



KREATIVE. KULTUR. KOMPETENZ.

Datenbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft
in der Metropolregion München

WAS BEWEGT SIE IM MOMENT BESONDERS...

...IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT DER METROPOLREGION MÜNCHEN?

Als Vorstandsvorsitzender der Europäischen Metropolregion München e.V. und Oberbürgermeister der Landeshauptstadt München:



Christian Ude
„Beeindruckend finde ich die große wirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativunternehmen in der Metropolregion München. Dies gilt für die Wirtschaftsleistung, aber noch mehr für die Zahl der Erwerbstätigen. Erfreulich ist, dass dieser positive Befund gleichermaßen auf die Landeshauptstadt und das Umland zutrifft. Die vorliegenden Zahlen belegen darüber hinaus eindrucksvoll, dass wir als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft weder den Vergleich mit deutschen noch mit europäischen Regionen scheuen müssen. Bemerkenswert ist dabei die Vielfalt der Kreativbranchen, in denen der Raum erfolgreich ist. Die starke Position im Medien- und Softwarebereich ist dabei keine Überraschung. Die hohen Beschäftigungs-, Unternehmens- und Umsatzzahlen in der Musikwirtschaft, dem Kunstmarkt oder im Design waren so nicht zu erwarten, sind aber umso erfreulicher.“

Als Geschäftsführerin der Designagentur schnellervorlauf GmbH, Ingolstadt:



Siegrid Diewald
„Mich bewegt die Ambivalenz, mit der man in Ingolstadt tagtäglich konfrontiert ist: Einerseits zeigen Industrie und Öffentlichkeit heute stärkeres Interesse an guter Gestaltung und kreativen Konzepten als noch vor zehn Jahren. Das macht sich auch in den Ausbildungswünschen der Jugendlichen bemerkbar. Andererseits können nicht alle dem Druck und dem Anspruch einer professionellen Agentur und deren Kunden standhalten. Der gesteigerte Bedarf an Design darf nicht mit seiner Verflachung einhergehen. Verantwortlich dafür sind letztendlich nicht nur die Universitäten, Fachhochschulen und Designagenturen, sondern auch Existenzgründerzentren, Netzwerkorganisationen und die Kommunen, die die gestalterische Qualität des Designstandorts Ingolstadt mitbestimmen – und wenn wir gemeinsam agieren, auch seine Identität.“

Als Konzeptentwickler für Raumnutzungen - Veranstalter und Betreiber Art Babel, Puerto Giesing, München:



Patrick Gruban und Zehra Spindler
„München ist eine Stadt der Medien, Mode, Verlage, IT, Musik - ein Ort der Kreativwirtschaft. Aber Kreativität braucht Räume zur Vernetzung. Durch unser Zwischennutzungsprojekt Puerto Giesing wurde der Bedarf an flexiblen Büros, Veranstaltungsflächen und Showrooms in zentraler Lage für Kreative aus unterschiedlichen Bereichen klar. Es gibt genug öffentliche Gebäude, die sich für eine längerfristige Zwischennutzung eignen würden. Aber es fehlt bei städtischen oder staatlichen Leerständen der politische Druck und bei privaten Unternehmen fehlt - mit einigen wenigen Ausnahmen - oft der Sinn dafür, Gebäude zur Verfügung zu stellen. Kreativwirtschaft ist ein Thema über die städtischen Referatsgrenzen von Wirtschaft, Kultur und Stadtplanung hinweg und auch ein Thema, das Unternehmen betrifft. Daher brauchen wir eine Task Force all dieser Bereiche, damit unsere Region weiter kreative Köpfe halten und anziehen kann.“

Als Geschäftsführer des Computerspielentwicklers Reality Twist, München:



Clemens Hochreiter
„Derzeit bewegt mich besonders der durch die digitale Distribution entstandene Umbruch und die Demokratisierung in der Entwicklerszene. Dies schlägt sich derzeit in München in Form der Computerspielförderung für unabhängige Entwickler, in den zahlreichen neuen Studiengängen im Spielebereich und in der starken Indie-Entwicklerszene nieder. In den nächsten Jahren wird die größte Veränderung durch eine gemeinsame Immobilie für Spieleentwickler, die gerade auf dem Gelände der Kultfabrik in München entsteht, angestoßen werden. Hier werden vom Start-Up bis zum etablierten Entwickler Firmen neben- und miteinander an einem Ort arbeiten. Der Co-Working Space schafft die ideale Basis für Freelancer. Der Videospielkulturverein, das Gameslab, eine große Veranstaltungsfläche sowie eine gemeinsame Biblio- und Mediathek schaffen einen Raum, der den Entwicklern einen deutlichen Wettbewerbsvorteil schaffen wird.“

INHALT

Metropolregion München - Gemeinsam für eine Spitzenposition in Europa..... 4

Wie definiert sich Kultur- und Kreativwirtschaft?	4
Kreative Innovationen. Wie steht es um die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion München?	5

Highlights der Studie	5
Der nationale Vergleich	6
Große Stadt, starkes Land. Partner in Sachen Kultur- und Kreativwirtschaft.....	8

Exkurs: Selbständige Künstler- und Kulturberufe in der Landeshauptstadt München	8
Der internationale Vergleich	9

Medien in der Metropolregion - Rundfunk, Film und Software/Games starke Teilmärkte	10
Wünsche für die Zukunft	11

Impressum.....	12
----------------	----

NETROPOLREGION MÜNCHEN

Gemeinsam für eine Spitzenposition in Europa

Der Verein Europäische Metropolregion München (EMM) ist eine offene und fachübergreifende Diskussions- und Kooperationsplattform mit Mitgliedern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Durch die Vernetzung dieser Akteure trägt der Verein zur nachhaltigen Entwicklung der Metropolregion bei.

Die Metropolregion München ist weit mehr als das Münchner Umland: Sie reicht von Eichstätt im Norden bis Garmisch-Partenkirchen im Süden und von Dillingen an der Donau und dem Ostallgäu im Westen bis nach Altötting im Osten. Auf einer Fläche von über 20.000 Quadratkilometern leben rund 5,5 Millionen Bürger – etwa jeder 15. Deutsche ist somit in der Metropolregion München zu Hause.

Nach dem Leitsatz „Gemeinsam für eine Spitzenposition in Europa“ arbeiten die Akteure der Metropolregion München an Projekten aus den Bereichen Wissen, Wirtschaft, Umwelt, Mobilität, Kultur und Sport sowie Ländlicher Raum.

Weitere Informationen:

www.metropolregion-muenchen.eu

Die Kooperationspartner der Studie:

FilmFernsehFonds Bayern, Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern, Kulturreferat und Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München.

www.metropolregion-muenchen.eu/kuk-partner



WIE DEFINIERT SICH KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT?

- Als der Kultur- und Kreativwirtschaft zugehörig werden Unternehmen definiert, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind. Nicht berücksichtigt wurden Kulturbetriebe in öffentlichem Eigentum. Folgende 11 Märkte sind Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt, Software- und Gamesindustrie.
- Als jedem kultur- und kreativwirtschaftlichen Schaffen zugrunde liegend wird der schöpferische Akt betrachtet, der die unterschiedlichen Ausprägungen der Branche verbindet.
- Die hier behandelte Untersuchung ist eine empirisch-quantitative Analyse basierend auf statistischem und verbandlichem Datenmaterial. Die Datenbasis der Untersuchung stammt aus dem Jahr 2010, dem zum Erhebungszeitpunkt aktuellsten Datenjahr auf Basis amtlicher Statistiken.

KREATIVE INNOVATIONEN

Wie steht es um die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion München?

Die Metropolregion München wird mit großer Wirtschaftskraft, technischem Know-How und einem hohen Lebensstandard assoziiert. Dies belegt eine Untersuchung aus dem Jahr 2011, in der die Außenwahrnehmung der Region beleuchtet wurde¹. Auch in Sachen Kultur wird die Metropolregion München als führend in Deutschland angesehen – im Bereich der etablierten hochkulturellen Angebote. Was der Region bisher kaum attestiert wurde, sind Eigenschaften, die sich unter dem Begriff „kreative Trendsetter-Qualitäten“ zusammenfassen lassen.

Wie es um diese Qualitäten und generell um die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion München bestellt ist, wollten die Fachleute der Arbeitsgruppen Kultur und Sport sowie Wirtschaft daher wissenschaftlich untersuchen lassen. Mit Unterstützung des Kulturreferates sowie des Referates für Arbeit und Wirtschaft der Stadt München, dem FilmFernsehFonds Bayern sowie der IHK für München und Oberbayern wurde das Büro für Kulturwirtschaftsforschung mit der hier zusammengefassten Studie beauftragt. Sie geht folgenden Fragen nach: Wie ist diese Branche zusammengesetzt? Welche Bedeutung hat sie für die Region und wie ist sie auf städtische und

ländliche Gebiete verteilt? Und welche Position nimmt die Metropolregion im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft im nationalen Kontext und im internationalen Vergleich ein?

Die Ergebnisse der Untersuchung haben in ihrer Deutlichkeit die Erwartungen der Initiatoren und Fachleute übertroffen: Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion München spielt eine größere Rolle, als sie ihr bisher zugeschrieben wurde. Sie setzt sich zusammen aus einem breiten Mix großer, mittlerer und kleiner Unternehmen aus den klassischen kulturwirtschaftlichen Bereichen ebenso wie aus der innovationsgetriebenen Kreativwirtschaft und nimmt im deutschlandweiten Vergleich eine herausragende Stellung ein.

Die Branche ist somit nicht nur imstande, einer Region Identität nach innen und ein Gesicht nach außen zu verleihen. Sie stellt darüber hinaus einen signifikanten Wirtschaftsfaktor dar. Daher gilt es, in der Wahrnehmung der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Behandlung all ihrer Akteure das Bewusstsein für deren Bedeutung noch weiter zu stärken.

¹) „Hidden Images: Außenwahrnehmung und bestimmende Themen der Metropolregion München im nationalen und internationalen Vergleich“. Berlin, 08.06.2011. Hidden Images GmbH.

HIGHLIGHTS DER STUDIE

„Die Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München steuert einen Anteil von 14,4 Prozent zur gesamten deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft bei.“

„Nicht nur in den urbanen Gebieten der Metropolregion ist

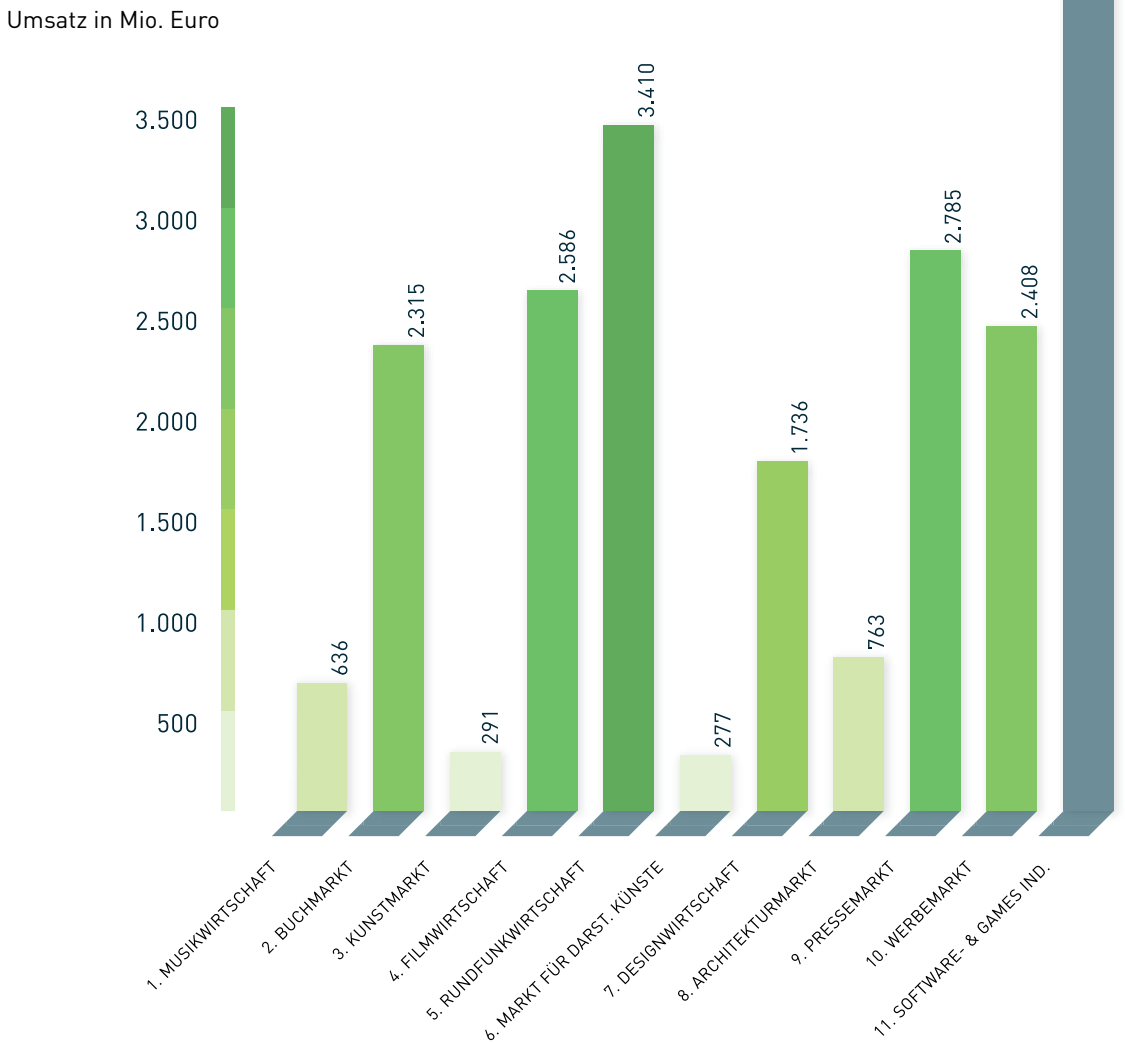
vielen in Bewegung: Fast 50 Prozent der in der Metropolregion ansässigen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind außerhalb der Stadt München zu finden.“

„Einzelne Teilmärkte nehmen eine besonders herausgehobene Stellung ein. Hierzu zählen insbesondere die Rundfunkunternehmen sowie die Filmbranche.“

„In der Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München sind aktuell über 117.000 Menschen beschäftigt.“

DER NATIONALE VERGLEICH

Abb. 1
Kennzahlen zur Wirtschaftsleistung nach Teilmärkten 2010



Die Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München kann als führend in Deutschland bezeichnet werden. Einige Teilmärkte erreichen gar eine überragende Marktdominanz.

Der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Gesamtumsatz in der Region München liegt deutlich über den bundesweiten Werten: Mit einem Jahresumsatz von knapp 20 Milliarden Euro steuerte die Branche einen Anteil von 3,9 Prozent zur Wirtschaftsleistung der Metropolregion bei. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der EMM hat mit 14,4 Prozent sogar eine größere Bedeutung für die bundesweite Kultur- und Kreativwirtschaft als die Gesamtwirtschaft der EMM, die einen Anteil von 9,8 Prozent zur bundesweiten Gesamtwirtschaft beiträgt.

Einige Teilmärkte nehmen eine besonders herausgehobene Stellung ein: Der Buchmarkt, die Film- und Rund-

funkwirtschaft, der Pressemarkt und die Software-/ Games-Industrie erbringen überdurchschnittlich starke Wirtschaftsleistungen. Hervorzuheben sind hier insbesondere die Film- und Rundfunkwirtschaft (vgl. S. 10).

Betrachtet man die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion München hinsichtlich ihrer Wirtschaftskraft, steht die Software- und Games-Industrie mit einem Umsatzvolumen von über 4 Milliarden Euro an der Spitze, gefolgt von Rundfunkwirtschaft, Presse, Film, Werbung und Buchmarkt (zwischen 3,4 und 2,3 Milliarden Euro). Kein Teilmarkt dominiert die Kultur- und Kreativwirtschaft; diese breite Aufstellung stabilisiert die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion. Wirtschaftsstarke Teilmärkte sind sowohl bei den klassischen kulturwirtschaftlichen als auch bei den kreativwirtschaftlichen Branchen vertreten.

Arbeitsplätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Anzahl der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München erreichte mit 117.000 Menschen im Jahr 2010 einen neuen Höchststand. Dies entspricht einem Anteil von 5 Prozent an der Gesamtbeschäftigtenzahl der Metropolregion. Deutschlandweit liegt der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich niedriger, bei 3,1 Prozent. Rund 12 Prozent aller deutschlandweit in der Kultur- und Kreativwirtschaft Beschäftigten sind in der Metropolregion München tätig. Hiervon entfällt mit 32.500 Beschäftigten

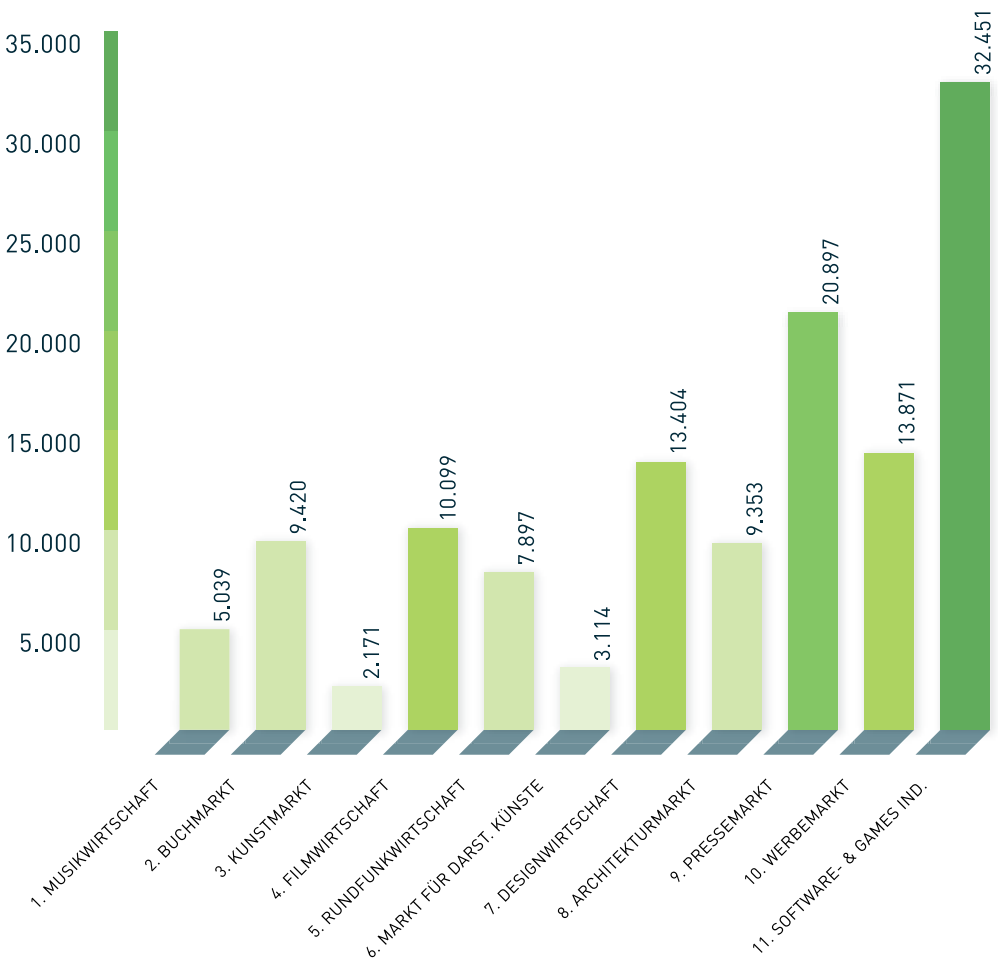
ein starker Anteil auf die Software-/Games-Industrie, gefolgt von Pressemarkt (20.900), Werbemarkt (13.900) und Designwirtschaft (13.400).

Diese Zahlen beziehen sich auf existenzsichernde Arbeitsplätze sowie Selbständige mit einem Jahresumsatz von mindestens 17.500 Euro¹. Rund 75 Prozent der Beschäftigten arbeiten in sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen, ca. 25 Prozent selbständig. Den höchsten Anteil an Selbständigen verzeichnen die Bereiche Architektur, Design, darstellende Künste und der Kunstmarkt.

¹⁾ Darüber hinaus dürften Schätzungen zufolge ca. 68.000 geringfügig Tätige in der EMM-Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt sein.

Abb. 2
Kennzahlen zum Erwerbstätigenmarkt nach Teilmärkten 2010

Anzahl der Erwerbstätigen



GROSSE STADT, STARKES LAND

Partner in Sachen Kultur- und Kreativwirtschaft.

Von den insgesamt 29.211¹ in der Metropolregion München ansässigen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind 14.247 Unternehmen und somit 48,9 Prozent außerhalb der Stadt München zu finden. Hierin zeigt sich eine sehr ausgeglichene Gewichtung zwischen Metropole und Region.

Ein gutes Beispiel ist der Landkreis Starnberg: Selbstständige und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft machen 11,9 Prozent der Gesamtwirtschaft des Landkreises aus, 1.120 Unternehmen der Branche sind dort ansässig. Zu den Schwerpunkten der dortigen Kultur- und Kreativwirtschaft zählen der Pressemarkt und die Designwirtschaft, die mit jeweils knapp 170 Selbständigen und Unternehmen an der Spitze liegen, gefolgt von Werbemarkt und Architekturmarkt mit jeweils rund 160 Selbständigen und Unternehmen sowie der Software-/Games-Industrie, die mit knapp 150 Unternehmen an fünfter Position liegt. An diesem Beispiel zeigt sich, wie breit auch die Kultur- und Kreativwirtschaft jenseits der Metropole aufgestellt ist.

¹⁾ In der hier vorliegenden Berechnung ist der Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, Briefmarken, Münzen und Geschenken zu 100 Prozent enthalten, was die Gesamtwerte für die EMM und München leicht erhöht.

„Mit Innovationsgeist und Kreativität liefert uns die Kulturwirtschaft im Ländlichen Raum die wichtigsten Grundlagen unserer Zukunftsfähigkeit! Dafür bieten wir Kulturschaffenden optimale Entfaltungsmöglichkeiten und ein enormes wirtschaftliches Potenzial.“

Johann Fleschhut, Landrat des Kreises Ostallgäu

Schon lange ist die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht mehr nur ein Thema der Städte. Unternehmen im ländlichen Raum stehen mit jenen in den Ballungsräumen der Metropolregion München in enger wirtschaftlicher Verbindung – und dies nicht nur, weil Kultur- und Kreativwirtschaftsschaffende die Ballungsräume verlassen, um von den niedrigeren Kosten im ländlichen Raum zu profitieren. In einer Mehrzahl der zur Metropolregion München gehö-

renden Landkreise haben sich tragfähige Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft herausgebildet.

In Städten wie Augsburg oder Ingolstadt besteht eine enge Verbindung der dort ansässigen Kultur- und Kreativwirtschaftsbetriebe zu klassischen Industrien, die

als Auftraggeber fungieren. Ebenso ist dies in Regionen der Fall, in denen große Unternehmen ansässig sind oder eine bedeutende Niederlassung besitzen. Nicht zu unterschätzen sind aber die wirtschaftlichen Effekte innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaftsbranche selbst. So ist diese nicht nur auf Aufträge aus anderen Wirtschaftszweigen wie der Industrie angewiesen, sondern generiert einen erheblichen Anteil ihrer Umsätze innerhalb der eigenen Branche. Insbesondere im ländlichen Raum sind solche brancheninternen Wirtschaftskreisläufe zu finden, die in manchen Regionen zur Herausbildung von Künstlerkolonien oder Gruppen von Kunst- und Kulturschaffenden führen.

DER INTERNATIONALE VERGLEICH

Nachdem die Studienergebnisse die herausragende Position der Metropolregion München im nationalen Vergleich belegt haben, soll an dieser Stelle der Blick über den nationalen Tellerrand erfolgen: in Form eines internationalen Vergleichs mit den metropoliten Räumen Amsterdam, Barcelona, Mailand und Wien¹.

Die Region Mailand führt in absoluten Zahlen diesen Vergleich mit 8,3 Milliarden Euro Bruttowertschöpfung in 2010 an, gefolgt von der Region München mit 7,8 Milliarden. Um die tatsächliche Stärke der Kultur- und Kreativwirtschaft im regionalen Vergleich beurteilen zu können, müssen diese Zahlen aber in Relation zur jeweiligen Bevölkerungszahl gesetzt werden. Dann zeigt sich, dass die Region Amsterdam mit 2,2 Millionen Euro Bruttowertschöpfung pro tausend Einwohner den höchsten Wert erwirtschaftet, gefolgt von der Region München mit 1,8 Millionen Euro (Barcelona, Mailand, Wien: 700.000 bis 900.000 Euro). Diese Werte für die Regionen Amsterdam und München werden durch den Vergleich in den Bereichen Erwerbstätige und Löhne/Gehälter bestätigt: So sind in der Amsterdamer Kultur- und Kreativwirtschaft rund 35,6 Erwerbstätige pro tausend Einwohner beschäftigt, in der Region München liegt der Vergleichswert bei 27 Erwerbstätigen, in den übrigen drei Regionen sind es zwischen 16 und 17,5. Auch bei den im Jahr 2010 erzielten Löhnen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Amsterdam (1,2 Millionen pro tausend Einwohner) und München (1 Million) führend. Die drei Wettbewerber erzielen lediglich Werte unter 600.000 Euro pro tausend Einwohner.

Aus diesen Vergleichswerten zeigt sich: Amsterdam

nimmt eine Spitzenstellung unter den fünf Vergleichsregionen ein. Dies dürfte unter anderem darauf zurückzuführen sein, dass die Region seit Jahren intensive Anstrengungen zur Entwicklung der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft unternimmt. Ein weiterer Erfolgsfaktor: Die Amsterdamer Kultur- und Kreativwirtschaft ist durch eine starke internationale Ausrichtung geprägt. Zusammenfassend kann festgehalten werden: In der relativen Betrachtung liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft der Region München hinter Amsterdam an zweiter Position. Die Münchner Kultur- und Kreativwirtschaftsregion könnte aus Sicht der Autoren der Studie eine deutliche Wachstumsdynamik entfachen, wenn sie sich insbesondere in Sachen Internationalität die Region Amsterdam zum Vorbild nimmt. Betrachtet man die einzelnen Wirtschaftsgruppen, ergibt sich ein Befund, der die Stärke der Region München sichtbar macht: In drei von sechs Wirtschaftsbereichen² liegt die Region bereits heute an der Spitze aller fünf Regionen.

¹⁾ Um diesen Vergleich anstellen zu können war es nötig, als Datenbasis so genannte NUTS-2-Regionen nach dem Eurostat-System heranzuziehen, um eine statistisch einheitliche Basis nutzen zu können. Somit wurden untersucht: Amsterdam/Noord-Holland, Barcelona/Cataluña, Mailand/Lombardia, München/Oberbayern, Wien/Niederösterreich, welche auf Basis von Vorinformationen ausgewählt wurden. Im Gegensatz zu den in der restlichen Studie definierten elf Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft wurden Daten über sechs Eurostat-Wirtschaftsgruppen herangezogen: Buch-/Presseverlage, Film-/Musikwirtschaft, Rundfunkmarkt, Softwarewirtschaft/Informationstechnologie, Werbung und Marktforschung, Design und ähnliche Dienstleistungen.

²⁾ Buch-/Presseverlage, Rundfunkmarkt, Softwarewirtschaft/Informationstechnologie

EXKURS

Selbständige Künstler- und Kulturberufe in der Landeshauptstadt München¹

In ihrer Untersuchung zeigen die Autoren der Studie auf, dass die rund 22.500 in München tätigen Selbständigen in Künstler- und Kulturberufen in München das Herzstück der Kultur- und Kreativwirtschaft darstellen. Ihr Beitrag, der „schöpferische Akt“ selbst, bildet den Ausgangspunkt aller Verwertungsschritte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ohne sie hätte keine Filmfirma, kein Musikkon-

zern, kein Buchverlag und kein Galerist eine Arbeitsbasis. Allerdings wird die besondere Stellung der Künstler- und Kulturberufe nicht ohne weiteres akzeptiert, ihnen wird häufig nur die Rolle von Zulieferern zugeschrieben. Die Gründe hierfür liegen darin, dass die Gruppe der Kreativen und KünstlerInnen nach rein ökonomischen Maßstäben ein geringes Gewicht mitbringt. So haben trotz der erfreulich hohen Zahl professioneller Selbständiger beinahe zwei Drittel der Kunst- und Kulturschaffenden in der bayerischen Landeshauptstadt einen Jahresumsatz von

weniger als 17.500 Euro. Auch mangelt es häufig an organisatorischen Strukturen, um Verwertern gegenüber als gleichberechtigte Verhandlungspartner auftreten zu können. Die kreative Vielfalt droht zudem zum Nachteil zu werden, so die Autoren der Studie, wenn ein vermeintliches Überangebot zu Unübersichtlichkeit führt und die Position von professionell ausgebildeten Kunst- und Kulturschaffenden zusätzlich schwächt.

Aus Sicht der Studie sind verstärkte Informationsbemühungen zur wirtschaftlichen Lage der Kulturberufe ein

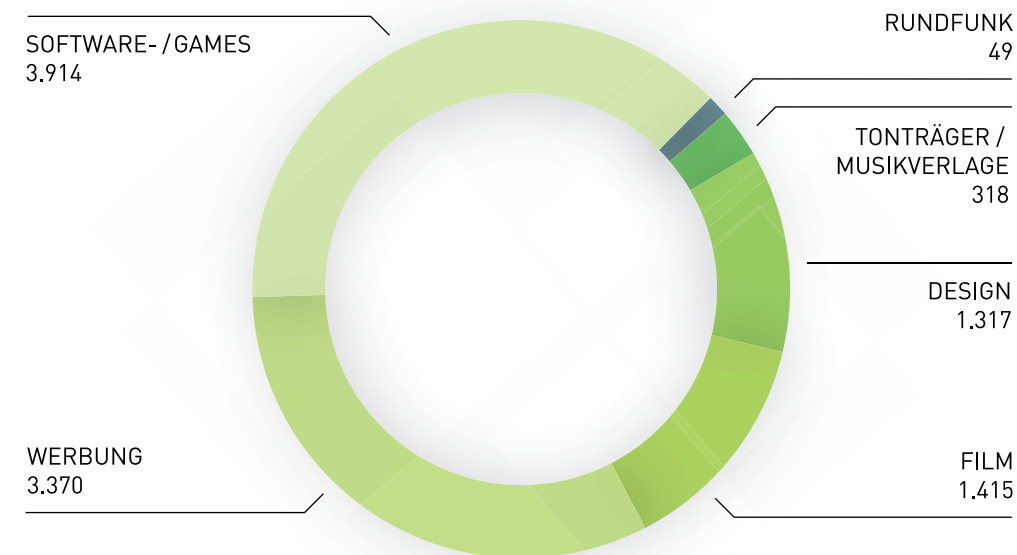
erster Schritt, das Ungleichgewicht zwischen wesentlichem Beitrag und mangelnder Wertschätzung zu verringern und den Urhebern kreativer Leistungen die angemessene Aufmerksamkeit zu verschaffen. In Folge sind spürbare Handlungsschritte und sichtbare Maßnahmen unabdingbar.

¹⁾ Dieser Studienteil wurde auf Anregung des Kulturreferats der Stadt München beauftragt. Daher wurden ausschließlich Selbständige in Künstler- und Kulturberufen in der Landeshauptstadt betrachtet. Implikationen für die gesamte Metropolregion lassen sich aber sicherlich ableiten.

Abb. 3

Anzahl der Medienunternehmen in der EMM

Kennzahlen zur Unternehmenslandschaft nach Teilgruppen 2010



Rundfunk, Film und Software/Games starke Einzelmärkte

Die Medienwirtschaft¹ hat an der starken Stellung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der EMM und im nationalen wie internationalen Vergleich einen herausragenden Anteil und stellt ihren bedeutendsten Teilmarkt dar. Gemessen an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit erzielte die Gruppe der Medien mit einem Gesamt-Jahresumsatz in Höhe von rund 12,6 Mrd. Euro in 2010 einen Anteil von knapp 64 Prozent des gesamten Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion. Von den 29.200 in der Metropolregion München ansässigen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind 10.400 der Gruppe der Medien zuzurechnen. Diese Relation ist ein Hinweis auf die Konzentration großer Unternehmen, die die Gruppe der Medien prägen.

Betrachtet man die einzelnen Teilmärkte, sind gemessen an der Wirtschaftskraft (jährlicher Umsatz) die Bereiche Software/Games (4,1 Mrd.), Rundfunk (3,2 Mrd.), Werbung (2,5 Mrd.) und Film (2,4 Mrd.) führend. Sehr positiv stellt sich auch die Entwicklungstendenz der EMM-Medienlandschaft dar: Mit Ausnahme des Bereiches Software/Games konnten im untersuchten Zeitraum alle Teil-

gruppen Umsatzzuwächse verbuchen.

Besonders beachtlich ist die Dominanz der EMM-Rundfunkwirtschaft im bundesweiten Vergleich: 50 Prozent der deutschen Rundfunkumsätze wurden 2010 in der Metropolregion München erzielt. Ähnlich stark präsentiert sich die EMM-Filmwirtschaft: Diese bringt es auf einen Anteil von 32 Prozent. Rundfunk und Filmwirtschaft in der EMM sind bundesweit somit von prägender Bedeutung. Einen wichtigen Teilaspekt bei der Untersuchung einer Wirtschaftsbranche, in diesem Fall der Kultur- und Kreativwirtschaft, stellt auch die Frage dar, wie viele Erwerbstätige durch sie ihr Einkommen bestreiten können. Innerhalb der Medienwirtschaft in der Metropolregion München sind dies insgesamt 62.700, wobei die Software- und Games-Unternehmen mit 31.700 Erwerbstätigen mit Abstand die meisten Arbeitsplätze zur Verfügung stellen.

¹⁾ Sechs Teilgruppen der Medienwirtschaft wurden untersucht: Design, Film, Rundfunk, Software/Games, Tonträger/Musikverlage, Werbung. Nicht einbezogen wurden in der Erhebung printbezogene Wirtschaftszweige (z.B. Buch-, Pressemarkt) sowie selbständige KünstlerInnen und JournalistInnen. Der Fokus lag auf den audiovisuellen Medien, da diese in bisherigen Untersuchungen nicht repräsentiert gewesen waren. Es wurden ausschließlich Unternehmen einbezogen, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind, was bedeutet, dass Daten über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht hinzugezogen wurden.

Als Vorstandsvorsitzender der Europäischen Metropolregion München e.V. und Oberbürgermeister der Landeshauptstadt München:



„Ich wünsche mir, dass weiterhin möglichst viele kreative Menschen in der Metropolregion München ihr Unternehmen gründen. Die beständige Erneuerung ist ein wesentliches Merkmal dieser Branche. Nur durch neue Ideen, die ihre unternehmerische Umsetzung finden, kann die beeindruckende Zahl und Vielfalt an Kultur- und Kreativunternehmen erhalten bleiben.“

Christian Ude

Als Geschäftsführerin der Designagentur schnellervorlauf GmbH, Ingolstadt:



„Ich wünsche mir, dass sich Kreative auch zu kleineren Großstädten bekennen, dort leben und arbeiten und so die „kreative Landflucht“ umkehren.“

Siegrid Diewald

Als Konzeptentwickler für Raumnutzungen - Veranstalter und Betreiber Art Babel, Puerto Giesing, München:



„Wir wollen ein München der vielen Kreativorte, an denen Kreative aus unterschiedlichen Bereichen Büros, Showrooms und Veranstaltungsräume haben, um sich über Disziplinengrenzen hinweg vernetzen zu können. Solche Orte aufzubauen geht nur, wenn Politik, Unternehmen und die Kreativen selbst zusammenkommen. Das zu schaffen ist unser Wunsch.“

Patrick Gruban und Zehra Spindler

Als Geschäftsführer des Computerspielentwicklers Reality Twist, München:



„Ich würde mir wünschen, dass die Münchner Spielebranche durch die aktuellen Maßnahmen zum international anerkannten Player wird!“

Clemens Hochreiter

In Kooperation mit:

FFF Bayern



Industrie- und Handelskammer für
München und Oberbayern



Landeshauptstadt
München
**Referat für Arbeit
und Wirtschaft**
Kulturreferat

INNPRESSUM

Herausgeber:

Europäische Metropolregion München e.V.
Geschäftsstelle
Kardinal-Döpfner-Straße 8
80333 München

Vorstandsvorsitzender:

Christian Ude, Oberbürgermeister
der Landeshauptstadt München

Kontakt:

Tel + 49 (0) 89 – 452 05 60 – 10
Fax + 49 (0) 89 – 452 05 60 – 20
info@metropolregion-muenchen.eu
www.metropolregion-muenchen.eu

Studiendurchführung:

Michael Söndermann,
Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Redaktion:

Anja Birkle,
Europäische Metropolregion München e.V.

Gestaltung:

Joseph & Sebastian - Büro für Gestaltung, München

Druck:

Druckerei Makowski, München



Die AG Wirtschaft arbeitet dafür, die herausragenden Stärken der gesamten Metropolregion München, ihre Attraktivität für Unternehmen und Fachkräfte und ihre weltweite Sichtbarkeit zu erhalten und auszubauen. Die kreativen Branchen gehören derzeit zu jenen, die im Fokus der AG Wirtschaft stehen.



Kultur ist für die Identität einer Region ebenso von entscheidender Bedeutung wie für ihre Wirkung nach außen. Daher arbeitet die Arbeitsgruppe Kultur und Sport der Metropolregion München an der Schaffung eines Netzwerkes, das die Kooperation in kulturellen Belangen fördert.



Die komplette Studie unter:
www.metropolregion-muenchen.eu/kuk