

Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Europäischen Metropolregion München (EMM)

2. Teilbericht Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München (LHM)

Auftraggeber:

Europäische Metropolregion München e.V. (EMM)

Vorsitzender: Christian Ude, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt München

mit Unterstützung von

FilmFernsehFonds Bayern GmbH - Gesellschaft zur Förderung der Medien in Bayern,
Landeshauptstadt München (Kulturreferat und Referat für Arbeit und Wirtschaft)
sowie IHK für München und Oberbayern

Auftragnehmer:

Michael Söndermann

Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Stand: 25.09.2012

Inhalt

1	Einleitung	5
1.1	Auftrag und Definition.....	5
2	Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick.....	9
2.1	Die Unternehmenslandschaft im Überblick Abbildung 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München im Vergleich zum Bundesgebiet 2010.....	9
2.2	Die Wirtschaftsleistung im Überblick.....	10
2.3	Die Erwerbstätigkeit und Beschäftigung im Überblick.....	12
2.4	Erste zusammenfassende Bewertung	13
3	Die Branchenprofile der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	15
3.1	Die Unternehmenslandschaft im Branchenprofil.....	15
3.2	Die Wirtschaftsleistung im Branchenprofil.....	18
3.3	Der Erwerbstätigenmarkt im Branchenprofil.....	21
3.4	Die Beschäftigungsdynamik im Branchenprofil.....	25
4	Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im statistischen Kurzprofil.....	28
4.1	Musikwirtschaft	28
4.2	Buchmarkt.....	30
4.3	Kunstmarkt.....	32
4.4	Filmwirtschaft.....	33
4.5	Rundfunkwirtschaft	35
4.6	Markt für darstellende Künste	36
4.7	Designwirtschaft.....	38
4.8	Architektur.....	41

4.9	Pressemarkt	43
4.10	Werbemarkt	45
4.11	Software-/Games-Industrie	46
5	Zusammenfassung.....	48
5.1	Empirische Befunde im Überblick.....	48
5.2	Die Beschäftigungsdynamik	52
5.3	Drei zentrale Merkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	54
6	Anhang	55
6.1	Quellenangaben.....	55
6.2	Tabellenwerk (extra Dokument).....	55

Abbildungen

Abbildung 1.1:	Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	6
Abbildung 1.2:	statistische Zuordnung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008).....	6
Abbildung 2.1:	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München im Vergleich zum Bundesgebiet 2010	9
Abbildung 2.2:	Die kulturellen Märkte - die Spitzenmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München (LHM) 2010.....	11
Abbildung 2.3:	Eine zentrale Kennzahl: die Kultur- und Kreativwirtschaft im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft – die Landeshauptstadt München im Vergleich zum Bundesgebiet 2010	12
Abbildung 2.4:	Der Lokalisationsquotient der Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München 2010.....	14
Abbildung 3.1:	Kennzahlen zur Unternehmenslandschaft nach Teilmärkten 2010	15

Abbildung 3.2: Kennzahlen zur Wirtschaftskraft nach Teilmärkten 2010	18
Abbildung 3.3: Kennzahlen zum Erwerbstätigenmarkt nach Teilmärkten 2010	21
Abbildung 3.4: Wachstumsdynamik der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativ- wirtschaft im Vergleich 2008-2011	25
Abbildung 3.5: Entwicklung der Beschäftigung nach Teilmärkten 2008-2011	26
Abbildung 4.1: Strukturdaten der Musikwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010	28
Abbildung 4.2: Strukturdaten des Buchmarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010	30
Abbildung 4.3: Strukturdaten des Kunstmarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010	32
Abbildung 4.4: Strukturdaten der Filmwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010	34
Abbildung 4.5: Strukturdaten der Rundfunkwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010	35
Abbildung 4.6: Strukturdaten des Marktes für darstellende Künste und Anteile am Bundesgebiet 2010	37
Abbildung 4.7: Strukturdaten der Designwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010	39
Abbildung 4.8: Strukturdaten des Architekturmarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010	41
Abbildung 4.9: Strukturdaten des Pressemarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010	43
Abbildung 4.10: Strukturdaten des Werbemarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010	45
Abbildung 4.11: Strukturdaten der Software-/Games Industrie und Anteile am Bundesgebiet 2010	47
Abbildung 5.1: Der Lokalisationsquotient der Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München 2010	50
Abbildung 5.2: Die Wachstumsdynamik der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich 2008-2011	52

1 Einleitung

1.1 Auftrag und Definition

Der Verein Europäische Metropolregion München e.V. (EMM) hat das Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln mit der Durchführung einer Untersuchung zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München (LHM) beauftragt. Das Projekt wurde mit folgenden Kooperationspartnern durchgeführt:

- FilmFernsehFonds Bayern
- Landeshauptstadt München, Kulturreferat
- Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft
- IHK für München und Oberbayern

Die Studie soll die wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Strukturen und Trends der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Lichte der amtlichen Statistik untersuchen und wirtschafts- und kulturrelevante Bewertungen vorlegen.

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

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

Abbildung 1.1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009

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

Vor dem Hintergrund des vorhandenen statistischen Materials ergeben sich danach entsprechende Zuordnungen, die in der folgenden Übersicht ausführlich dargestellt werden.

Abbildung 1.2: statistische Zuordnung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008 /nach amtlicher Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008)

1. Musikwirtschaft

90.03.1	Selbständige Komponisten/innen, Musikbearbeiter/innen
90.01.2	Musikensembles
59.20.1	Tonstudios etc.
59.20.2	Tonträgerverlage
59.20.3	Musikverlage
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. ä.
90.02	*Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.
47.63.	*Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern
32.2	Herstellung von Musikinstrumenten

2. Buchmarkt

90.03.2	Selbständige Schriftsteller/innen
74.30.1	Selbständige Übersetzer/innen
58.11	Buchverlage
47.61	Einzelhandel mit Büchern
47.79.2	Antiquariate
18.14	Buchbindereien etc.

3. Kunstmarkt

90.03.3	Selbständige bildende Künstler/innen
47.78.3	** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc. (Anteil 20 %)
91.02	Museumsshops etc.
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.

4. Filmwirtschaft

90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen
59.11	Film-/TV-Produktion
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik
59.13	Filmverleih u. -vertrieb
59.14	Kinos
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern
77.22	Videotheken

5. Rundfunkwirtschaft

90.03.5	*Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen/innen
60.10	Hörfunkveranstalter
60.20	Fernsehveranstalter

6. Markt für darstellende Künste

90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen
90.01.3	Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe
90.01.1	Theaterensembles
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. ä.
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen
90.02	*Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen

7. Designwirtschaft

74.10.1	Industrie-, Produkt- und Modedesign
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur
73.11	**Werbegestaltung (50 % Anteil von WZ.73.11)
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren
74.20.1	Selbständige Fotografen

8. Architekturmarkt

- 71.11.1 Architekturbüros für Hochbau
- 71.11.2 *Büros für Innenarchitektur
- 71.11.3 Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung
- 71.11.4 Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung
- 90.03.4 Selbständige Restauratoren/innen

9. Pressemarkt

- 90.03.5 *Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen/innen
- 63.91 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
- 58.12 Verlage von Adressbüchern u. Verzeichnissen
- 58.13 Verlage von Zeitungen
- 58.14 Verlage von Zeitschriften
- 58.19 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
- 47.62 Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen

10. Werbemarkt

- 73.11 *Werbeagenturen/Werbegestaltung
- 73.12 Vermarktung u. Vermittlung von Werbezeiten u. Werbeflächen

11. Software-/Games-Industrie

- 58.2 Verlegen von Computerspielen und sonstiger Software
- 62.01 Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen und sonstiger Softwareentwicklung
- 63.12 Webportale

() Sonstiges

- 91.01 Bibliotheken und Archive
- 91.03 Betrieb von historischen Stätten u. Gebäuden u. ähnlichen Attraktionen
- 91.04 Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks
- 74.30.2 Selbständige Dolmetscher/innen
- 74.20.2 Fotolabors
- 32.11 Hersteller von Münzen
- 32.13 Hersteller von Fantasieschmuck

Ergänzende Hinweise: Die mit * versehenen Wirtschaftszweige werden verschiedenen Teilmärkten zugeordnet. Die mit ** markierten Kunsthandel und designrelevante Wirtschaftszweige können nur geschätzt werden, da sie in der amtlichen Statistik mit kulturfremden Aktivitäten zusammengefasst wurden. In den statistischen Auswertungen werden die Doppelzählungen in der Endsumme grundsätzlich bereinigt.

Basierend auf dem klassifikatorischen Modell der Wirtschaftsministerkonferenz zur Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft wurden die statistischen Analysen im folgenden Hauptteil dargestellt und erläutert.

2 Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick

Die folgenden empirischen Analysen stützen sich auf die Daten aus der amtlichen Statistik. Dazu haben das *Bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung* sowie die *Bundesagentur für Arbeit* neben den allgemein zugänglichen Statistiken jeweils Sonderauswertungen zur Verfügung gestellt. Ohne die Unterstützung der beiden Ämter wäre eine solche Analyse, die ein hohes Maß an Differenzierung erfordert, nicht möglich gewesen. Ihnen sei an dieser Stelle herzlich für die besondere Unterstützung gedankt.

2.1 Die Unternehmenslandschaft im Überblick

Abbildung 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München im Vergleich zum Bundesgebiet 2010

Kultur- und Kreativwirtschaft (KKw)	Landeshauptstadt München (LHM)	Bundesgebiet	Anteil LHM am Bundesgebiet
Anzahl KKw-Unternehmen	14.792	239.534	6,2%
Anzahl Gesamtwirtschaft	83.558	3.165.286	2,6%
Anteil an der Gesamtwirtschaft	17,7%	7,6%	-
KKw-Umsatz in Mio. €	9.097	137.333	6,6%
Umsatz in Mio. € Gesamtwirtschaft	250.636	5.240.997	4,8%
Anteil an der Gesamtwirtschaft	3,6%	2,6%	-
Anzahl KKw- Erwerbstätigkeit	60.273	959.936	6,3%
Anzahl Gesamtwirtschaft	778.017	30.875.773	2,5%
Anteil an der Gesamtwirtschaft	7,7%	3,1%	-
Anzahl KKw-Beschäftigung (svB)	45.481	720.402	6,3%
Anzahl Gesamtwirtschaft	694.459	27.710.487	2,5%
Anteil an der Gesamtwirtschaft	6,5%	2,6%	-

Hinweis: Steuerpflichtige Selbständige und Unternehmen mit 17.500 Euro Jahresumsatz und mehr, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte: Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Umsatzsteuerstatistik, Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Im Jahr 2010 existieren in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM knapp 14.800 **Unternehmen**. Damit erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 17,7 Prozent an der Gesamtwirt-

schaft der LHM. Der vergleichbare Bundeswert liegt mit 7,6 Prozent deutlich darunter. Ein Grund für die starke Konzentration der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM ist der breite Mix der vielen Klein- und Kleinstunternehmen, die in fast allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft hohe absolute Werte aufweisen.

2.2 Die Wirtschaftsleistung im Überblick

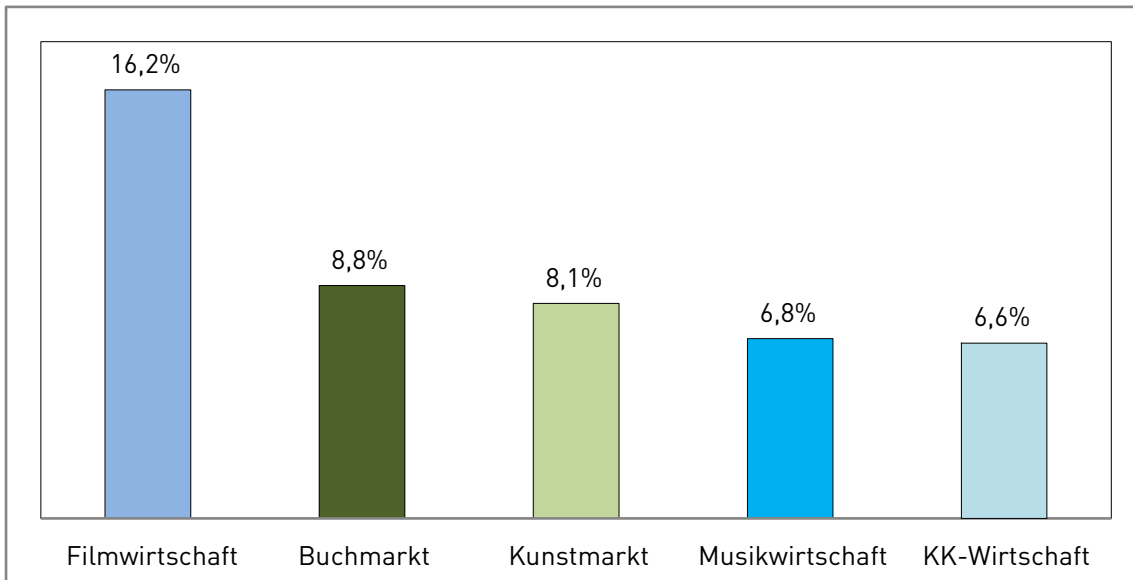
Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM erwirtschaftete im Jahr 2010 einen **Umsatz** von rund 9,1 Mrd. Euro. Damit erzielt die Branche einen Anteil von 3,6 Prozent an der gesamten Wirtschaftsleistung der LHM - ein deutlich besseres Ergebnis als der vergleichbare Bundeswert von 2,6 Prozent. Diese Wirtschaftsleistung bezieht sich auf die in der LHM rechtlich selbständigen Kultur- und Kreativunternehmen. Nach einer Alternativberechnung¹ würde durch die Gewichtung der Umsätze auf der Basis der Erwerbstätigkeit der Anteilswert von 3,9 auf 7,0 Prozent steigen. Die Wirtschaftsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM träte damit noch deutlicher hervor.

Der Grund für die herausgehobene Marktposition der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Vergleich zum Bundesgebiet liegt in der starken Stellung einzelner Teilmärkte. Dazu zählen insbesondere die Filmwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt und die Musikwirtschaft deren Firmen jährlich überdurchschnittlich starke Wirtschaftsleistungen erzielen. Ein besonders interessantes Merkmal ist mit den vier genannten Teilmärkten verbunden. Sie zählen ausnahmslos zu den kulturwirtschaftlichen Märkten mit besonders ausgeprägten Anteilen der kultur- oder künstlerisch relevanten Produktion. Im Unterschied zu diesen kulturellen Märkten spielen die verwandten Märkte der Design-, Architektur-, Werbe- oder Software-/Games-Märkte eine geringere Rolle innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM. Möglicherweise ist diese kulturelle oder künstlerisch ausgeprägte Stellung der LHM innerhalb des gesamten Bundesgebietes auch ein Alleinstellungsmerkmal für München. Allerdings kann dieser Hinweis nur als erste Vermutung formuliert werden, da die vergleichbaren Standorte in anderen Regionen Deutschlands bislang noch nicht unter diesem Blickwinkel untersucht wurden.

¹ Der Umsatzwert der Kultur- und Kreativwirtschaft LHM wird auf der Basis der in der LHM tätigen Erwerbstätigen mit dem durchschnittlichen bundesweiten Umsatzwert je Erwerbstätiger gewichtet.

Abbildung 2.2: Die kulturellen Märkte - die Spitzenmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München (LHM) 2010

Anteil des LHM-Umsatzes am jeweiligen bundesweiten Teilmarkt in Prozent



Hinweis: Umsatzpflichtige ab 17.500 Euro Jahresumsatz

Quelle: Sonderauswertung, Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Ein Teilmarkt, die Filmwirtschaft, nimmt eine besondere **Spitzenstellung** ein. Innerhalb der bundesweiten Filmwirtschaft wird rund 16 Prozent der Wirtschaftsleistung (LHM-Umsatzanteil am Bundesgebiet) allein durch Filmunternehmen aus der LHM erzielt.

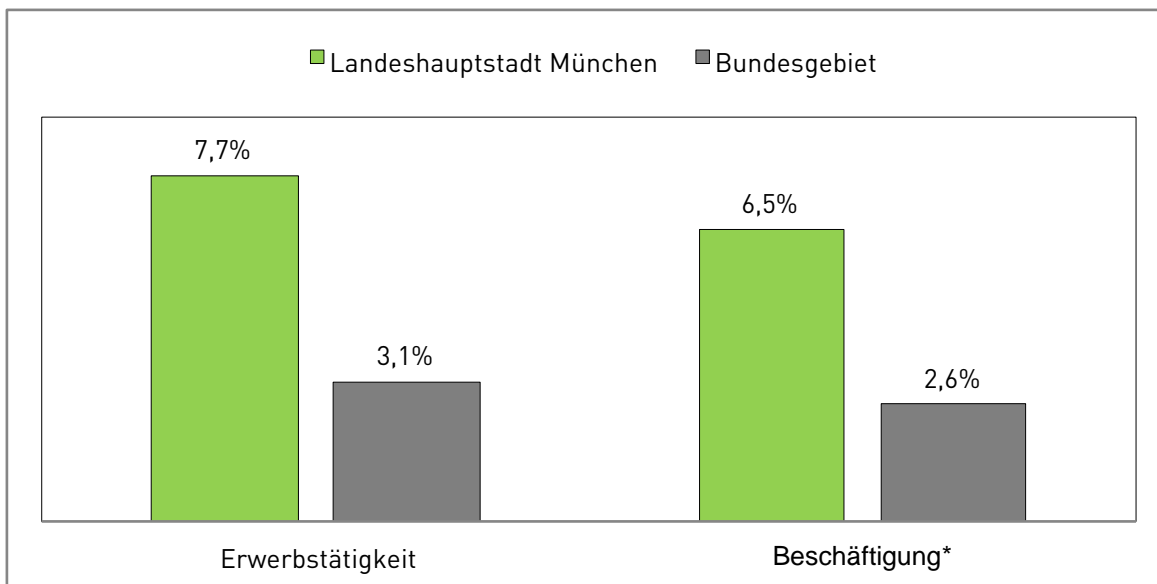
Die beiden Teilmärkte Buchmarkt und Kunstmarkt erreichen an den jeweiligen bundesweiten Teilmärkten Anteile von 8,8 bzw. 8,1 Prozent, während die Musikwirtschaft der LHM mit 6,8 Prozent immer noch überdurchschnittlich an der bundesweiten Musikwirtschaft beteiligt ist.

Insgesamt wird im Jahr 2010 rund 6,6 Prozent der Umsätze der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft von den Unternehmen der LHM erwirtschaftet. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM nimmt damit eine wichtige Position in Deutschland ein. Ergänzend soll dies durch einen abschließenden Vergleich des Gewichts der Gesamtwirtschaft der LHM illustriert werden. Die Gesamtwirtschaft der LHM erwirtschaftet im Rahmen der bundesweiten Gesamtwirtschaft lediglich 4,8 Prozent. Da sind 1,8 Prozentpunkte weniger als der Wert der Kultur- und Kreativwirtschaft.

2.3 Die Erwerbstätigkeit und Beschäftigung im Überblick

Die Zahl der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM erreicht im Jahr 2010 mit rund 60.300 Menschen einen neuen Höchststand. Als arbeitsintensives Wirtschaftsfeld belegt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen überragenden Anteil von 7,7 Prozent an der gesamten Wirtschaft in der LHM. Der Vergleichswert der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundesgebietes liegt mit 3,1 Prozent deutlich darunter. Der Anteilswert des Erwerbstätigenmarktes ist umso höher zu bewerten, da hier nur der Kern der Voll- und Teilzeitbeschäftigten mit existenzsichernden Arbeitsplätzen sowie die Zahl der Selbständigen mit mindesten 17.500 Euro Jahresumsatz dargestellt wird.

Abbildung 2.3: Eine zentrale Kennzahl: die Kultur- und Kreativwirtschaft im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft – die Landeshauptstadt München im Vergleich zum Bundesgebiet 2010



Hinweis: *sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB); Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Quelle: Sonderauswertung, Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Neben diesen rund 60.300 Erwerbstätigen dürfte auf der Basis von bundesweiten Schätzungen zusätzlich ein Kontingent von mindestens rund 35.000 geringfügig Tätigen und Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM aktiv sein.

Es handelt sich bei der Kultur- und Kreativwirtschaft somit entgegen einer weit verbreiteten Auffassung keineswegs um vorwiegend prekäre Arbeitsverhältnisse, sondern mehrheitlich um marktfähige und existenzsichernde Arbeitsplätze. Neben der hohen Arbeitsplatzintensität zeichnet sich die Kultur- und Kreativwirtschaft häufig durch innovative Tätigkeits- und Beschäftigungsformen

aus. Ein Hinweis darauf ist die hohe Zahl der Selbständigen, der mit 25 Prozent einen deutlich höheren Anteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht, als in der Gesamtwirtschaft, in der die Selbständigen rund ein Zehntel ausmachen.

In methodischer Hinsicht bildet die Zahl der Erwerbstätigen die Addition aus den steuerpflichtigen Selbständigen (ab 17.500 Euro Jahresumsatz) der Umsatzsteuerstatistik und den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Voll- und Teilzeit) der Beschäftigtenstatistik. Diese Methodik bildet den Kern der Erwerbstätigen ab, darüber existieren eine weitere Anzahl von geringfügig Selbständigen und geringfügig Beschäftigten. Der Grund für die Zusammensetzung der Erwerbstätigen aus zwei verschiedenen Statistiken liegt in der Feindifferenzierung nach Wirtschaftszweigen (4- und 5-Steller), die für die Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft benötigt wird.

Ein Blick auf den **Beschäftigtenmarkt** im Jahr 2010 bestätigt die starke Stellung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM. Mit rund 45.500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und einem Anteil von 6,5 Prozent an der Gesamtwirtschaft liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM wiederum über dem Vergleichswert des Bundesgebietes (Anteil 2,6 Prozent). Gemessen an den absoluten Beschäftigungsgrößen sind der Pressemarkt, der Werbemarkt sowie die Software-/Games-Industrie mit jeweils 6.800 bis 13.000 Beschäftigten die größten Teilmärkte innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM.

Diese Dominanz der drei Teilmärkte entspricht einer ähnlichen Dominanz in der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft.

2.4 Erste zusammenfassende Bewertung

In einer ersten **zusammenfassenden Bewertung** kann festgestellt werden, dass die Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM in allen Kategorien jeweils über den Kennzahlen der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft liegen. Die überdurchschnittliche Position der LHM kann durch den sogenannten Lokalisationsquotienten (LQ) in konzentrierter Form verdeutlicht werden. Der Lokalisationsquotient (LQ) ist eine in der Fachwissenschaft gebräuchliche Kennzahl zur Beschreibung von Wirtschaftsräumen. Er zeigt immer dann eine besonders starke Konzentration von wirtschaftlichen Aktivitäten an, die für die wirtschaftliche Entwicklung eines Raumes oder Region eine außerordentliche Bedeutung haben, wenn die jeweilige Kennzahl über dem Wert 1 liegt.

Abbildung 2.4: Der Lokalisationsquotient der Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München 2010

	Lokalisations- quotient (LQ)
Unternehmen	2,3
Wirtschaftsleistung (Umsatz)	1,4
Erwerbstätigkeit	2,5
Beschäftigung (sozialversicherungspflichtig)	2,5

Hinweis: Der LQ zeigt an, ob ein Teilraum (hier: LHM) im Vergleich zur Gesamtregion (hier: Bundesgebiet) von über- oder unterdurchschnittlicher Bedeutung ist. Werte über 1 zeigt eine überdurchschnittliche Präsenz der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Vergleich zum Bundesgebiet an, Werte unter 1 signalisieren eine unterdurchschnittliche Bedeutung

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen
Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Werte der vier Kategorien liegen in allen vier untersuchten Feldern - Unternehmen, Wirtschaftsleistung, Erwerbstätigkeit und Beschäftigung - zwischen 1,4 und 2,5 LQ. Sie zeigen damit eine überdurchschnittliche Präsenz der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM innerhalb der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft an. Während der Umsatzwert mit einem LQ von 1,4 im bundesweiten Umfeld zwar überdurchschnittlich ist, bleibt er trotzdem hinter den drei anderen Vergleichsfeldern deutlich zurück. Bei einer angenommenen Umsatzleistung der Gesamtwirtschaft der LHM in Höhe von rund 251 Milliarden Euro müsste der Umsatzwert der Kultur- und Kreativwirtschaft von derzeit 9,1 Milliarden um 7 Milliarden Euro auf rund 16 Milliarden Euro steigen, damit der LQ-Wert ebenfalls das vergleichbare Niveau von 2,5 der anderen Felder erreicht. Diese Bewertung bewegt sich allerdings bereits auf einem sehr hohen Niveau, welches die LHM bereits erreicht hat.

Insgesamt darf angenommen werden, dass die LHM vermutlich zu den stärksten Standorten in der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft zählt, obwohl dies erst durch vergleichbare Untersuchungen zu anderen deutschen Wettbewerbsregionen geprüft werden müsste.

Die LHM ist seit langem als High-Tech Standort bekannt, ebenso zählt die Medienwirtschaft zu den anerkannten Wirtschaftsfeldern innerhalb der Gesamtwirtschaft der LHM. Die Kultur- und Kreativwirtschaft konnte bislang noch nicht die öffentliche Aufmerksamkeit erlangen, die ihr möglicherweise zukünftig zukommen wird. Insbesondere die bundesweit starken Kulturwirtschaftsbranchen der Film- und Musikwirtschaft sowie der Buch- und Kunstmärkte ermöglichen der LHM vermutlich Alleinstellungsmerkmale, die die Kultur- und Kreativwirtschaft wieder stärker mit künstlerische und kulturelle Kerne verbindet. Kunst- Kultur- und Kreativproduktion sind die Inhalte der zukünftigen Kultur- und Kreativwirtschaft, die weit in die digitale Wirtschaft, den Wissenswirtschaft oder die gesamte Dienstleistungswirtschaft ausstrahlen.

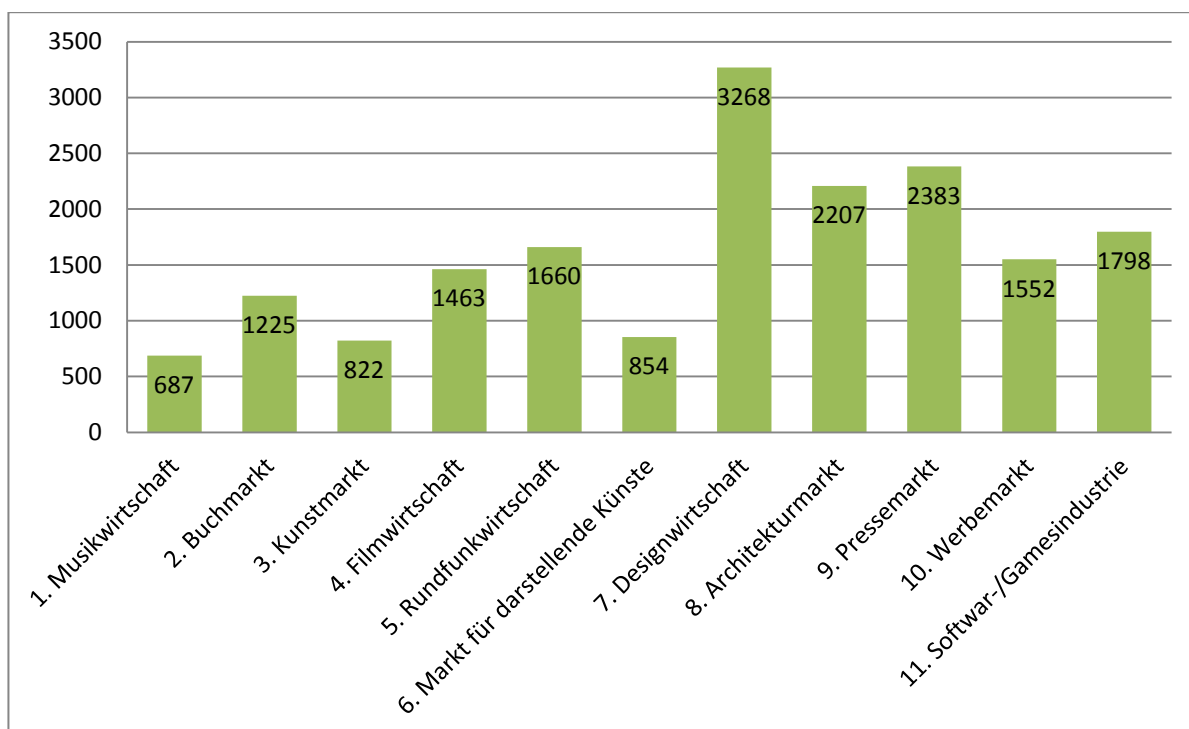
3 Die Branchenprofile der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die elf Teilmärkte prägen die Binnenstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft auf besondere Weise. Um ihren Umfang hinsichtlich des Umsatzes, der Anzahl von Unternehmen und Selbständigen sowie der Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt vergleichend beziffern zu können, bedarf es der Aufbereitung des statistischen Materials. Nur dann können so unterschiedliche Aktivitäten wie die eines Architekturbüros, einer Filmproduktion oder einer Buchhandlung in gleichen Bezugsgrößen erfasst und dargestellt werden. Bei dieser Betrachtung zeigt sich, dass je nach Fragestellung die Teilmärkte unterschiedlich zu bewerten sind und so divergierende Rankings entstehen.

3.1 Die Unternehmenslandschaft im Branchenprofil

Abbildung 3.1: Kennzahlen zur Unternehmenslandschaft nach Teilmärkten 2010

Anzahl Unternehmen



Teilmarkt	Unter- nehmen (1)	Anteil LHM- Teilmarkt an KKw	LHM- Umsatz je Unter- nehmen	Veränderung LHM-Unter- nehmen	Anteil LHM- KKw am Bundes- gebiet
	Anzahl 2010	in % 2010	in Tsd.€ 2010	in % 2010/2009	in % 2010
1. Musikwirtschaft	687	4	620	-3,6	5,0
2. Buchmarkt	1.225	7	1.018	2,3	7,4
3. Kunstmarkt	822	4	230	-4,2	6,1
4. Filmwirtschaft	1.463	8	987	-2,1	8,1
5. Rundfunkwirtschaft	1.660	9	191	0,4	9,4
6. Markt für darstell. Künste	854	5	206	4,4	5,5
7. Designwirtschaft	3.268	18	320	4,9	6,5
8. Architekturmarkt	2.207	12	187	-0,3	5,5
9. Pressemarkt	2.383	13	675	-1,9	7,1
10. Werbemarkt	1.552	8	1.007	-9,5	4,4
11. Software-/Games-Ind.	1.798	10	949	6,2	6,3
12. Sonstiges	422	2	115	-3,2	5,6
KKw mit DZ	18.341	100	-	-	6,3
Doppelzählung (DZ)	3.549	-	-	-	7,0
Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt	14.792	-	615	0,2	6,2

Hinweis: (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; KKw=Kultur- und Kreativwirtschaft

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bei der Betrachtung der elf Teilmärkte wird eine grobe Zweiteilung der **Unternehmen und Selbständigen** sichtbar. Während die erste Gruppe – von der Musikwirtschaft über den Kunstmarkt bis zum Markt für darstellende Künste – mit rund 690 bis 850 Unternehmen zu den klassischen kulturwirtschaftlichen Teilmärkten zählen und die kleineren Teilmärkte umfassen, zählt die zweite Gruppe – beginnend mit der Designwirtschaft und endend mit der Software-/Games-Industrie – zu den größeren Teilmärkten, die rund 1.500 bis 3.300 Unternehmen umfassen. Von diesem Bild der üblichen Größenverteilung weichen die beiden kulturwirtschaftlichen Teilmärkte Filmwirtschaft und Rundfunkwirtschaft ab, die in der LHM ebenfalls zu den größeren Teilmärkten gezählt werden können. Mit knapp 1.500 und 1.700 Unternehmen erreichen sie bereits das Niveau des Werbemarktes, der traditionell sehr hohe Anteile von Klein- und Kleinstunternehmen aufweist.

Zu den größten Teilmärkten zählen die Designwirtschaft (einschließlich Werbegestaltung 3.300 Unternehmen) vor dem Pressemarkt mit rund 2.400 Unternehmen, gefolgt vom Architekturmarkt mit rund 2.200 Unternehmen. Es folgen die Software-/Games-Industrie mit knapp 1.800 Unternehmen und der Werbemarkt mit knapp 1.600 Unternehmen.

In Bezug auf die **Unternehmensgröße gemessen am Umsatz**, wird jedoch ein anderes Branchenprofil deutlich. Im Durchschnitt erzielt ein Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2010 rund 615.000 Euro Jahresumsatz. Damit sind zum einen die Unternehmen der LHM wirtschaftlich stärker als die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesgebiet (Umsatz je Unternehmen: 573.000 Euro). Zum anderen wird eine große Streubreite im Vergleich der elf Teilmärkte erkennbar. Mit dem Umsatzdurchschnitt je Unternehmen stehen der Buchmarkt und der Werbemarkt mit rund einer Mio. Euro deutlich an der Spitze.

Im Weiteren folgt überraschenderweise der kulturwirtschaftlich geprägte Teilmarkt Filmwirtschaft mit jeweils rund 990.000 Euro Umsatz je Unternehmen vor der Software-/Games-Industrie mit 950.000 Euro Umsatz je Unternehmen. Der Werbemarkt mit 680.000 Euro Umsatz je Unternehmen folgt der Musikwirtschaft, die ein ähnlich hohes Niveau erreicht und rund 620.000 Euro je Unternehmen erwirtschaftet.

Diese Kennzahlen spiegeln die im vorigen Abschnitt beschriebene Positionen der Filmwirtschaft, des Buchmarkts sowie der Musikwirtschaft wider. Ohne diese wirtschaftsstarken Unternehmen wäre die bundesweite Bedeutung dieser Teilmärkte nicht erklärbar. Der Kunstmarkt zählt unter den kleineren Teilmärkten zu den „Großen“. Während die Designwirtschaft noch rund 320.000 Euro Umsatz je Unternehmen erreicht, liegt der Kunstmarkt mit 230.000 Euro Umsatz je Unternehmen vor dem Architekturmarkt mit 187.000 Euro Umsatz je Unternehmen und der Rundfunkwirtschaft mit 191.000 Euro Umsatz je Unternehmen. Dieser auf dem ersten Blick erstaunliche Befund des Kunstmarkts ist damit zu begründen, dass die Kunstmarktunternehmen vorwiegend im urbanen Zentrum existieren. Hingegen sind die größeren Architekturbüros und noch mehr die Rundfunkunternehmen vorwiegend im regionalen Umland der LHM angesiedelt.

Hinsichtlich der **Entwicklung** kann auf Grund der Wirtschaftszweigumstellung² bisher nur ein Vergleichsjahr herangezogen werden. Insofern spiegeln die angezeigten Trends nur eine erste Momentaufnahme wider. Die Software-/Games-Industrie erreicht mit 6,2 Prozent im Jahresvergleich 2009 zu 2010 den größten Unternehmenszuwachs, gefolgt vom Markt für darstellenden Künste und der Designwirtschaft mit jeweils mehr als 4 Prozent. Ebenso konnte der Buchmarkt mit einem Unternehmenszuwachs von 2,3 Prozent aufwarten.

Der größere Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft hat jedoch Unternehmensverluste zu verzeichnen. Der Werbemarkt schrumpft mit knapp 10 Prozent in 2010 gegenüber 2009 am stärksten, gefolgt von Kunstmarkt (minus 4,2 Prozent), Musikwirtschaft (minus 3,6 Prozent) und Filmwirtschaft (minus 2,3 Prozent)

In der Gesamtbetrachtung konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM damit nur ein stagnierendes Ergebnis mit 0,2 Prozent 2010 gegenüber 2009 erreichen, während die vergleichbare Bundesentwicklung mit 0,4 Prozent Zuwachs geringfügig besser verlaufen ist. Insgesamt betrach-

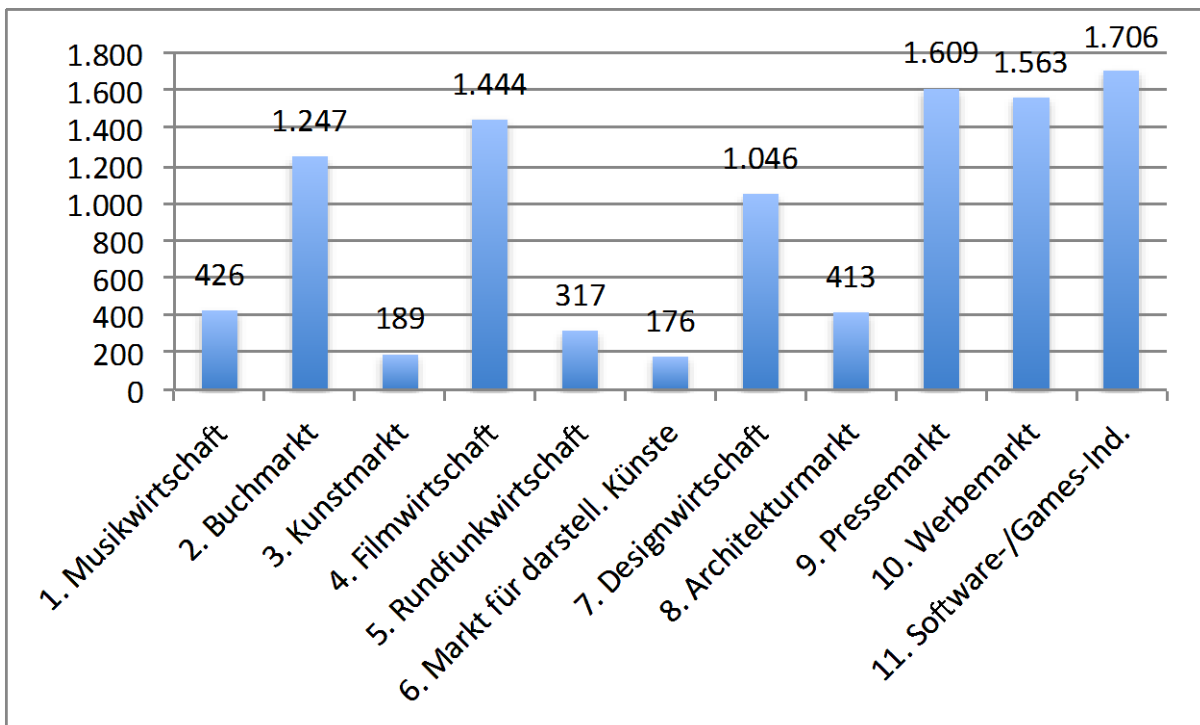
² Wegen der Umstellung der Wirtschaftszweigsystematik WZ 2003 auf WZ 2008 liegen keine vergleichbaren Daten für frühere Jahre vor 2009 zur Unternehmensentwicklung vor.

tet zeigen die Kennzahlen ein breites Unternehmensspektrum der elf Teilmärkte mit unterschiedlichen Stärken und Dynamiken der „Kleinen“ und „Großen“.

3.2 Die Wirtschaftsleistung im Branchenprofil

Abbildung 3.2: Kennzahlen zur Wirtschaftskraft nach Teilmärkten 2010

Umsatz in Mio. Euro



Teilmarkt	Umsatz (2)	Anteil LHM- Teilmarkt an KKw	Veränderung LHM-Umsatz	Veränderung bundes- weiter Um- satz	Anteil LHM- KKw am Bundes- gebiet
	in Mio.€ 2010	in % 2010	in % 2010/2009	in % 2010/2009	in % 2010
1. Musikwirtschaft	426	4	55,4	-0,6	6,8
2. Buchmarkt	1.247	12	-0,3	-4,5	8,8
3. Kunstmarkt	189	2	7,7	8,7	8,1
4. Filmwirtschaft	1.444	14	6,8	2,2	16,2
5. Rundfunkwirtschaft	317	3	-13,4	3,0	4,1
6. Markt für darstell. Künste	176	2	-5,0	4,9	5,1
7. Designwirtschaft	1.046	10	26,1	3,7	5,7
8. Architekturmarkt	413	4	2,0	0,8	5,1
9. Pressemarkt	1.609	16	-1,8	0,2	5,1
10. Werbemarkt	1.563	15	29,3	0,8	6,1
11. Software-/Games-Ind.	1.706	17	-23,9	9,1	6,4
12. Sonstiges	48	0	-24,4	0,5	3,1
KKw mit DZ	10.185	100	-	-	-
Doppelzählung (DZ)	1.088	-	-	-	-
Kultur- u. Kreativwirtschaft insgesamt	9.097	-	0,3	2,2	6,6

Hinweis: (2) Umsatz ab 17.500 Euro, KKw=Kultur- und Kreativwirtschaft

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bei Betrachtung der **Wirtschaftsleistung** (Umsatzvolumen) steht die Software-/Games-Industrie mit einem Umsatzvolumen von mehr als 1,7 Mrd. Euro an der Spitze. Das entspricht 17 Prozent des kultur- und kreativwirtschaftlichen Gesamtumsatzes. An zweiter Stelle folgt der Pressemarkt und Werbemarkt mit jeweils rund 1,6 Mrd. Euro, gefolgt von den Teilmärkten Filmwirtschaft mit 1,4 Mrd. Euro, Buchmarkt mit mehr als 1,2 Mrd. Euro Umsatz und Designwirtschaft mit rund einer Mrd. Euro.

Die wirtschaftsstarke Teilmärkte verteilen sich sowohl auf die kulturwirtschaftlichen wie auf die kreativwirtschaftlichen Teilmärkte. Es ist somit kein einzelner Teilmarkt erkennbar, der die Kultur- und Kreativwirtschaft als Ganzes dominieren würde. Diese relative breite Verteilung der Wirtschaftskraft auf die verschiedenen Teilmärkte wirkt sich stabilisierend auf die Gesamtlage der Kultur- und Kreativwirtschaft aus.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist damit weniger krisenanfällig, wie die **Entwicklungstrends** der einzelnen Teilmärkte deutlich machen. Für diesen Abschnitt gilt wiederum der methodische

Hinweis auf die Wirtschaftszweigumstellung³, durch die nur ein Vergleichsjahr zur Verfügung steht. Insofern spiegeln die angezeigten Trends lediglich eine erste Momentaufnahme wider.

Im Vergleich der wirtschaftsstarke Teilmärkte lassen sich auffallende Entwicklungsunterschiede untereinander aber auch im Vergleich zur Bundesentwicklung beobachten. Die stärkste Entwicklungsdynamik im Vergleichszeitraum 2009 zu 2010 ist in der Musikwirtschaft zu beobachten, die mit einem weit überdurchschnittlichen Zuwachs von mehr als 55 Prozent weit mehr als das wirtschaftlich problematische Krisenjahr 2009 kompensieren konnte. Der Umsatzzuwachs kann sowohl durch reale Marktentwicklungen geprägt sein, als auch durch statistische Umsetzungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung verursacht sein. Für eine marktgerechtere Betrachtung müssen die nächsten Vergleichsjahre abgewartet werden, um ein reales Bild des Teilmarktes Musikwirtschaft gewinnen zu können.

Weitere starke Umsatzzuwächse erreichen der Werbemarkt mit knapp 30 Prozent und die Designwirtschaft mit 26 Prozent im Jahr 2010 gegenüber dem Jahr 2009. Im Vergleich zu diesen drei starken Wachstumsmärkten der LHM bleiben die vergleichbaren bundesweiten Entwicklungen eher bescheiden. Die bundesweite Designwirtschaft legt lediglich mit 3,7 Prozent zu, der Werbemarkt kommt auf ein Plus von knapp 1 Prozent. Die Musikwirtschaft schließt sogar mit einem leichten Minus ab. Hier koppelt sich die Entwicklung in der LHM positiv vom Bundestrend ab. Die beiden folgenden Teilmärkte Filmwirtschaft und Kunstmarkt legen mit knapp 7 bzw. 8 Prozent in 2010 gegenüber 2009 zu, während der Architekturmarkt immerhin noch 2 Prozent Umsatzwachstum im gleichen Zeitraum schafft.

Zu den Teilmärkten mit negativen wirtschaftlichen Entwicklungen zählt überraschenderweise die Software-/Games-Industrie, die einen deutlichen Umsatzverlust von knapp 24 Prozent im Vergleichszeitraum hinnehmen musste. Dies ist umso erstaunlicher, da der bundesweite Trend in diesem Teilmarkt bei einem Zuwachs von mehr als 9 Prozent liegt. Die Veränderung kann möglicherweise auf die Verlagerung eines größeren Unternehmens von der LHM in eine andere Region beruhen. Dann würde es sich um eine statistische Umsetzung eines Unternehmens und weniger um eine marktrelevante Veränderung handeln. Für die Beurteilung der tatsächlichen Marktlage wären jedoch mehrere Wirtschaftsjahre erforderlich, die nach der neuen Systematik WZ-2008 vorliegen müssten. Es ist somit erst in den folgenden Jahren auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik erkennbar, welche Entwicklung die Software-/Games-Industrie in der LHM tatsächlich vollziehen wird.

Der Entwicklungsgegensatz der Software-/Games-Industrie ist – wenn auch in deutlich abgeschwächter Form – ebenso in der Rundfunkwirtschaft zu beobachten. Während in der LHM das Umsatzvolumen der Rundfunkwirtschaft um 13,4 Prozent schrumpfte, konnte sie bundesweit mit

³ Wegen der Umstellung der Wirtschaftszweigsystematik WZ 2003 auf WZ 2008 liegen keine vergleichbaren Daten für frühere Jahre vor 2009 zur Unternehmensentwicklung vor.

plus 3,0 Prozent zulegen. Auch der Markt für darstellende Künste in der LHM verliert 5 Prozent des Umsatzes in 2010 gegenüber 2009, während er bundesweit um knapp 5 Prozent zulegt.

Insgesamt schafft die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Vergleichszeitraum einen stagnierenden Umsatz von 0,3 Prozent, während sich der vergleichbare Bundeszuwachs mit 2,2 Prozent deutlich besser entwickelt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM konnte damit nach dem krisenhaften Jahr 2009 im Jahr 2010 noch nicht wieder zügig an eine substantielle wirtschaftliche Entwicklung anknüpfen.

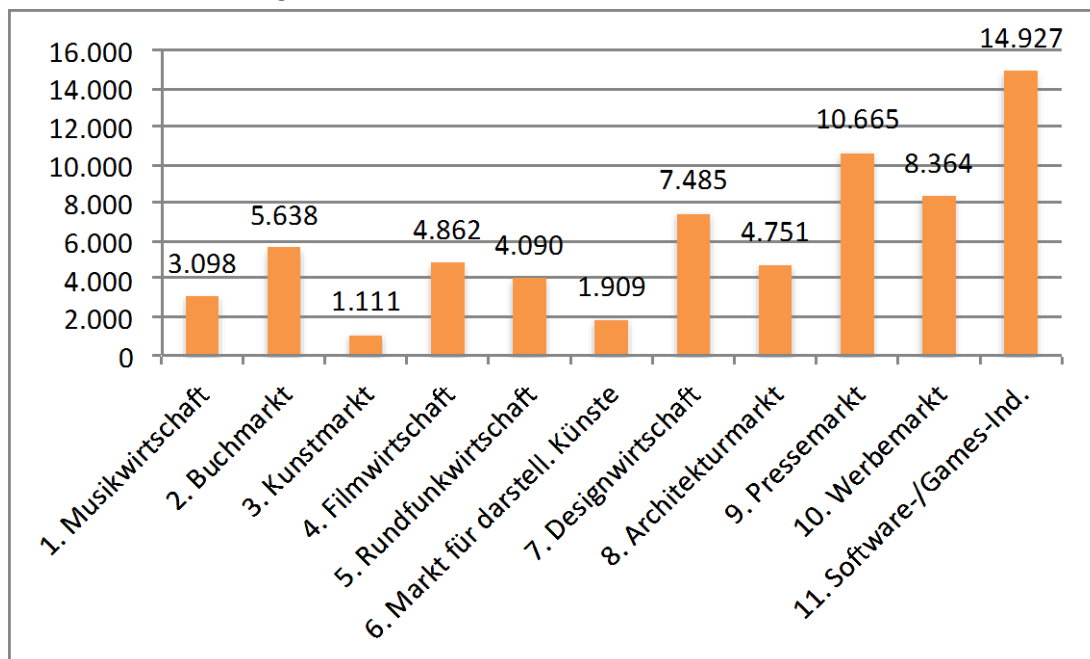
Abschließend soll der Blick auf die Stellung der LHM innerhalb der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft gerichtet werden. Insgesamt schafft die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM bei der Wirtschaftsleistung einen Anteil von 6,6 Prozent an der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft. Der vergleichbare Anteil, den die Gesamtwirtschaft der LHM zur bundesweiten Gesamtwirtschaft erreicht, liegt bei 4,8 Prozent.

Daraus folgt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM eine ungleich höhere Bedeutung für die bundesweite Kultur- und Kreativwirtschaft hat, als die Gesamtwirtschaft der LHM. Zu dieser besseren Marktposition tragen vor allem die schon erwähnten Teilmärkte Filmwirtschaft mit 16,2 Prozent, der Buchmarkt mit 8,8 Prozent, der Kunstmarkt mit 8,1 Prozent und die Musikwirtschaft mit 6,8 Prozent bei.

3.3 Der Erwerbstätigenmarkt im Branchenprofil

Abbildung 3.3: Kennzahlen zum Erwerbstätigenmarkt nach Teilmärkten 2010

Anzahl der Erwerbstätigen



Teilmarkt	Erwerbs- tätige (3)	Anteil LHM- Teilmarkt an KKw	Anteil LHM- Beschäftigte an LHM Er- werbstätige	Verände- rung LHM- Erwerbstäti- ge	Anteil LHM am Bundes- gebiet
	Anzahl 2010	in % 2010	in % 2010	in % 2010/2009	in % 2010
1. Musikwirtschaft	3.098	5	77,8	6,9	6,6
2. Buchmarkt	5.638	8	78,3	1,7	7,3
3. Kunstmarkt	1.111	2	26,1	-2,1	5,8
4. Filmwirtschaft	4.862	7	69,9	-0,7	8,1
5. Rundfunkwirtschaft	4.090	6	59,4	1,0	10,4
6. Markt für darstell. Künste	1.909	3	55,3	3,7	5,7
7. Designwirtschaft	7.485	11	56,3	3,0	5,9
8. Architekturmarkt	4.751	7	53,5	1,0	4,6
9. Pressemarkt	10.665	16	77,7	-3,6	6,5
10. Werbemarkt	8.364	12	81,4	0,4	6,1
11. Software-/Games-Ind.	14.927	22	88,0	7,2	5,9
12. Sonstiges	938	1	55,0	-6,2	6,2
KKw mit DZ	67.837	100	-	-	-
Doppelzählung (DZ)	7.564	-	-	-	-
Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt	60.273	-	75,5	1,9	6,3

Hinweis: (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; KKw=Kultur- und Kreativwirtschaft

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Beim Blick auf den Erwerbstätigenmarkt taucht erstmals die aus anderen Untersuchungen bekannte Dominanz der Software-/Games-Industrie auf. Mit rund 15.000 Erwerbstätigen liegt dieser Teilmarkt an der Spitze. In deutlichem Abstand folgt der Pressemarkt mit rund 11.000 Erwerbstätigen. Im Mittelfeld agieren der Werbemarkt (8.400 Erwerbstätige), die Designwirtschaft (7.500 Erwerbstätige) sowie mit geringen Abstrichen der Buchmarkt (5.600), die Filmwirtschaft (4.900 Erwerbstätige), der Architekturmarkt (4.800 Erwerbstätige) und die Rundfunkwirtschaft (4.100 Erwerbstätigen). Zu den kleineren Erwerbstätigenmärkten zählen der Kunstmarkt, der Markt für darstellende Künste und die Musikwirtschaft mit 1.100 bis 3.100 Erwerbstätigen.

Der Erwerbstätigenmarkt wird durch rund 24 Prozent Selbständige und rund 76 Prozent sozialversicherungspflichtig Beschäftigte geprägt. Dieses Gesamtbild der Kultur- und Kreativwirtschaft weicht deutlich von der üblichen Verteilung der gesamten Wirtschaft ab, in der etwas mehr als 10 Prozent aller Erwerbstätigen als Selbständige und knapp 90 Prozent als sozialversicherungspflichtig Beschäftigte arbeiten. Betrachtet man jedoch die einzelnen Teilmärkte, dann lassen sich erhebliche Unterschiede im Verteilungsmuster erkennen.

Die Software-/Games-Industrie zeigt ein erstaunlich „traditionelles“ Muster und weicht kaum von der allgemeinen Verteilungsstruktur ab. Während sie hinsichtlich der Produkte und Dienstleistungen zweifellos zu den modernsten Teilmärkten zählt, ist ihre Arbeitsplatzstruktur in hohem Maße durch sozialversicherungspflichtig Beschäftigte geprägt, mit rund 88 Prozent stellen sie das Hauptkontingent der Erwerbstätigen. Ein ähnliches stark ausgeprägtes traditionelles Muster findet sich im Werbemarkt (Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigte an den Erwerbstätigen 81,4 Prozent).

Buchmarkt, Pressemarkt und Musikwirtschaft zeigen das in der Kultur- und Kreativwirtschaft durchschnittlich verbreitete Muster mit einem stärkeren Anteil von durchschnittlich 22 Prozent an Selbständigen.

Zu den Teilmärkten mit sehr hohen Anteilen an Selbständigen zählen der Architekturmarkt, die Designwirtschaft, der Markt für darstellende Künste, die Filmwirtschaft und die Rundfunkwirtschaft. Hier arbeiten fast mehr als 30 bis 50 Prozent der Erwerbstätigen als Selbständige. Im Kunstmarkt ist das Verhältnis zwischen Selbständigen und abhängig Beschäftigten am stärksten zugunsten der Selbständigen ausgeprägt, die mit fast 74 Prozent vertreten sind.

Bei der Betrachtung der **Entwicklung** des Erwerbstätigenmarktes, die wegen der Wirtschaftszweigumstellung⁴, nur mit einem Vergleichsjahr durchgeführt werden kann, schneidet die Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen den Jahren 2009 und 2010 mit einem Wachstumsplus von knapp 2 Prozent deutlich besser ab, als bei der vergleichbaren Lage im Bundesgebiet, die mit minus 0,2 Prozent sogar eine negative Richtung hinnehmen muss. Innerhalb der Teilmärkte verläuft die Entwicklung zum Teil gegenläufig.

Der größte Teilmarkt, die Software-/Games-Industrie schafft im Vergleichszeitraum den besten Wert mit einem Zuwachs von 7,2 Prozent, gefolgt von der Musikwirtschaft, die knapp 7 Prozent zulegt. Auf den weiteren Plätzen mit positiver Entwicklung des Erwerbstätigenmarktes folgen der Markt für darstellende Künste mit 3,7 Prozent, die Designwirtschaft mit 3,0 Prozent und der Buchmarkt mit 1,7 Prozent Zuwachs.

Während die Entwicklungen in einigen Teilmärkten bei gleichzeitigem Wachstum der Wirtschaftsleistung nachvollziehbar sind, erstaunt das positive Ergebnis in der Software-/Games-Industrie, da sie zum gleichen Zeitpunkt ein Umsatzminus von knapp 24 Prozent hinnehmen musste.

In der Folge eines wirtschaftlichen Abschwungs wäre auch ein Abbau der Erwerbstätigkeit zu erwarten. Hier kann die Momentaufnahme eines einzigen Vergleichsjahres offensichtlich noch keine Aufschlüsse über die tatsächlichen Markttrends geben. Die weitere Entwicklung bleibt deshalb abzuwarten. Trotz der angedeuteten widersprüchlichen Datenlage der Software-/Games-Industrie

⁴ Wegen der Umstellung der Wirtschaftszweigsystematik WZ 2003 auf WZ 2008 liegen keine vergleichbaren Daten für frühere Jahre vor 2009 zur Unternehmensentwicklung vor.

kann für acht der elf Teilmärkte ein positives Wachstum in der Erwerbstätigkeit registriert werden.

Die Teilmärkte Pressemarkt, Filmwirtschaft und Kunstmarkt mussten Minusraten von minus 0,7 bis minus 3,6 Prozent hinnehmen, konnten jedoch das positive Gesamtergebnis mit einem Zuwachs von 1,9 Prozent für die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht entscheidend beeinflussen.

Abschließend soll noch einmal auf die Stellung der LHM im Bundesgebiet hingewiesen werden. Ähnlich wie schon bei der Betrachtung der Unternehmenslandschaft sind im Durchschnitt rund 6,3 Prozent aller bundesweit in der Kultur- und Kreativwirtschaft Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM tätig. Die Rundfunkwirtschaft weist mit rund 10 Prozent Anteil die stärkste Konzentration in der LHM auf, gefolgt von der Filmwirtschaft mit 8,1 Prozent und Buchmarkt mit 7,3 Prozent. Die Musikwirtschaft mit 6,6 Prozent Anteil und der Pressemarkt weisen ebenfalls überdurchschnittliche Anteile am Bundesgebiet aus. Der Architekturmarkt ist mit 4,6 Prozent Anteil am Bundesgebiet auffallend unterrepräsentiert.

3.4 Die Beschäftigungsdynamik im Branchenprofil

In Abweichung zu der bisherigen Darstellung kann die Entwicklung des Beschäftigungsmarktes auf der Basis mehrerer Jahre⁵ untersucht werden.

Abbildung 3.4: Wachstumsdynamik der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich 2008-2011

Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung 2008-2011



Hinweis: LHM=Landeshauptstadt München.

Quelle: Sonderauswertung Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie der Kurvenverlauf der Entwicklung deutlich macht, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft sowohl in der LHM als auch bundesweit auf der Basis der neueren Erhebungen der Bundesagentur für Arbeit nach dem Jahr 2008 zunächst rückläufig. Sowohl in der LHM als auch im bundesweiten Feld schrumpfen die Beschäftigungsmärkte geringfügig. Trotz dieses Rückgangs ist es überraschend, wie wenig die wirtschaftliche Krise im Jahr 2009 die Beschäftigungsmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft beeinflusst hat.

Noch erstaunlicher ist die Position der Gesamtwirtschaft der LHM, die zum Krisenjahr insgesamt keinerlei Verluste zu verzeichnen hatte. Im weiteren Verlauf konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft

⁵ So hat die Bundesagentur für Arbeit bereits im Jahr 2007/2008 mit der Umstellung der Wirtschaftszweigsystematik begonnen und die Beschäftigtenstatistik nach der neuen WZ 2008 publiziert.

schaft der LHM an die gute Entwicklung der Gesamtwirtschaft anknüpfen und übertrifft dies im Jahr 2011 sogar durch einen stärkeren Zuwachs. Dadurch kann die Kultur- und Kreativwirtschaft im gesamten Zeitverlauf 2008 bis 2011 eine bessere Wachstumsdynamik vorweisen. Ihr Zuwachs erreicht aktuell einen Wert von 4,7 Prozent gegenüber 2008, während die Gesamtwirtschaft der LHM einen kleineren Zuwachswert von 3,3 Prozent schafft. Wie der Kurvenverlauf der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft anzeigt, kann diese noch nicht mit der Dynamik der LHM mithalten. Immerhin kann sie im Jahr 2011 wieder eine positive Entwicklung einleiten und liegt mit 1,1 Prozent über dem Ausgangsjahr 2008, was für den Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft keineswegs eine Selbstverständlichkeit ist.

Abbildung 3.5: Entwicklung der Beschäftigung nach Teilmärkten 2008-2011

Teilmarkt	Beschäftigte (svB)				Veränderung gegenüber Vorjahr		
	Anzahl 2008	Anzahl 2009	Anzahl 2010	Anzahl 2011	in % 2009	in % 2010	in % 2011
1. Musikwirtschaft	2.141	2.186	2.411	2.402	2,1	10,3	-0,4
2. Buchmarkt	4.918	4.349	4.413	5.038	-11,6	1,5	14,2
3. Kunstmarkt	266	277	290	260	4,2	4,5	-10,3
4. Filmwirtschaft	3.605	3.403	3.399	3.370	-5,6	-0,1	-0,9
5. Rundfunkwirtschaft	2.323	2.394	2.430	2.470	3,1	1,5	1,7
6. Markt für darstell. Künste	1.053	1.022	1.055	1.133	-2,9	3,2	7,4
7. Designwirtschaft	4.146	4.151	4.217	4.567	0,1	1,6	8,3
8. Architekturmarkt	2.497	2.493	2.544	2.761	-0,2	2,0	8,5
9. Pressemarkt	9.020	8.637	8.282	7.512	-4,2	-4,1	-9,3
10. Werbemarkt	6.627	6.619	6.812	7.413	-0,1	2,9	8,8
11. Software-/Games-Ind.	12.288	12.225	13.129	14.428	-0,5	7,4	9,9
12. Sonstiges	558	564	516	515	1,1	-8,5	-0,1
KKw mit DZ	49.442	48.320	49.496	51.869	-	-	-
Doppelzählung	4.034	3.951	4.015	4.333	-	-	-
Kultur- und Kreativwirtschaft (I.)	45.407	44.369	45.481	47.536	-2,3	2,5	4,5
<i>%-Anteil KKw an Gesamtwirtschaft</i>	<i>6,6%</i>	<i>6,4%</i>	<i>6,5%</i>	<i>6,7%</i>	-	-	-
Gesamtwirtschaft	686.734	690.111	694.459	709.580	0,5	0,6	2,2
Zur Information:							
Öffentlicher Kulturbetrieb und öff. rechtl. Rundfunk (II.)	4.811	4.970	4.887	4.908	-	-	-
Kultur- und Kreativsektor (I. + II.)	50.218	49.338	50.368	52.444	-	-	-

Hinweis: KKw=Kultur- und Kreativwirtschaft; svB=sozialversicherungspflichtig Beschäftigte;

Quelle: Sonderauswertung Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In Absolutwerten steigt die Zahl der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Jahr 2008 von rund 45.400 und nach dem minimalen Einbruch in 2009, im Jahr 2011 auf einen neuen Höchststand von mehr als 47.500. Zu den Trägern dieser positiven Entwicklung zählen der Buchmarkt mit einem überragenden Anstieg der Beschäftigung um 14,2 Prozent gegenüber 2010, gefolgt von der Software-/Games-Industrie mit einem guten Anstieg von 9,9 Prozent und den Teilmärkten Werbemarkt mit 8,8 Prozent, Architekturmarkt mit 8,5 Prozent, der Designwirtschaft mit 8,3 Prozent und dem Markt für darstellende Künste mit 7,4 Prozent. Ebenso weisen die Film- und Rundfunkwirtschaft Zuwachsraten von 4,4 und 4,9 Prozent auf.

Aktuelle Schrumpfungsprozesse sind in den Teilmärkten Pressemarkt, Filmwirtschaft und Kunstmarkt zu beobachten, die im Jahr 2011 Rückschläge bei der Beschäftigungsentwicklung hinnehmen müssen. Während die Filmwirtschaft mit einem Minus von 0,9 Prozent gegenüber 2010 nur minimale Beschäftigungsverluste verzeichnet, sind die Schrumpfungseffekte im Kunstmarkt mit minus 10,3 Prozent und im Pressemarkt mit minus 9,3 Prozent durchaus ein beachtlicher Faktor, der im Falle des Pressemarktes nun schon in drei beobachteten Jahren anhält.

Insgesamt schafft der Beschäftigungsmarkt jedoch der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM in 2011 eine starke Wachstumsdynamik, die in insgesamt sieben der elf Teilmärkte registriert wurde. Damit steht die Entwicklung des Branchenkomplexes auf einem erstaunlich breiten Fundament, denn diese Marktvergrößerung ist nur dadurch denkbar, dass die Wirtschaftskraft der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft gesteigert werden konnte. Dementsprechend lassen die neuen Wirtschaftsdaten für das Jahr 2011 eine weitere Zunahme der Wirtschaftsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft vermuten.

4 Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im statistischen Kurzprofil

4.1 Musikwirtschaft

Die Musikwirtschaft zählt zu den kleineren Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zur Musikwirtschaft zählen die selbständigen Künstler/innen, die Urheber (Komponisten, Textdichter, Producer/Musikregisseure) und sonstige Musiker/innen (Interpreten) sowie die unterschiedlichen Ensembleformen der erwerbswirtschaftlich tätigen Musikgruppen. Daneben existiert eine Vielzahl weiterer Musikberufe, die zum Beispiel den Bühnenkünstlern/innen oder den Lehrern/innen für musische Fächer zugeordnet werden. Zu den produzierenden und verbreitenden Unternehmen zählen die Verlage von Tonträgern, gemeinhin als Tonträgerindustrie bezeichnet, die Musikverlage, der Musikfachhandel, die Theater-/Konzertveranstalter, die Konzertdirektionen und die Agenturen sowie kommerzielle Musiktheaterproduktionen, Musicalbühnen und Musikfestivals.

Abbildung 4.1: Strukturdaten der Musikwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Er- werbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
Selbständige Komponisten/innen, etc.	216	24,0	230	8,2%	9,2%	8,2%
Musikensembles	32	3,5	741	1,9%	1,7%	10,8%
Tonstudios etc.	47	4,1	100	8,7%	3,7%	7,1%
Tonträgerverlage	34	204,1	487	8,7%	20,6%	19,2%
Musikverlage	95	34,5	497	8,3%	6,3%	15,5%
*Theater- und Konzertveranstalter	69	78,4	324	4,9%	5,2%	5,1%
*Private Musical-/Theaterhäuser u.ä.	7	19,6	220	3,1%	5,0%	6,2%
*Dienstl. f. d. darstellende Kunst	88	20,9	169	4,2%	5,2%	2,9%
Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	52	25,2	236	2,4%	2,1%	3,8%
*Einzelhandel mit bespielten Tonträgern	12	2,8	29	4,3%	2,2%	1,7%
Herstellung von Musikinstrumenten	35	8,5	65	3,0%	1,5%	1,0%
Teilmarkt insgesamt	687	426	3.098	5,0%	6,8%	6,6%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	4%	4%	5%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; farblich markierte Zahlenwerte geschätzt; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Die Musikwirtschaft erwirtschaftet ein **Umsatzvolumen** von rund 430 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 4 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erzielten Umsatzes. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind die Tonträgerverlage mit 204 Mio. Euro und die Theater-/Konzertveranstalter mit 78 Mio. Euro. Sie zeichnen für zwei Drittel des musikwirtschaftlichen Umsatzes verantwortlich. Die Musikverlage, Einzelhändler mit Musikalien, die privaten Musicalhäuser und die Hersteller von Musikinstrumenten folgen mit einem Umsatzvolumen von jeweils 20 bis 35 Mio. Euro in deutlichem Abstand. Für die Selbständigen Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen werden rund 28 Mio. Euro geschätzt. Damit belegen sie einen beachtlichen Anteil innerhalb des Teilmarktes.
- Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmer** in der Musikwirtschaft liegt bei rund 690 (4 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft). Erwartungsgemäß stellen die Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen mit einer Anzahl von rund 216 die größte Gruppe (31 Prozent der Selbständigen und Freiberufler). Ihnen folgen die Musik-/Tanzensembles, die Musikverleger und Musikeinzelhändler mit jeweils 30 bis 95 Selbständigen. Die Musikinstrumentenhersteller und die musikbezogenen Dienstleistungsunternehmen erreichen jeweils Werte von 35 bzw. 88. Insgesamt wird die Musikwirtschaft von kleinteiligen Unternehmen geprägt.
- Nach amtlichen Angaben sind in der Musikwirtschaft insgesamt rund 3.100 Personen **erwerbstätig** (das sind 5 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft). Das Ranking nach der Zahl der Arbeitsplätze führen die Musik- und Tanzensembles mit 741 Erwerbstätigen an, gefolgt von den Musikverlagen und Tonträgerverlagen mit jeweils 497 bzw. 487 und den Theater-/Konzertveranstaltern mit 324 Erwerbstätigen. Zu den kleineren Segmenten zählen der Musikeinzelhandel mit 236, die privaten Musicals etc. und den musikbezogenen Dienstleistungsunternehmern mit 169 Erwerbstätigen. Die Hersteller von Musikinstrumenten beschäftigen 65 Erwerbstätige, während die Gruppe der Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen wiederum eine beachtliche Zahl von 230 Erwerbstätigen erreicht, der überwiegende Teil darunter als Selbständige bzw. Freiberufler.

Im Vergleich zur bundesweiten Musikwirtschaft ragen einige Wirtschaftszweige besonders hervor. Von den insgesamt elf Wirtschaftszweigen der Musikwirtschaft in der LHM erreichen mindestens drei im bundesweiten Vergleich überdurchschnittliche Anteilswerte. Hervorzuheben sind die Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen, die rund 9 Prozent des bundesweiten Marktes belegen, gefolgt von den Musikverlagen, die beim Umsatz zwar nur 6,3 Prozent, bei den Erwerbstätigen jedoch knapp 16 Prozent des bundesweiten Marktes erreichen. Eine besondere Position schaffen die Tonträgerverlage, die beim Umsatz knapp 21 Prozent und bei der Erwerbstätigkeit rund 19 Prozent des bundesweiten Musikmarktes abdecken.

4.2 Buchmarkt

Der Buchmarkt zählt innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den mittleren Teilmärkten. Er verfügt über eine hohe eigene Marktidentität, die auch im brancheneigenen Fachverband Börsenverein des deutschen Buchhandels mit dem herstellenden und verbreitenden Buchhandel zum Ausdruck kommt. Die wichtigsten Lieferanten der Literatur- und Wortproduktion, die selbständigen Schriftsteller/innen und Journalisten/innen arbeiten als ausgeprägte Individualisten meist außerhalb der verschiedenen Berufsverbände. Die Print- und Medienmärkte werden als Pressemarkt und damit als eigener Teilmarkt behandelt.

Abbildung 4.2: Strukturdaten des Buchmarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Er- werbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
Selbständige Schriftsteller/innen	766	48,8	794	11,0%	8,8%	10,9%
Selbständige Übersetzer/innen	182	15,9	477	11,2%	5,8%	10,1%
Buchverlage	110	565,1	3.025	5,0%	6,4%	12,1%
Einzelhandel mit Büchern	110	600,5	1.166	2,6%	16,7%	4,1%
Antiquariate	17	5,5	25	3,7%	7,6%	3,2%
Buchbinderei etc.	40	11,5	151	3,8%	1,4%	1,3%
Teilmarkt insgesamt	1.225	1.247	5.638	7,4%	8,8%	7,3%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	7%	12%	8%	-	-	-

Hinweis: (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Der Buchmarkt erwirtschaftet einen **Umsatz** von mehr als 1,2 Mrd. Euro (12 Prozent des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt). Davon entfallen auf die Buchverlage 565 Mio. Euro, auf den Bucheinzelhandel rund 600 Mio. Euro und auf die Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen rund 65 Mio. Euro. Der Anteil der Buchbindereien etc., die erstmals in die Analyse mit einbezogen werden, liegt bei 11,5 Mio. Euro.
- Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** im Buchmarkt liegt bei rund 1.230 (das sind 7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft). Erwartungsgemäß bilden die Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen die größte Gruppe mit knapp 850 (78 Prozent aller Selbständigen im Buchmarkt). Die Antiquare und Buchbinde zählen zusammen 57 Unternehmen.

- Nach den offiziellen statistischen Angaben sind rund 5.600 **Erwerbstätige** beschäftigt (dies entspricht 8 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen). Bei der Zuordnung nach einzelnen Marktsegmenten entfallen auf die Buchverlage rund 3.000 Stellen und auf den Bucheinzelhandel rund 1.200. Als Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen arbeiten rund 1.300 Erwerbstätige, der weitaus überwiegende Teil als Selbständige.

Der Buchmarkt der LHM verfügt in bundesweiter Betrachtung über eine starke Präsenz. Jeweils rund 11 Prozent der Schriftsteller/innen bzw. Übersetzer/innen in Deutschland arbeiten in der LHM. Die Schriftsteller/innen allein erzielen knapp 9 Prozent des bundesweiten Umsatzes. Die Buchverlage erwirtschaften zwar nur 6,4 Prozent des bundesweiten Umsatzes, beschäftigen jedoch mehr als 12 Prozent aller Erwerbstätigen im bundesweiten Buchmarkt. Im Bucheinzelhandel der LHM werden knapp 17 Prozent des bundesweiten Buchumsatzes erzielt.

4.3 Kunstmarkt

Der Kunstmarkt gehört zu den kleinsten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, sein erwirtschafteter Umsatz macht etwa 2 Prozent ihres Geschäftsvolumens aus. Dabei verteilt sich die Summe wenig gleichmäßig auf die einzelnen Segmente – Künstler/innen, Galerien, Auktionshäuser/Kunstversteigerer – der Kunst und den Antiquitätenhandel⁶.

Abbildung 4.3: Strukturdaten des Kunstmarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
Selbständige bildende Künstler/innen	582	40,6	622	6,6%	5,4%	6,1%
** Einzelhandel mit Kunstgegenständen	76	34,5	189	4,4%	5,2%	5,3%
Museumsshops, etc.	50	80,0	118	6,1%	15,4%	5,8%
Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	114	34,1	182	5,4%	8,5%	5,3%
Teilmarkt insgesamt	822	189	1.111	6,1%	8,1%	5,8%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	4%	2%	2%	-	-	-

Hinweis: ** Kunsthandel (geschätzter Anteilswert 20%), farblich markierte Zahlenwerte geschätzt; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Der Kunstmarkt erzielt einen **Umsatz** von rund 190 Mio. Euro (dies macht 2 Prozent des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt aus). Davon entfallen auf die Museumsshops und Kunsthandel im weiteren Sinne schätzungsweise rund 80 Mio. Euro, auf die bildenden Künstler/innen rund 41 Mio. Euro und auf die beiden Handelszweige jeweils rund 35 bzw. 34 Mio. Euro.

⁶ Im Rahmen der Anpassung an die europäische Abgrenzung der Kulturwirtschaft wird der Antiquitätenhandel neuerdings dem Kunstmarkt zugeschlagen (s. ESSnet Culture/Eurostat)

- Wie hoch die Zahl der bildenden Künstler/innen insgesamt zu beziffern ist, lässt sich nur annähernd schätzen. Nach der amtlichen Statistik stellen sie rund 580 Personen im Kunstmarkt. Die Galeristen, Kunsthändler und Antiquitätenhändler können mit einer Gesamtzahl von rund 190 ebenfalls nur als untere Grenze geschätzt werden. Die Museumsshops werden von 50 Selbständigen geführt.
- Die Zahl aller Erwerbstätigen kann amtlich wiederum mit rund 1.100 nur näherungsweise angegeben werden.

Im Vergleich zum bundesweiten Kunstmarkt sind die Museumsshops und der Kunsthandel im weiteren Sinne im Umsatzbereich mit rund 15 Prozent sehr gut positioniert. Die Antiquitätenhändler erreichen einen bundesweiten Marktanteil von überdurchschnittlich 8,5 Prozent. Die Galerien, Kunsthändler und selbständigen bildenden Künstler/innen kommen auf einen bundesweiten Umsatzanteil von jeweils rund 5 Prozent. In Bezug auf die Galeristen und Kunsthändler ist nochmals auf die unsichere Datenbasis zu verweisen, da der Kunsthandel in der amtlichen Statistik nicht eigenständig erfasst wird, sondern lediglich geschätzt werden kann.

4.4 Filmwirtschaft

Die Filmwirtschaft ist einer der mittelgroßen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zu den produzierenden und verbreitenden Unternehmen zählen die Film-/TV- und Videofilmherstellung, die Filmverleih- und Videoprogrammanbieter und die Kinos. Hervorzuheben ist, dass die Filmproduktion auch die Herstellung von Fernsehfilmen einschließt und diese nicht in der Rundfunkwirtschaft erfasst werden. Die Filmwirtschaft steht daher in enger Beziehung zur Rundfunkwirtschaft und anderen audiovisuellen Branchen.

Eine besondere Rolle spielen die Filmemacher und Filmproduzenten selbst, die oft Urheber und Verwerter in einer Funktion (oder Person) sind. Diese Doppelfunktion unterscheidet sie von anderen originären Urhebern wie Komponisten/innen, Musiker/innen und Schriftsteller/innen und hat zur Folge, dass bei Film- und TV-Produktionen die beteiligten Schauspieler und Bühnenkünstler/innen lediglich funktionsbezogen und nicht als Urheber einzustufen sind.

Abbildung 4.4: Strukturdaten der Filmwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
*Selbständige Bühnenkünstler/innen	581	43,0	611	6,7%	5,7%	6,6%
Film-/TV-Produktion	649	762,8	2.764	12,4%	17,0%	9,9%
Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	96	19,0	352	12,5%	12,4%	6,2%
Filmverleih u. -vertrieb	64	575,9	734	7,4%	31,7%	22,1%
Kinos	27	36,4	283	3,1%	2,9%	3,2%
*Einzelhandel m. bespielten Tonträgern	12	2,8	29	4,3%	2,2%	1,7%
Videotheken	34	4,2	89	2,8%	1,3%	2,4%
Teilmarkt insgesamt	1.463	1.444	4.862	8,1%	16,2%	8,1%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	8%	14%	7%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; farblich markierte Zahlenwerte geschätzt; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- die Filmwirtschaft erreicht insgesamt einen **Umsatz** von 1,4 Mrd. Euro (das entspricht 14 Prozent des gesamten Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft). Mit rund 760 Mio. Euro entfällt mehr als die Hälfte davon auf die Film-/TV-Produktion. Filmverleih und -vertrieb erzielen einen Umsatz von 576 Mio. Euro. Die Umsatzwerte der selbständigen Bühnenkünstler/innen und der Kinos liegen zwischen 36 und 43 Mio. Euro.
- Die Filmwirtschaft beschäftigt nach amtlichen Angaben insgesamt rund 4.900 Erwerbstätige (das sind 7 Prozent der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft). Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Film-/TV-Produktion, die knapp 2.800 Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz bieten kann. An zweiter Stelle folgen der Filmverleih/-vertrieb mit rund 730, die Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik mit rund 350 und die Kinos mit mehr

als 280 Erwerbstätigen. Die selbständigen Bühnenkünstler/innen erreichen eine Zahl von rund 610, darunter der allergrößte Teil als Selbständige oder Freiberufler.

Die Film-/TV-Produktion, der Filmverleih/-vertrieb und die Filmnachbearbeitung/sonstige Technik zählen bundesweit zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen der Filmwirtschaft in Deutschland. In wirtschaftlicher Hinsicht erreicht die Film-/TV-Produktion einen bundesweiten Marktanteil am Umsatz von über 17 Prozent, der Filmverleih/-vertrieb sogar rund 32 Prozent des bundesweiten Umsatzes.

4.5 Rundfunkwirtschaft

Die privaten Rundfunkveranstalter betreiben Gestaltung, Realisation und Ausstrahlung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen, die sich aus unterschiedlichsten audio-visuellen Formaten zusammensetzen. Kino- und Fernsehfilme werden nicht hier, sondern in der Regel beim Wirtschaftszweig Filmherstellung erfasst. Allerdings ist diese Zuordnung nicht immer trennscharf zu ziehen, da manche Filmfirmen als Töchter von Rundfunkunternehmen bei diesen bilanziert werden und somit in den steuerpflichtigen Gesamtumsatz des Rundfunks einfließen. Dagegen werden die selbständigen Journalisten/innen und Journalistenbüros als Programmproduzenten dem Rundfunkmarkt zugerechnet, da sie als Dienstleister in großen Teilen für diesen Sektor tätig sind.

Abbildung 4.5: Strukturdaten der Rundfunkwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010

	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
Wirtschaftszweig	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
*Selbständige Journalisten/innen etc.	1.641	113,6	1.715	9,4%	9,3%	9,4%
Hörfunkveranstalter (4)	11	203,4	2.035	4,2%	k.A.	14,8%
Fernsehveranstalter (4)	8		340	9,1%		4,6%
Teilmarkt insgesamt	1.660	317	4.090	9,4%	4,1%	10,4%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	9%	3%	6%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; Schätzungen Rundfunk (62%); (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; (4) Umsatzwert Hörfunk- und Fernsehveranstalter zusammen; k.A. = keine Angaben; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Der **Umsatz** der Rundfunkwirtschaft insgesamt liegt bei 317 Mio. Euro oder 3 Prozent des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Die Hörfunk- und Fernsehveranstalter erzielen ein Umsatzvolumen von 203 Mio. Euro, den selbständigen Journalisten können rund 114 Mio. Euro zugeordnet werden. Der geringe wirtschaftliche Anteil der Hörfunk- und Fernsehveranstalter ist entgegen der sonst üblichen hohen Umsätze dem Umstand geschuldet, dass die großen Rundfunkunternehmen im Münchner Umland liegen und deshalb umsatzsteuerrechtlich nicht der LHM zugeordnet werden.
- Die amtliche Statistik weist für die Rundfunkwirtschaft insgesamt 19 Rundfunkunternehmen (Hörfunk- und TV-Unternehmen) und rund 1.600 selbständige Journalistenbüros aus. Die **Rundfunkunternehmen und selbständigen Journalistenbüros** beschäftigen zusammen insgesamt knapp 4.100 Erwerbstätige, das sind 6 Prozent an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.

Während die großen privaten Fernsehunternehmen ihren Sitz im Münchner Umland haben, verfügen die Hörfunkunternehmen in der LHM mit ihren rund 2.000 Erwerbstätigen ein erhebliches Beschäftigungspotenzial. Immerhin arbeiten in der LHM rund 15 Prozent aller Erwerbstätigen des bundesweiten Hörfunkmarktes. Ebenso erreicht die Zahl der selbständigen Journalisten der LHM mit einem Anteil von 9,4 Prozent am bundesweiten Journalistenmarkt einen beachtlichen Anteilswert.

4.6 Markt für darstellende Künste

Der Begriff *Markt für darstellende Künste* ist ungewohnt und bedarf der Erklärung. Er setzt sich bewusst von Bezeichnungen wie *Theaterwirtschaft* oder *Theatermarkt* ab. Zum einen wird die Formenvielfalt der darstellenden Künste mit dem „einfachen“ Theaterbegriff nicht hinreichend erfasst. Zum anderen wird im deutschen Sprachgebrauch unter „Theater“ in aller Regel nur der *öffentliche* Theaterbetrieb assoziiert. Das öffentliche Theater ist jedoch ausdrücklich nicht Thema der vorliegenden Untersuchung. Es wird zum überwiegenden Teil vom Staat finanziert oder getragen und verfolgt nach eigenem Verständnis überwiegend gesellschaftliche und kulturbildende Ziele. Zudem versteht es seine Tätigkeiten nicht als kommerziell. Im Fokus der Betrachtung stehen hier vielmehr die privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen und Selbständigen bzw. Freiberufler, die sich ganz oder vorwiegend über den Markt finanzieren. Darunter fallen neben den Produktionen und Darbietungen von privaten Theatern auch das Varieté, Kabarett, sonstige Kleinkunst, Musical, Tanz, Zirkus, Puppentheater, Festivals etc. Zusätzlich erfasst werden Theateragenturen und Theaterveranstalter sowie bühnentechnische Betriebe. Die selbständigen Bühnenkünstler/innen werden zusammen mit den Artisten in der Gruppe der selbständigen Künstlerberufe zusammengefasst. Sie stehen stellvertretend für die Urheber und/oder *Originärproduzenten*,

die zumeist als erste die Prototypen und experimentelle Formen des Theaters oder aktuelle Darbietungen der Unterhaltungskunst entwickeln.

Abbildung 4.6: Strukturdaten des Marktes für darstellende Künste und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
*Selbständige Bühnenkünstler/innen	581	43,0	611	6,7%	5,7%	6,6%
Selbständige Artisten/innen, etc.	23	4,5	213	4,0%	8,2%	16,6%
Theaterensembles	10	0,6	35	8,1%	1,2%	2,6%
*Theater- und Konzertveranstalter (4)	69	100,3	324	4,9%	k.A.	5,1%
*Private Musical-/Theaterhäuser (4)	7		220	3,1%		6,2%
Varietés und Kleinkunsth Bühnen (4)	10		200	5,6%		21,2%
*Dienstl. f. d. darstellende Kunst	88	20,9	169	4,2%	5,2%	2,9%
Kulturunterricht/Tanzschulen	66	6,9	138	3,2%	2,9%	2,9%
Teilmarkt insgesamt	854	176	1.910	5,5%	5,1%	5,7%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	5%	2%	3%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; farblich markierte Zahlenwerte geschätzt; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; (4) Umsatzwert zusammen; k.A. = keine Angaben; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Der **Umsatz** im Markt für darstellende Künste liegt bei 176 Mio. Euro. Die Theater-/Konzertveranstalter erzielen zusammen mit den privaten Musicals etc. und den Varietés etc. rund 100 Mio. Euro Umsatz und damit 57 Prozent des gesamten Teilmarkts. Die selbständigen Bühnenkünstler/innen schaffen zusammen ein Umsatzvolumen von rund 48 Mio. Euro, gefolgt von den theaterrelevanten Dienstleistern mit einem Umsatz von 21 Mio. Euro.

Insgesamt trägt der Markt für darstellende Künste 2 Prozent zum Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft bei.

- Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** liegt zusammen bei mehr als 850 oder 5 Prozent der kultur- und kreativwirtschaftlichen Unternehmen insgesamt. Die Gruppe der selbständigen Bühnenkünstler/innen stellt dabei mit rund 580 Künstlern und 68 Prozent einen überdurchschnittlich hohen Anteil. Es folgen die theaterrelevanten Dienstleister und der Kulturunterricht einschl. Tanzschulen mit 88 bzw. 66 Selbständigen oder Unternehmen. Die Theater-/Konzertveranstalter sind mit einem Kontingent von knapp 70 noch im mittleren Segment präsent. Hingegen kann die amtliche Statistik für die Musicalbühnen, die Theaterensembles und die Varietés nur mit sehr geringen Zahlen (7-10 Selbständige und Unternehmer) aufwarten.
- Nach amtlichen Angaben waren aus dem Teilmarkt insgesamt rund 1.900 oder 3 Prozent der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Anteilsmäßig verteilt sich dieser Personenkreis zu 32 Prozent auf die Bühnenkünstler/Artisten, zu 17 Prozent auf die Theater-/Konzertveranstalter. Weitere relevante Anteile finden sich mit 10 bzw. 12 Prozent bei den Varietés und privaten Musicals etc.

Mit Blick auf den bundesweiten Markt für darstellende Künste spiegeln die Zahlen, soweit sie über die amtliche Statistik ermittelt wurden, tendenziell eine unterdurchschnittliche Repräsentanz der LHM wider. Eine Ausnahme bilden die beiden Wirtschaftszweige selbständige Artisten etc. und Varietés, die mit einem geschätzten Erwerbstätigenvolumen von 200 bis 213 Personen einen relevanten Anteil von rund 17 bzw. 21 Prozent an den entsprechenden bundesweiten Wirtschaftszweigen aufweisen. Da es sich hier jedoch um geschätzte Werte handelt, ist der Vergleich zur bundesweiten Lage nur mit Einschränkung zu verwenden.

4.7 Designwirtschaft

Nach der klassischen Definition zählen zur Designwirtschaft die produzierenden Unternehmen des Industriedesigns, des Produkt-/Mode-/Grafikdesigns sowie der Werbegestaltung. Mit der Neugliederung der Wirtschaftszweige⁷ wird diese Palette durch weitere Designaktivitäten ergänzt: neben dem Interior-Design und der Innenarchitektur kommen die Fotografen und die Schmuckhersteller hinzu. Unter dem Begriff „Fotograf“ wird nun auch ein erheblicher Teil der Fotodesigner erfasst. Der Übergang zum fotografischen Handwerk ist dabei fließend, die Zuschreibung hängt stark vom jeweiligen beruflichen Selbstverständnis des Akteurs ab. Ähnliches gilt für die Schmuckhersteller – unter diese Rubrik fallen Schmuckdesigner, das Schmuckhandwerk und schmuckproduzierende Unternehmen. Andererseits existieren noch eine ganze Reihe bisher nicht klassifizierbarer Designaktivitäten, wie z. B. das Interface-Design, das Ausstellungsdesign oder das Web-Design. Die

⁷ s. Anhang Methodik zur WZ-Klassifikation

hier vorgelegte Abgrenzung dürfte deshalb die gesamte Komplexität des Teilmarktes noch nicht erfassen und lediglich das Zentrum der Designwirtschaft beschreiben. Ihre wirtschaftlichen Potenziale dürften demnach deutlich größer sein, als hier dargestellt.

Abbildung 4.7: Strukturdaten der Designwirtschaft und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
Industrie-, Produkt- und Mode-Design	193	21,0	360	8,9%	6,4%	8,5%
Grafik- und Kommunikationsdesign	822	61,6	1.091	11,3%	9,8%	10,5%
Interior Design und Raumgestaltung	292	35,7	441	3,8%	3,6%	4,2%
Herstellung von Schmuck, Gold, etc.	168	57,8	269	4,5%	2,3%	1,9%
*Büros für Innenarchitektur	406	48,1	521	12,7%	9,9%	11,0%
Selbständige Fotografen	642	60,7	827	7,1%	5,1%	4,7%
*Werbeagenturen/Werbegestaltung ⁸	745	761,4	3.976	4,4%	6,3%	6,1%
Teilmarkt insgesamt	3.268	1.046	7.485	6,5%	5,7%	5,9%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	18%	10%	11%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; Design/Werbegestaltung (Anteil 50%); (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Die Designwirtschaft erwirtschaftet einen **Umsatz** von rund 1,0 Mrd. Euro (das entspricht 10 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes). Größten Anteil an dieser Summe hat die Werbegestaltung mit rund 760 Mio. Euro oder 73 Prozent des gesamten Designumsatzes. Die Grafik-/Kommunikationsdesigner mit 62 Mio. Euro, die Fotografen mit 61 Mio. Euro und die Schmuckhersteller mit 58 Mio. Euro folgen

⁸ Entspricht 50% des Wirtschaftszweigs WZ-Nr. 73.11 Werbeagenturen, da hier die Hälfte des Umsatzes von Kleinst- und Kleinunternehmen erzielt wird, die vorwiegend Werbegestaltung betreiben

auf den weiteren Rangplätzen. Die restlichen Designzweige erzielen jeweils kleinere Umsatzvolumina zwischen 21 und 48 Mio. Euro.

- Nach amtlichen Angaben waren im Teilmarkt insgesamt rund 7.500 **Erwerbstätige** beschäftigt (11 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen). Auch hier liegt die Werbegestaltung mit einem Umfang von knapp 4.000 Erwerbstätigen vorne. Wiederum folgen die Grafik-/Kommunikationsdesigner mit rund 1.100 Erwerbstätigen und die Fotografen mit 827 Erwerbstätigen, die meisten darunter als Selbständige bzw. Freiberufler. Die übrigen Designzweige können zwischen 270 und 520 Arbeitsplätze anbieten.

Die Designwirtschaft belegt im bundesweiten Vergleich in einzelnen Wirtschaftszweigen eine starke Stellung. Die Grafik-/Kommunikationsdesigner sind mit rund 11 Prozent aller bundesweiten Designbüros in der LHM vertreten. Sie erzielen knapp 10 Prozent des Umsatzes aller bundesweiten Grafik-/Kommunikationsdesigner. Noch bessere Anteilswerte liegen für die Innenarchitekten vor. Knapp 13 Prozent der Innenarchitekten sind in der LHM konzentriert, ihr Umsatzanteil liegt bei knapp 10 Prozent aller bundesweiten Architekten.

4.8 Architektur

Der Architekturmarkt zählt zu den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, die sich durch eine relativ klare und homogene Zuordnung der wirtschaftlichen Aktivitäten auszeichnen. Architekturrelevante Leistungen beziehen sich auf den Entwurf und auf die Bauplanung im jeweiligen Architekturwirtschaftszweig. Es wird unterschieden nach Hochbau und Innenarchitektur, nach Orts-, Regional- und Landesplanung sowie nach Garten- und Landschaftsgestaltung. Zusätzlich werden die selbstständigen Restauratoren zum Architekturmarkt gezählt. In der kulturwirtschaftlichen Betrachtung spielt die Gruppe der Innenarchitekten eine besondere Rolle, die nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation erstmals eigenständig erfasst werden kann.

Abbildung 4.8: Strukturdaten des Architekturmarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010

	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Erwerbs- tätige
Wirtschaftszweig	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
Architekturbüros für Hochbau	1.307	262,3	3.405	4,7%	4,6%	4,5%
*Büros für Innenarchitektur	406	48,1	521	12,7%	9,9%	11,0%
Architekturbüros f. Orts-, Reg. plg etc.	297	78,0	461	6,2%	7,3%	4,0%
Architekturbüros f. Gartengestalt. etc.	123	19,4	270	4,0%	3,6%	3,7%
Selbständige Restaurator/innen	74	5,3	94	5,0%	3,1%	3,2%
Teilmarkt insgesamt	2.207	413	4.751	5,5%	5,1%	4,6%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Krea- tivwirtschaft	12%	4%	7%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Rund 410 Mio. Euro **Umsatz** erwirtschaftet der Architekturmarkt insgesamt (das entspricht 4 Prozent des gesamten kultur- und kreativwirtschaftlichen Umsatzes). Dabei erzielen die Hochbauarchitekten rund 260 Mio. Euro, während die Architekten für Orts- und Regionalplanung 78 Mio. Euro erwirtschaften. Kleinere Gruppen, wie die Innenarchitekten und Gar-

ten- bzw. Landschaftsgestalter schaffen Umsatzvolumina in Höhe von jeweils 48 bzw. 19 Mio. Euros.

- Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Büros** liegt bei rund 2.200 (12 Prozent der kultur- und kreativwirtschaftlichen Unternehmen).
- Insgesamt verfügt der Architekturmarkt über rund 4.800 oder 7 Prozent der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der wichtigste Wirtschaftszweig sind die Büros für Hochbauarchitektur, die 3.400 Erwerbstätige beschäftigen und damit 72 Prozent des gesamten Architekturmarktes ausmachen. Die restlichen Gruppen des Architekturmarktes bieten Arbeitsplatzkontingente für rund 270 bis 520 Personen. Die kleinste Gruppe bilden die Restauratoren, die 94 Erwerbstätige aufnehmen können.

Der Architekturmarkt verfügt - mit Ausnahme der Innenarchitektur - über keine besonders ausgeprägte bundesweite Präsenz. Eine Ausnahme bilden lediglich die Innenarchitekten, die rund 13 Prozent des bundesweiten Marktes stellen, rund 10 Prozent des Umsatzes erzielen und 11 Prozent aller Erwerbstätigen in der LHM beschäftigen können.

4.9 Pressemarkt

Zum Pressemarkt zählen die selbständigen Journalisten/innen sowie die Korrespondenz- und Nachrichtenbüros. Zur Wirtschaftsgruppe Presseverlage gehören neben den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen die sonstigen Verlage mit Landkarten, Kunstdruckwerken etc. und die Adressbuchverlage. In Anlehnung an die europäische Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft⁹ wurde der Einzelhandel mit Zeitungen und Zeitschriften neu in den Teilmarkt aufgenommen.

Abbildung 4.9: Strukturdaten des Pressemarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
*Selbständige Journalisten/innen etc.	1.641	113,6	1.715	9,4%	9,3%	9,4%
Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	120	64,9	658	12,1%	12,7%	7,4%
Verlegen v. Adressbüchern etc.	5	55,1	1.228	2,5%	3,9%	24,2%
Verlegen von Zeitungen	27	729,9	1.901	3,3%	6,5%	3,8%
Verlegen von Zeitschriften	88	326,1	3.873	4,9%	3,3%	9,3%
Sonstiges Verlagswesen	260	249,9	689	8,3%	6,6%	6,1%
Einzelhandel m. Zeitschrift u. Ztg.	242	69,4	601	2,6%	2,1%	2,1%
Teilmarkt insgesamt	2.383	1.609	10.665	7,1%	5,1%	6,5%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	13%	16%	16%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Der **Umsatz** des Pressemarktes liegt bei rund 1,6 Mrd. Euro (das sind 16 Prozent des gesamten kultur- und kreativwirtschaftlichen Umsatzes). Mit einem Umsatzvolumen von zusammen rund eine Mrd. Euro entfallen davon mehr 65 Prozent auf die Presseverlage (Ze-

⁹ Siehe ESSnet Culture/Eurostat

tungen und Zeitschriften). Das sonstige Verlagswesen erwirtschaftet 250 Mio. Euro, während der Einzelhandel 69 Mio. erwirtschaftet. Die selbständigen Journalisten/innen und Korrespondenzbüros sind zusammen mit 114 Mio. Euro am Umsatz des Pressemarktes beteiligt (das macht rund 7 Prozent aus).

- Beschäftigt sind nach statistischen Angaben rund 10.700 **Erwerbstätige** (16 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen). Etwa 5.800 der Arbeitsplätze werden von den Presseverlagen (Zeitungen und Zeitschriften) vorgehalten. Der Einzelhandel mit Pressewerken hat rund 600 Erwerbstätige. Die selbständigen Journalisten/innen und Korrespondenzbüros kommen zusammen auf eine Zahl von knapp 1.700.

Der Pressemarkt zählt zu den wichtigen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, der jedoch nur in Teilen eine bundesweite Präsenz erzielen kann. Die Korrespondenzbüros und die selbständigen Journalisten sind die beiden Wirtschaftszweige, die mit ihren Unternehmen und Büros nennenswerte Anteile von 9 bis 13 Prozent im bundesweiten Markt erreichen können. Die Adressbuchverlage stellen mit knapp 24 Prozent im Erwerbstätigenmarkt eine nennenswerte bundesweite Größe dar.

4.10 Werbemarkt

Zum Werbemarkt zählen die beiden Wirtschaftszweige Werbeagenturen einschließlich Werbegestaltung und Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/Werbeflächen. Werbeagenturen bedienen die Gesamtpalette von Werbeaktivitäten (entweder über unternehmenseigene Kapazitäten oder durch Auslagerung), einschließlich Beratung, kreative Dienste, Herstellung von Werbematerial und Einkauf. Ein großer Anteil ihrer Tätigkeit entfällt auf Werbegestaltung und Kommunikationsdesign. Dies gilt insbesondere für kleinere Büros und Werbeagenturen.

Abbildung 4.10: Strukturdaten des Werbemarktes und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
*Werbeagenturen/Werbegestaltung ¹⁰	1.490	1.522,8	7.951	4,4%	6,3%	6,1%
Vermarktung von Werbeflächen u.ä.	62	40,2	413	5,7%	2,7%	5,5%
Teilmarkt insgesamt	1.552	1.563	8.364	4,4%	6,1%	6,1%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	8%	15%	12%	-	-	-

Hinweis: *auch anderen Teilmärkten zugeordnet; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Der **Umsatz** des Werbemarktes liegt bei knapp 1,6 Mrd. Euro (das sind 15 Prozent des gesamten kultur- und kreativwirtschaftlichen Umsatzes).
- Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** liegt bei rund 1.550 (und damit bei 8 Prozent aller Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft).
- Nach amtlichen Angaben sind hier insgesamt rund 8.400 Personen tätig (das macht 12 Prozent der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft aus). Der Werbemarkt spielt in quantitativer Hinsicht im bundesweiten Vergleich keine herausragende Rolle.

¹⁰ Entspricht 100% des Wirtschaftszweiges WZ-Nr. 73.11 Werbeagenturen, da 50% des Wirtschaftszweiges auch der Designwirtschaft zugeordnet werden, erfolgt in der Endsumme der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Bereinigung ohne Doppelzählung.

Der Werbemarkt spielt im bundesweiten Vergleich keine auffallende Rolle. Seine Anteilswerte liegen mit jeweils rund 10 Prozent im unterdurchschnittlichen Feld.

4.11 Software-/Games-Industrie

Die Software-/Games-Industrie wird in der internationalen wie in der europäischen Debatte schon seit längerem als regulärer Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet. Entsprechend nimmt sie im Rahmen des Creative Industries Modells eine zentrale Stellung ein. Die Software-/Games-Industrie umfasst danach die Entwicklung und das Verlegen von Softwareprodukten jedweder Art. Zu ihr gehören beispielsweise Computerspiele, Konsolenspiele, Videospiele, Mobile Games, Online Games, Browser Games, Social Games etc¹¹. Durch den wachsenden Markt mit Online- und Browserspielen wächst auch die Bedeutung von Online-Plattformen. Viele Spielefirmen haben ihr Geschäftsmodell nur folgerichtig erweitert und sind auch als Content-Provider tätig. Der Branchenverband G.A.M.E. definiert wie folgt: „Computer- und Videospiele umfassen alle interaktiven, non-linearen Medien, die mit Hilfe audiovisueller Wiedergabe das Spielen ermöglichen oder Spiel zu Lernzwecken einsetzen. Dabei sind Trägermedium, Wiedergabesystem oder Übertragungsweg unwesentlich.“ Gemeint sind damit Computerspiele, Videospiele, Online-, Browser- und Handyspiele, die in physischer Gestalt oder in Onlineform produziert und zunehmend durch Webportale vertrieben werden.

Allerdings verändern sich die Branche und ihre Unternehmen und Geschäftsmodelle in einem extremen Tempo. Deshalb sind begleitenden wirtschafts- und kulturpolitischen Analysen gewisse Grenzen gesetzt. Die Geschwindigkeit erschwert vor allem eine systematische Erfassung erheblich. Die Abgrenzung der Branche nach der neuen Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008 bleibt wenig befriedigend. Deshalb werden im Folgenden in Anlehnung an die europäische Debatte¹² folgende Wirtschaftszweige einbezogen: Verlegen von Computerspielen u. sonstiger Software, Webportale sowie Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen u. sonstiger Software.

¹¹ Die Aufzählung in Anlehnung an den Bundesverband G.A.M.E.

¹² ESSnet Culture 2011; European Cluster Observatory (ECO): Creative Industries 2011; UNESCO-Framework for Cultural Statistics

Abbildung 4.11: Strukturdaten der Software-/Games Industrie und Anteile am Bundesgebiet 2010

Wirtschaftszweig	Unter- nehmen (1)	Um- satz (2)	Erwerbs- tätige (3)	Unter- nehmen	Um- satz	Er- werbs- tätige
	Anzahl	Mio. €	Anzahl	Anteil LHM am Bundesgebiet		
Verlegen von Computerspielen	26	87,9	26	7,3%	2,9%	1,7%
Verlegen von sonstiger Software	24	17,8	754	5,1%	4,2%	4,9%
Webportale	31	17,5	656	11,4%	3,7%	18,3%
Entwicklung v. Internetpräsent. u.ä.	523	235,1	1.490	6,3%	8,6%	5,0%
Sonstige Softwareentwicklung	1.194	1.347,3	12.001	6,2%	6,8%	5,9%
Teilmarkt insgesamt	1.798	1.706	14.927	6,3%	6,4%	5,9%
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Krea- tivwirtschaft	10%	17%	22%	-	-	-

Hinweis: farblich markierte Zahlenwerte geschätzt; (1) einschließlich Freiberufler und Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; (2) Umsatz ab 17.500 Euro; (3) Erwerbstätige umfassen Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Sonderauswertung Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Sonderauswertung Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ergibt sich für die LHM zum Jahr 2010 folgendes Bild:

- Die Software-/Games-Industrie erwirtschaftet einen **Umsatz** von rund 1,7 Mrd. Euro (und damit 17 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschafteten Umsatzes). Der größte Anteil entfällt dabei mit einem geschätzten Volumen von 1,3 Mrd. auf die Entwicklung von sonstiger Software (79 Prozent). Die Verleger von Computerspielen erzielen einem Umsatz von 88 Mio. Euro, die Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen erwirtschaftet rund 235 Mio. Euro. In die Wirtschaftszweige fließen auch die Umsätze der internationalen Spielepublisher ein. Dahinter bleiben der neu eingeführte Wirtschaftszweig Webportale mit bislang rund 18 Mio. Euro weit zurück.
- Nach amtlichen Angaben¹³ sind im Teilmarkt insgesamt rund 15.000 **Erwerbstätige** beschäftigt (22 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen). Mit der Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen beschäftigen sich rund 12.000 Erwerbstätige oder 80 Prozent. Nur rund 780 Erwerbstätige oder 5 Prozent entfallen auf das Verlegen von Computerspielen und sonstiger Software. Die ungleiche Gewichtung lässt vermu-

¹³ Umsatzsteuerstatistik und Beschäftigtenstatistik

ten, dass die Zuordnung der Games- und Softwareunternehmen zu den verschiedenen Kategorien der Entwickler, der Verleger, Konsolenproduzenten oder der Contentprovider den amtlichen statistischen Stellen wegen des neuartigen Unternehmenstyps noch erhebliches Kopfzerbrechen bereitet. Die Daten legen nahe, dass hier noch keine einheitlichen Zu- und Einordnungen im statistischen Sinne vorgenommen werden kann.

- Die Zahl der **Unternehmen** liegt traditionell eher hoch und erreicht mit einem Volumen von rund 1.800 einen Anteil von 10 Prozent an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Software-/Games-Industrie zählt in der Regel zu den stärksten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dies gilt auch für die LHM. Allerdings erreicht sie im bundesweiten Vergleich lediglich bei der Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen einen nennenswerten Umsatzanteil von knapp 9 Prozent, während die Unternehmenslandschaft und noch mehr der Erwerbstätigenmarkt bislang keine bundesweite Präsenz zeigt, sieht man einmal von den Webportalen ab, die sich derzeit noch in einer Entwicklungsphase befinden.

5 Zusammenfassung

Mit der vorliegenden Analyse wird die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt München (LHM) erstmals in ihrer ganzen Vielfalt und Dynamik untersucht.

Auf der Basis der statistischen Befunde lassen sich folgende Schwerpunkte und Trends zusammenfassen:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM ist einer der führenden Standortregionen in Deutschland. Von herausragender Bedeutung ist das Beschäftigungsvolumen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM. Neben der hohen Zahl der Selbständigen – rund ein Viertel der Erwerbstätigen zählen dazu – bilden vor allem die sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze eine wichtige Grundlage für die Stabilität und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM. Einige Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM weisen eine überragende bundesweite Marktdominanz auf.

5.1 Empirische Befunde im Überblick

Im Jahr 2010 existieren in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM knapp 14.800 **Unternehmen**. Damit erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 17,7 Prozent an der Gesamtwirtschaft der LHM. Der vergleichbare Bundeswert liegt mit 7,6 Prozent deutlich darunter. Ein Grund für die starke Konzentration der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM ist der breite Mix der vielen Klein- und Kleinstunternehmen, die in fast allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft hohe absolute Werte aufweisen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM erwirtschaftete im Jahr 2010 einen **Umsatz** von rund 9,1 Mrd. Euro. Damit erzielt die Branche einen Anteil von 3,6 Prozent an der gesamten Wirtschaftsleistung der LHM - ein deutlich besseres Ergebnis als der vergleichbare Bundeswert von 2,6 Prozent. Diese Wirtschaftsleistung bezieht sich auf die in der LHM rechtlich selbständigen Kultur- und Kreativunternehmen. Nach einer Alternativberechnung¹⁴ würde durch die Gewichtung der Umsätze auf der Basis der Erwerbstätigkeit der Anteilswert von 3,9 auf 7,0 Prozent steigen. Die Wirtschaftsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM träte damit noch deutlicher hervor.

Der Grund für die herausgehobene Marktposition der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Vergleich zum Bundesgebiet liegt in der starken Stellung einzelner Teilmärkte. Dazu zählen insbesondere die Filmwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt und die Musikwirtschaft deren Firmen jährlich überdurchschnittlich starke Wirtschaftsleistungen erzielen. Ein besonders interessantes Merkmal ist mit den vier genannten Teilmärkten verbunden. Sie zählen ausnahmslos zu den kulturwirtschaftlichen Märkten mit besonders ausgeprägten Anteilen der kultur- oder künstlerisch relevanten Produktion. Im Unterschied zu diesen kulturellen Märkten spielen die verwandten Teilmärkte der Design-, Architektur-, Werbe- oder Software-/Games-Märkte eine geringere Rolle innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM. Möglicherweise ist diese kulturelle oder künstlerisch ausgeprägte Stellung der LHM innerhalb des gesamten Bundesgebietes auch ein Alleinstellungsmerkmal für München. Allerdings kann dieser Hinweis nur als erste Vermutung formuliert werden, da die vergleichbaren Standorte in anderen Regionen Deutschlands bislang noch nicht unter diesem Blickwinkel untersucht wurden.

Die Zahl der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM erreicht im Jahr 2010 mit rund 60.300 Menschen einen neuen Höchststand. Als arbeitsintensives Wirtschaftsfeld belegt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen überragenden Anteil von 7,7 Prozent an der gesamten Wirtschaft in der LHM. Der Vergleichswert der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundesgebietes liegt mit 3,1 Prozent deutlich darunter. Der Anteilswert des Erwerbstätigenmarktes ist umso höher zu bewerten, da hier nur der Kern der Voll- und Teilzeitbeschäftigten mit existenzsichernden Arbeitsplätzen sowie die Zahl der Selbständigen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz dargestellt wird.

Neben diesen rund 60.300 Erwerbstätigen dürfte auf der Basis von bundesweiten Schätzungen zusätzlich ein Kontingent von mindestens rund 35.000 geringfügig Tätigen und Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM aktiv sein.

Ein Blick auf den **Beschäftigtenmarkt** im Jahr 2010 bestätigt die starke Stellung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LHM. Mit rund 45.500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und einem Anteil von 6,5 Prozent an der Gesamtwirtschaft liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft in der

¹⁴ Der Umsatzwert der Kultur- und Kreativwirtschaft LHM wird auf der Basis der in der LHM tätigen Erwerbstätigen mit dem durchschnittlichen bundesweiten Umsatzwert je Erwerbstätiger gewichtet.

LHM wiederum über dem Vergleichswert des Bundesgebietes (Anteil 2,6 Prozent). Gemessen an den absoluten Beschäftigungsgrößen sind der Pressemarkt, der Werbemarkt sowie die Software-/Games-Industrie mit jeweils 6.800 bis 13.000 Beschäftigten die größten Teilmärkte innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM.

Diese Dominanz der drei Teilmärkte entspricht einer ähnlichen Dominanz in der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft.

In **zusammenfassender Bewertung** kann festgestellt werden, dass die Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM in allen Kategorien jeweils über den Kennzahlen der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft liegen. Die überdurchschnittliche Position der LHM kann durch den sogenannten Lokalisationsquotienten (LQ) in konzentrierter Form verdeutlicht werden. Der Lokalisationsquotient (LQ) ist eine in der Fachwissenschaft gebräuchliche Kennzahl zur Beschreibung von Wirtschaftsräumen. Er zeigt immer dann eine besonders starke Konzentration von wirtschaftlichen Aktivitäten an, die für die wirtschaftliche Entwicklung eines Raumes oder Region eine außerordentliche Bedeutung haben, wenn die jeweilige Kennzahl über dem Wert 1 liegt.

Abbildung 5.1: Der Lokalisationsquotient der Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München 2010

	Lokalisations- quotient (LQ)
Unternehmen	2,3
Wirtschaftsleistung (Umsatz)	1,4
Erwerbstätigkeit	2,5
Beschäftigung (sozialversicherungspflichtig)	2,5

Hinweis: Der LQ zeigt an, ob ein Teilraum (hier: LHM) im Vergleich zur Gesamtregion (hier: Bundesgebiet) von über- oder unterdurchschnittlicher Bedeutung ist. Werte über 1 zeigt einer überdurchschnittliche Präsenz der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Vergleich zum Bundesgebiet an, Werte unter 1 signalisieren eine unterdurchschnittliche Bedeutung

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen
Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Werte der vier Kategorien liegen in allen vier untersuchten Feldern Unternehmen, Wirtschaftsleistung, Erwerbstätigkeit und Beschäftigung zwischen 1,4 und 2,5 LQ. Sie zeigen damit eine überdurchschnittliche Präsenz der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM innerhalb der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft an. Während der Umsatzwert mit einem LQ von 1,4 im bundesweiten Umfeld zwar überdurchschnittlich ist, bleibt er trotzdem hinter den drei anderen Vergleichsfeldern deutlich zurück. Bei einer angenommenen Umsatzleistung der Gesamtwirtschaft der LHM in Höhe von rund 251 Milliarden Euro müsste der Umsatzwert der Kultur- und Kreativwirtschaft von derzeit 9,1 Milliarden um 7 Milliarden Euro auf rund 16 Milliarden Euro steigen, damit der LQ-Wert ebenfalls das vergleichbare Niveau von 2,5 der anderen Felder erreicht.

Diese Bewertung bewegt sich allerdings bereits auf einem sehr hohen Niveau, welches die LHM bereits erreicht hat.

Insgesamt darf vorläufig angenommen werden, dass die LHM vermutlich zu den stärksten Standorten in der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft zählt, obwohl dies erst durch vergleichbare Untersuchungen zu anderen deutschen Wettbewerbsregionen geprüft werden müsste.

Die LHM ist seit langem als High-Tech Standort bekannt, ebenso zählt die Medienwirtschaft zu den anerkannten Wirtschaftsfeldern innerhalb der Gesamtwirtschaft der LHM. Die Kultur- und Kreativwirtschaft konnte bislang noch nicht die öffentliche Aufmerksamkeit erlangen, die ihr möglicherweise zukünftig zukommen sollte. Insbesondere die bundesweit starken Kulturwirtschaftsbranchen der Film- und Musikwirtschaft sowie der Buch- und Kunstmärkte ermöglichen der LHM vermutlich Alleinstellungsmerkmale, die die Kultur- und Kreativwirtschaft wieder stärker mit künstlerische und kulturelle Kerne verbindet. Kunst- Kultur- und Kreativproduktion sind die Inhalte der zukünftigen Kultur- und Kreativwirtschaft, die weit in die digitale Wirtschaft, den Wissenswirtschaft oder die gesamte Dienstleistungswirtschaft ausstrahlen.

5.2 Die Beschäftigungsdynamik

Abbildung 5.2: Die Wachstumsdynamik der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich 2008-2011

Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung 2008-2011



Hinweis: LHM=Landeshauptstadt München.

Quelle: Sonderauswertung Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie der Kurvenverlauf der Entwicklung deutlich macht, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft sowohl in der LHM als auch bundesweit auf der Basis der neueren Erhebungen der Bundesagentur für Arbeit nach dem Jahr 2008 zunächst rückläufig. Sowohl in der LHM als auch im bundesweiten Feld schrumpfen die Beschäftigungsmärkte geringfügig. Trotz dieses Rückgangs ist es überraschend, wie wenig die wirtschaftliche Krise im Jahr 2009 die Beschäftigungsmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft beeinflusst hat.

Noch erstaunlicher ist die Position der Gesamtwirtschaft der LHM, die zum Krisenjahr insgesamt keinerlei Verluste zu verzeichnen hatte. Im weiteren Verlauf konnte die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM an die gute Entwicklung der Gesamtwirtschaft anknüpfen und übertrifft dies im Jahr 2011 sogar durch einen stärkeren Zuwachs. Dadurch kann die Kultur- und Kreativwirtschaft im gesamten Zeitverlauf 2008 bis 2011 eine bessere Wachstumsdynamik vorweisen. Ihr Zuwachs

erreicht aktuell einen Wert von 4,7 Prozent gegenüber 2008, während die Gesamtwirtschaft der LHM einen kleineren Zuwachswert von 3,3 Prozent schafft. Wie der Kurvenverlauf der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft anzeigt, kann diese noch nicht mit der Dynamik der LHM mithalten. Immerhin kann sie im Jahr 2011 wieder eine positive Entwicklung einleiten und liegt mit 1,1 Prozent über dem Ausgangsjahr 2008, was für den Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft keineswegs eine Selbstverständlichkeit ist.

In Absolutwerten steigt die Zahl der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM im Jahr 2008 von rund 45.400, und nach dem minimalen Einbruch im Jahr 2009, im Jahr 2011 auf einen neuen Höchststand von mehr als 47.500. Zu den Trägern dieser positiven Entwicklung zählen der Buchmarkt mit einem überragenden Anstieg der Beschäftigung um 14,2 Prozent gegenüber 2010, gefolgt von der Software-/Games-Industrie mit einem guten Anstieg von 9,9 Prozent und den Teilmärkten Werbemarkt mit 8,8 Prozent, Architekturmarkt mit 8,5 Prozent, der Designwirtschaft mit 8,3 Prozent und dem Markt für darstellende Künste mit 7,4 Prozent. Ebenso weisen die Film- und Rundfunkwirtschaft Zuwachsraten von 4,4 und 4,9 Prozent auf.

Aktuelle Schrumpfungsprozesse sind in den Teilmärkten Pressemarkt, Filmwirtschaft und Kunstmarkt zu beobachten, die im Jahr 2011 Rückschläge bei der Beschäftigungsentwicklung hinnehmen müssen. Während die Filmwirtschaft mit einem Minus von 0,9 Prozent gegenüber 2010 nur minimale Beschäftigungsverluste verzeichnet, sind die Schrumpfungseffekte im Kunstmarkt mit minus 10,3 Prozent und im Pressemarkt mit minus 9,3 Prozent durchaus ein beachtlicher Faktor, der im Falle des Pressemarktes nun schon in drei beobachteten Jahren anhält.

Insgesamt schafft der Beschäftigungsmarkt jedoch der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM in 2011 eine starke Wachstumsdynamik, die in insgesamt sieben der elf Teilmärkte registriert wurde. Damit steht die Entwicklung des Branchenkomplexes auf einem erstaunlich breiten Fundament, denn diese Marktvergrößerung ist nur dadurch denkbar, dass die Wirtschaftskraft der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft gesteigert werden konnte. Dementsprechend lassen die neuen Wirtschaftsdaten für das Jahr 2011 eine weitere Zunahme der Wirtschaftsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft vermuten.

5.3 Drei zentrale Merkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft

Abschließend werden drei spezifische Charakteristika der Kultur- und Kreativwirtschaft herausgestellt, die für die LHM prägend sind.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein innovativer Impulsgeber für die regionale Wirtschaft, weil sie als regional verankerte Branche, in großen Teilen unverwechselbare, originäre Werke und Dienstleistungen schafft. Kunst-, Kultur- und Kreativproduktion kann nur dort wachsen und gedeihen, wo bereits langjährig Strukturen vorhanden sind. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM weist bereits jahrzehntelange Entwicklungsprozesse auf.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein Wachstumsfeld mit rasanten Wandlungsprozessen. Sie kann große, international aufgestellte Player, mittelständische Unternehmen und innovative „Garagenunternehmen“ verbinden. Ihre Querschnittsqualitäten lassen sie auch eine Brücke zu anderen Akteuren der regionalen Wirtschaft schlagen. Sie verknüpft Dienstleistung, Handwerk, Industrie und freie Berufe. In der Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM existieren alle genannten Player und Akteure, die eine produktive Weiterentwicklung der Branchen schaffen können.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein wichtiger Imagefaktor für die gesamte LHM. Als herausragende Standortregion für künstlerische, kulturelle und kreative Produktionen und Dienstleistungen verfügt die LHM über Möglichkeiten, die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einer wirtschaftlichen „Softpower“ für die gesamte Wirtschaft zu entwickeln. Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann die logische Ergänzung zu einem starken Industriestandort werden. In dieser Verbindung von exzellenten Produktionssektoren und kulturwirtschaftlichen Dienstleistungssektoren hat die LHM beste Voraussetzungen dafür, im internationalen Wettbewerb zu bestehen.

6 Anhang

6.1 Quellenangaben

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung: Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahre, Sonderauswertung

Bundesagentur für Arbeit: Beschäftigtenstatistik = Statistik der Bundesagentur für Arbeit verschiedene Jahre, Sonderauswertung

Wirtschaftsministerkonferenz (2009). Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten (2009), Auftraggeber: Ad-hoc-Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz vertreten durch die Länder: Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Mecklenburg- Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein

Wirtschaftsministerkonferenz (2011). Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, Auftraggeber: Ad-hoc-Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz vertreten durch die Länder: Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Mecklenburg- Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein

Weitere Hinweise siehe Anhang zum 1. Teilbericht

6.2 Tabellenwerk (extra Dokument)