%	43,4%	50,4%	54,2%	56,7%
<b>59.20.3</b>	Musikverlage	28,1%	33,0%	36,4%	38,2%	40,2%	41,6%	44,4%	45,0%	47,1%	49,2%	51,2%
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstalter	22,6%	24,8%	26,6%	27,0%	28,2%	28,6%	30,4%	32,2%	33,4%	34,8%	36,3%
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. Ä.	29,4%	30,6%	31,7%	34,0%	35,3%	36,5%	37,8%	38,2%	39,2%	40,4%	41,1%
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	13,7%	13,9%	15,1%	14,9%	15,3%	15,0%	15,6%	16,6%	17,7%	18,0%	17,7%
<b>47.59.3</b>	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	6,5%	7,1%	7,3%	7,7%	7,9%	8,4%	8,9%	9,6%	9,9%	10,5%	10,8%
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	5,3%	6,4%	7,1%	8,1%	11,7%	12,9%	13,1%	15,0%	14,8%	13,6%	16,0%
<b>32.2</b>	Herstellung von Musikinstrumenten	4,5%	4,6%	5,0%	5,4%	5,8%	5,9%	6,6%	6,8%	7,4%	7,2%	7,7%
<b>Buchmarkt</b>		<b>26,8%</b>	<b>28,7%</b>	<b>31,9%</b>	<b>34,1%</b>	<b>35,9%</b>	<b>37,9%</b>	<b>38,8%</b>	<b>39,2%</b>	<b>40,5%</b>	<b>41,3%</b>	<b>41,8%</b>
<b>90.03.2</b>	Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	31,4%	35,9%	42,4%	44,0%	46,5%	48,3%	45,9%	46,2%	45,3%	48,3%	51,8%
<b>74.30.1</b>	Selbstständige Übersetzerinnen und Übersetzer	41,2%	44,7%	46,8%	48,8%	50,6%	52,3%	54,3%	54,5%	56,3%	56,6%	54,0%
<b>58.11</b>	Buchverlage	44,0%	45,9%	48,0%	49,3%	50,9%	51,7%	52,7%	53,4%	54,7%	55,3%	55,9%
<b>47.61</b>	Einzelhandel mit Büchern	8,5%	8,8%	10,6%	11,6%	12,4%	13,9%	14,7%	15,1%	15,7%	17,3%	18,1%
<b>47.79.2</b>	Antiquariate	15,0%	19,0%	17,3%	19,7%	24,1%	28,1%	31,4%	29,4%	28,8%	28,4%	32,6%
<b>Kunstmarkt</b>		<b>15,5%</b>	<b>16,9%</b>	<b>18,0%</b>	<b>19,4%</b>	<b>20,2%</b>	<b>21,2%</b>	<b>22,4%</b>	<b>23,9%</b>	<b>24,7%</b>	<b>26,1%</b>	<b>27,7%</b>
<b>90.03.3</b>	Selbstständige bildende Künstlerinnen und Künstler	11,2%	13,0%	13,5%	15,7%	17,6%	19,0%	21,4%	23,3%	24,5%	26,9%	29,4%
<b>47.78.3</b>	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	10,0%	11,3%	12,3%	13,6%	14,4%	15,1%	15,6%	16,7%	17,3%	17,9%	18,5%
<b>91.02</b>	Private Museen	34,3%	35,7%	37,4%	38,5%	38,7%	41,0%	42,8%	43,9%	45,6%	46,7%	47,4%
<b>47.79.1</b>	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	9,2%	9,2%	10,1%	10,5%	11,6%	11,4%	11,1%	11,8%	12,3%	12,6%	14,7%

## Akademikeranteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Filmwirtschaft</b>												
<b>90.01.4</b>	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	16,8%	18,7%	20,7%	22,7%	24,7%	26,5%	27,6%	29,6%	31,8%	32,5%	33,8%
		14,0%	17,7%	18,5%	20,2%	20,4%	22,3%	24,4%	24,4%	25,9%	27,8%	28,2%
<b>59.11</b>	Film-/TV-Produktion	19,6%	21,4%	24,6%	26,6%	28,9%	30,9%	31,9%	33,7%	34,7%	36,2%	38,1%
<b>59.12</b>	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	17,5%	19,7%	22,0%	24,2%	26,3%	28,8%	32,2%	33,9%	35,7%	38,1%	39,6%
<b>59.13</b>	Filmverleih und -vertrieb	28,7%	32,0%	33,6%	36,4%	38,2%	39,3%	42,4%	43,5%	47,1%	50,7%	50,2%
<b>59.14</b>	Kinos	10,5%	11,0%	11,2%	12,3%	12,8%	13,1%	13,0%	13,8%	15,1%	14,2%	14,2%
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	5,3%	6,4%	7,1%	8,1%	11,7%	12,9%	13,1%	15,0%	14,8%	13,6%	16,0%
<b>77.22</b>	Videotheken	4,4%	5,0%	6,9%	9,0%	9,5%	12,5%	13,7%	22,7%	28,0%	30,1%	37,7%
<b>Rundfunkwirtschaft</b>												
<b>90.03.5</b>	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	30,0%	31,7%	32,7%	33,8%	35,1%	36,5%	37,8%	39,1%	40,7%	41,7%	42,9%
		34,0%	35,6%	40,0%	40,9%	41,9%	45,0%	43,3%	45,3%	47,8%	48,9%	50,9%
<b>60.10</b>	Hörfunkveranstaltende	32,2%	33,5%	33,4%	34,5%	35,7%	36,4%	37,6%	38,6%	40,0%	40,8%	42,1%
<b>60.20</b>	Fernsehveranstaltende	26,0%	28,5%	30,9%	31,9%	33,3%	35,5%	37,6%	39,3%	41,1%	42,5%	43,4%
<b>Markt für Darstellende Künste</b>												
<b>90.01.4</b>	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und -Künstler	14,0%	17,7%	18,5%	20,2%	20,4%	22,3%	24,4%	24,4%	25,9%	27,8%	28,2%
<b>90.01.3</b>	Selbstständige Artistinnen, Artisten, Zirkusbetriebe	2,0%	2,1%	2,5%	3,0%	4,7%	7,9%	9,2%	12,2%	12,7%	11,4%	10,7%
<b>90.01.1</b>	Theaterensembles	29,7%	31,7%	33,3%	33,5%	35,1%	36,5%	36,3%	36,7%	38,0%	38,0%	39,8%
<b>90.04.1</b>	Theater- und Konzertveranstaltende	22,6%	24,8%	26,6%	27,0%	28,2%	28,6%	30,4%	32,2%	33,4%	34,8%	36,3%
<b>90.04.2</b>	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u.Ä.	29,4%	30,6%	31,7%	34,0%	35,3%	36,5%	37,8%	38,2%	39,2%	40,4%	41,1%
<b>90.04.3</b>	Varietés und Kleinkunsthöhlen	13,2%	14,5%	16,1%	18,8%	18,6%	17,7%	20,2%	22,7%	24,1%	24,8%	25,7%
<b>90.02</b>	Erbringung von Dienstleistungen für die Darstellende Kunst	13,7%	13,9%	15,1%	14,9%	15,3%	15,0%	15,6%	16,6%	17,7%	18,0%	17,7%
<b>85.52</b>	Kulturunterricht/Tanzschulen	17,8%	19,4%	21,2%	22,8%	24,7%	27,6%	28,7%	31,1%	32,2%	34,0%	36,0%

## Akademikeranteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Designwirtschaft</b>		<b>20,1%</b>	<b>22,3%</b>	<b>24,4%</b>	<b>26,7%</b>	<b>28,5%</b>	<b>30,3%</b>	<b>31,8%</b>	<b>32,7%</b>	<b>34,5%</b>	<b>35,9%</b>	<b>36,9%</b>
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	28,0%	33,5%	37,8%	40,3%	41,6%	42,8%	43,1%	44,5%	44,7%	44,4%	45,2%
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	27,1%	29,6%	31,3%	33,3%	35,9%	37,5%	38,4%	39,3%	41,3%	43,2%	43,7%
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	15,3%	17,0%	17,9%	20,4%	21,9%	24,4%	24,7%	25,6%	25,8%	26,5%	28,0%
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	44,6%	46,6%	47,8%	50,2%	51,0%	51,3%	52,6%	52,2%	54,0%	55,7%	55,8%
73.11	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	22,8%	25,1%	27,3%	29,6%	31,3%	33,1%	34,8%	35,4%	37,3%	38,6%	39,6%
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren	3,8%	4,2%	4,6%	5,4%	5,5%	6,3%	6,4%	7,0%	7,3%	8,2%	8,9%
74.20.1	Selbstständige Fotografinnen und Fotografen	6,7%	7,9%	8,9%	9,9%	10,7%	12,0%	13,3%	14,1%	15,2%	16,8%	18,3%
<b>Architekturmarkt</b>		<b>52,3%</b>	<b>54,1%</b>	<b>55,9%</b>	<b>57,5%</b>	<b>58,7%</b>	<b>59,7%</b>	<b>60,3%</b>	<b>60,7%</b>	<b>61,1%</b>	<b>61,5%</b>	<b>62,0%</b>
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	52,2%	54,0%	55,6%	57,1%	58,5%	59,4%	59,9%	60,2%	60,6%	60,8%	61,4%
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	44,6%	46,6%	47,8%	50,2%	51,0%	51,3%	52,6%	52,2%	54,0%	55,7%	55,8%
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	57,6%	59,0%	62,1%	64,1%	64,6%	66,2%	67,4%	68,0%	68,1%	68,5%	68,8%
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	61,4%	64,0%	66,9%	68,6%	69,7%	70,8%	71,0%	71,6%	70,7%	70,8%	70,9%
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	13,3%	15,5%	16,1%	16,0%	17,1%	19,0%	18,6%	19,7%	19,6%	22,1%	23,0%
<b>Pressemarkt</b>		<b>22,2%</b>	<b>23,5%</b>	<b>24,7%</b>	<b>26,2%</b>	<b>27,4%</b>	<b>28,7%</b>	<b>29,8%</b>	<b>30,8%</b>	<b>32,0%</b>	<b>33,3%</b>	<b>34,6%</b>
90.03.5	Selbstständige Journalistinnen und Journalisten etc.	34,0%	35,6%	40,0%	40,9%	41,9%	45,0%	43,3%	45,3%	47,8%	48,9%	50,9%
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	31,8%	34,2%	38,0%	41,1%	41,3%	42,5%	44,4%	45,2%	46,4%	46,9%	47,9%
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	21,4%	19,3%	20,1%	21,5%	19,9%	20,3%	20,7%	22,2%	21,8%	22,3%	22,5%
58.13	Verlegen von Zeitungen	21,4%	22,9%	23,7%	25,1%	26,6%	28,3%	28,9%	29,9%	31,0%	32,6%	33,9%
58.14	Verlegen von Zeitschriften	31,3%	32,8%	34,3%	36,2%	37,4%	38,7%	40,2%	41,5%	43,4%	45,2%	46,3%
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	19,0%	21,1%	22,7%	23,3%	24,2%	25,6%	27,5%	28,3%	28,2%	27,3%	28,4%
47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	3,6%	4,1%	3,0%	3,1%	3,4%	3,6%	3,9%	3,9%	3,8%	5,6%	5,6%
47.62.2	Einzelhandel mit Schreib-/Papierwaren, Schul-/Büroartikeln	4,0%	4,5%	5,0%	5,3%	4,7%	5,2%	5,7%	5,7%	5,8%	6,1%	6,8%

## Akademikeranteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, 2013 – 2023 (nach Teilmärkten und Wirtschaftszweigen)

WZ 2008	Wirtschaftszweig	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Werbemarkt</b>		<b>22,9%</b>	<b>25,2%</b>	<b>27,4%</b>	<b>29,4%</b>	<b>31,1%</b>	<b>32,8%</b>	<b>34,5%</b>	<b>35,2%</b>	<b>37,1%</b>	<b>38,4%</b>	<b>39,4%</b>
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung	22,8%	25,1%	27,3%	29,6%	31,3%	33,1%	34,8%	35,4%	37,3%	38,6%	39,6%
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	24,2%	26,9%	28,3%	28,1%	29,0%	30,2%	32,0%	33,3%	34,8%	36,5%	37,3%
	<b>Software-/Games-Industrie</b>	<b>43,2%</b>	<b>45,0%</b>	<b>46,8%</b>	<b>48,8%</b>	<b>50,3%</b>	<b>51,6%</b>	<b>52,9%</b>	<b>54,1%</b>	<b>55,5%</b>	<b>56,6%</b>	<b>57,4%</b>
58.21	Verlegen von Computerspielen	33,4%	44,0%	46,6%	52,2%	50,4%	48,1%	45,8%	46,1%	48,0%	50,1%	51,8%
58.29	Verlegen von sonstiger Software	37,9%	42,2%	45,5%	47,8%	50,6%	50,3%	52,6%	53,5%	54,7%	55,0%	55,2%
63.12	Webportale	37,3%	42,0%	45,5%	48,4%	50,4%	51,5%	52,2%	54,5%	55,4%	54,3%	54,3%
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internet-präsentationen	29,1%	32,6%	34,9%	38,0%	39,9%	42,2%	43,3%	44,3%	46,2%	47,7%	47,8%
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	45,9%	47,0%	48,6%	50,4%	51,7%	53,1%	54,4%	55,5%	56,9%	58,3%	59,2%
	<b>Sonstiges</b>	<b>13,8%</b>	<b>15,5%</b>	<b>16,7%</b>	<b>17,9%</b>	<b>20,7%</b>	<b>21,5%</b>	<b>22,9%</b>	<b>23,8%</b>	<b>25,0%</b>	<b>25,5%</b>	<b>25,7%</b>
91.01	Bibliotheken und Archive	34,2%	36,3%	37,2%	37,1%	39,7%	41,6%	41,8%	43,3%	44,9%	45,5%	46,6%
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnliche Attraktionen	40,1%	43,6%	45,8%	44,1%	45,2%	45,7%	46,4%	48,1%	49,7%	49,3%	49,4%
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	13,0%	13,7%	13,7%	14,3%	14,9%	15,5%	16,3%	17,4%	17,8%	18,2%	18,6%
74.30.2	Selbstständige Dolmetscherinnen und Dolmetscher	33,9%	37,7%	40,4%	35,8%	39,5%	40,2%	40,1%	38,3%	38,6%	37,4%	36,4%
74.20.2	Fotolabors	8,9%	10,0%	11,5%	12,7%	15,0%	15,9%	18,3%	19,4%	20,4%	20,8%	21,0%
32.11	Herstellung von Münzen etc.	4,5%	5,4%	5,7%	6,2%	6,5%	5,7%	5,6%	6,2%	6,8%	7,9%	7,9%
32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	4,7%	4,5%	6,1%	7,1%	7,4%	8,0%	9,3%	11,8%	15,6%	14,4%	11,8%
	<b>Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)</b>	<b>32,4%</b>	<b>34,5%</b>	<b>36,6%</b>	<b>38,7%</b>	<b>40,5%</b>	<b>42,3%</b>	<b>43,9%</b>	<b>45,3%</b>	<b>47,0%</b>	<b>48,3%</b>	<b>49,4%</b>

Datengrundlage: BA 2024.

### 3. Tabellen im EU-Vergleich

#### KKW im EU-Vergleich 2021/2022 – Anzahl Unternehmen

Land	2021	2022	Veränderungen (%) 2021/2022	Anzahl Unternehmen Gesamtwirtschaft 2022	Anteil KKW an Gesamtwirtschaft 2022
Belgien	65.251	67.612	3,6%	888.925	7,6%
Bulgarien	20.198	21.041	4,2%	394.135	5,3%
Dänemark	28.292	29.274	3,5%	380.208	7,7%
Deutschland	234.244	241.359	3,0%	3.159.716	7,6%
Frankreich	358.661	389.790	8,7%	4.907.008	7,9%
Griechenland	51.762	54.785	5,8%	917.441	6,0%
Italien	272.985	283.685	3,9%	4.587.208	6,2%
Kroatien	19.270	20.575	6,8%	227.408	9,0%
Niederlande	292.681	308.243	5,3%	2.204.281	14,0%
Österreich	73.795	70.936	-3,9%	583.947	12,1%
Polen	202.559	212.797	5,1%	2.675.865	8,0%
Portugal	75.914	84.792	11,7%	1.329.175	6,4%
Rumänien	72.124	80.859	12,1%	974.969	8,3%
Schweden	140.172	126.750	-9,6%	835.543	15,2%
Slowakei	42.567	44.795	5,2%	635.781	7,0%
Slowenien	20.977	22.249	6,1%	194.940	11,4%
Spanien	226.521	227.982	0,6%	3.451.215	6,6%
Tschechien	103.968	109.846	5,7%	1.292.436	8,5%
Ungarn	88.822	93.321	5,1%	976.964	9,6%
Zypern	5.166	5.885	13,9%	87.628	6,7%

Datengrundlage: Eurostat 2024. Strukturelle Unternehmensstatistik. Schätzungen enthalten.

## KKW im EU-Vergleich 2021/2022 – Beschäftigte

Land	2021	2022	Veränderungen (%) 2021/2022	Anzahl Unternehmen Gesamtwirtschaft 2022	Anteil KKW an Gesamtwirtschaft 2022
Belgien	140.999	149.569	6,1%	3.883.762	3,9%
Bulgarien	79.443	86.096	8,4%	2.165.657	4,0%
Dänemark	113.686	113.868	0,2%	2.217.600	5,1%
Deutschland	1.401.324	1.456.299	3,9%	38.715.794	3,8%
Frankreich	857.719	930.563	8,5%	20.477.065	4,5%
Griechenland	115.189	124.988	8,5%	3.408.054	3,7%
Italien	597.309	635.137	6,3%	18.202.887	3,5%
Kroatien	50.169	53.658	7,0%	1.256.179	4,3%
Niederlande	376.980	391.581	3,9%	8.562.407	4,6%
Österreich	166.446	170.051	2,2%	3.751.038	4,5%
Polen	420.186	448.677	6,8%	11.511.312	3,9%
Portugal	147.880	163.934	10,9%	4.362.436	3,8%
Rumänien	188.190	206.962	10,0%	4.698.672	4,4%
Schweden	236.347	205.459	-13,1%	4.007.240	5,1%
Slowakei	75.566	79.414	5,1%	1.817.398	4,4%
Slowenien	31.696	33.724	6,4%	780.599	4,3%
Spanien	564.107	605.948	7,4%	15.559.404	3,9%
Tschechien	158.236	166.116	5,0%	4.230.462	3,9%
Ungarn	143.057	150.718	5,4%	3.364.251	4,5%
Zypern	13.934	17.450	25,2%	378.199	4,6%

Datengrundlage: Eurostat 2024. Strukturelle Unternehmensstatistik. Schätzungen enthalten.

## KKW im EU-Vergleich 2021/2022 – Nettoumsatz (in Mio. EUR)

Land	2021	2022	Veränderungen (%) 2021/2022	Anzahl Unternehmen Gesamtwirtschaft 2022	Anteil KKW an Gesamtwirtschaft 2022
Belgien	26.945	35.614	32,2%	1.657.226	2,1%
Bulgarien	4.324	5.254	21,5%	261.099	2,0%
Dänemark	21.564	25.393	17,8%	879.699	2,9%
Deutschland	210.218	211.750	0,7%	10.120.715	2,1%
Frankreich	157.860	171.729	8,8%	5.464.064	3,1%
Griechenland	6.466	7.348	13,6%	404.854	1,8%
Italien	82.719	95.062	14,9%	4.367.924	2,2%
Kroatien	3.138	3.752	19,6%	143.867	2,6%
Niederlande	62.366	68.143	9,3%	2.616.846	2,6%
Österreich	24.558	27.097	10,3%	1.068.620	2,5%
Polen	33.746	38.907	15,3%	1.756.988	2,2%
Portugal	10.455	12.813	22,6%	544.387	2,4%
Rumänien	10.715	13.346	24,6%	509.951	2,6%
Schweden	50.731	55.626	9,6%	1.202.962	4,6%
Slowakei	5.934	6.655	12,1%	290.738	2,3%
Slowenien	3.238	3.692	14,0%	155.663	2,4%
Spanien	65.241	76.154	16,7%	2.921.104	2,6%
Tschechien	17.056	20.302	19,0%	827.950	2,5%
Ungarn	9.969	10.231	2,6%	475.642	2,2%
Zypern	5.640	6.899	22,3%	64.764	10,7%

Datengrundlage: Eurostat 2024. Strukturelle Unternehmensstatistik. Schätzungen enthalten.



