

Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München 2016

Auftraggeber:

Europäische Metropolregion München e.V.

mit Unterstützung des FilmFernsehFonds Bayern, der Landeshauptstadt
München (Kulturreferat und Referat für Arbeit und Wirtschaft),
der IHK für München und Oberbayern sowie der Handwerkskammer für
München und Oberbayern

Auftragnehmer:

Michael Söndermann

Büro für Kulturwirtschaftsforschung
Köln

INHALT

1	Einleitung	7
1.1	Leitfragen	7
1.2	Definition und Vergleichbarkeit	8
1.3	Neue Untersuchungsschwerpunkte	10
2	Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Überblick (Kern- und Minibereich)	13
2.1	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft (Kern- und Minibereich)	13
2.2	Branchenschwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft (Kernbereich)	18
2.3	Kleine Kultur- und Kreativwirtschaft (Minibereich)	30
2.4	Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft (Kern- und Minibereich)	37
2.5	Selbständige Künstler- und Kulturberufe (Kern- und Minibereich)	47
3	Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München (Kernbereich)	57
3.1	Musikwirtschaft (Kernbereich)	59
3.2	Buchmarkt (Kernbereich)	63
3.3	Kunstmarkt (Kernbereich)	66
3.4	Filmwirtschaft (Kernbereich)	69
3.5	Rundfunkwirtschaft (Kernbereich)	73
3.6	Markt für darstellende Künste (Kernbereich)	76
3.7	Designwirtschaft (Kernbereich)	80
3.8	Architekturmarkt (Kernbereich)	84
3.9	Pressemarkt (Kernbereich)	87
3.10	Werbemarkt (Kernbereich)	90
3.11	Software-/Games-Industrie (Kernbereich)	93

4	Zusammenfassung	97
1.1	Empirische Befunde im Überblick	97
1.2	Zentrale Leitthemen für die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München	102
5	Anhang	106
5.1	Quellenangaben	106
5.2	Abgrenzungen	107
5.3	Glossar	109
5.4	Impressum	112

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1-1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft	9
Abb. 1-2: Erweiterte Erfassung der Kultur- und Kreativwirtschaft	11
Abb. 2-1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München, 2013 und 2014* – Kern- und Minibereich	13
Abb. 2-2: Verteilung der Selbständigen/Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München, 2014* – Kernbereich	19
Abb. 2-3: Verteilung der Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München, 2014* – Kernbereich	20
Abb. 2-4: Verteilung der Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München, 2014* – Kernbereich	21
Abb. 2-5: Unternehmensentwicklung der vier größten Teilmärkte der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013/2014* – Kernbereich	23
Abb. 2-6: Umsatzentwicklung der sechs größten Teilmärkte der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013/2014* – Kernbereich	25
Abb. 2-7: Erwerbstätigenentwicklung der vier größten Teilmärkte der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013/2014* – Kernbereich	27
Abb. 2-8: Eckdaten zur kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München nach Teilmärkten, 2014* – Minibereich	30
Abb. 2-9: Verhältnis der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft zum Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München, 2014* – Mini- und Kernbereich	32
Abb. 2-10: Entwicklung der Teilmärkte Designwirtschaft und Werbemarkt in der LH München im Vergleich, 2009 bis 2014* – Minibereich	33
Abb. 2-11: Entwicklung der Teilmärkte Pressemarkt und Software-/Games-Industrie in der LH München im Vergleich, 2009 bis 2014* – Minibereich	34
Abb. 2-12: Freiberufliche Künstlerinnen und Künstler in der LH München in der Künstlersozialkasse, 2009-2014	37
Abb. 2-13: Entwicklung der freiberuflichen Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern im Vergleich der vier Berufsgruppen, 2009 bis 2014 – Kern- und Minibereich	39

Abb. 2-14: Eckdaten zu den Frauen in abhängiger Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München nach Teilmärkten, 2013 und 2014 – Kern- und Minibereich	41
Abb. 2-15: Frauenquote in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München im Vergleich nach Teilmärkten, 2014 – Kern- und Minibereich	42
Abb. 2-16: Entwicklung der Frauen in abhängiger Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München im Vergleich ausgewählter Teilmärkte, 2009 bis 2014 – Kern- und Minibereich	44
Abb. 2-17: Abgrenzung der selbständigen Künstler- und Kulturberufe (WZ 2008)	47
Abb. 2-18: Eckdaten zur Gruppe der selbständigen Künstler- und Kulturberufe in der LH München, 2014* – Kern- und Minibereich	49
Abb. 3-1: Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München nach Teilmärkten, 2013 und 2014* – Kernbereich	58
Abb. 3-2: Strukturdaten der Musikwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich	59
Abb. 3-3: Entwicklung der Musikwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	61
Abb. 3-4: Strukturdaten des Buchmarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich	63
Abb. 3-5: Entwicklung des Buchmarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	64
Abb. 3-6: Strukturdaten des Kunstmarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich	66
Abb. 3-7: Entwicklung des Kunstmarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	67
Abb. 3-8: Strukturdaten der Filmwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich	69
Abb. 3-9: Entwicklung der Filmwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	71
Abb. 3-10: Strukturdaten der Rundfunkwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich	73
Abb. 3-11: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	74
Abb. 3-12: Strukturdaten des Markts für darstellende Künste in der LH München, 2014* – Kernbereich	76

Abb. 3-13: Entwicklung des Markts für darstellende Künste in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	78
Abb. 3-14: Strukturdaten der Designwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich	80
Abb. 3-15: Entwicklung der Designwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	82
Abb. 3-16: Strukturdaten des Architekturmarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich	84
Abb. 3-17: Entwicklung des Architekturmarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	85
Abb. 3-18: Strukturdaten des Pressemarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich	87
Abb. 3-19: Entwicklung des Pressemarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	88
Abb. 3-20: Strukturdaten des Werbemarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich	90
Abb. 3-21: Entwicklung des Werbemarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	91
Abb. 3-22: Strukturdaten der Software-/Games-Industrie in der LH München, 2014* – Kernbereich	93
Abb. 3-23: Entwicklung der Software-/Games-Industrie in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich	95
Abb. 4-1: Herausragende Marktposition der Münchner Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesgebiet in ausgewählten Teilmärkten, 2013	98
Abb. 4-2: Der Lokalisationsquotient der Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München 2010, 2014*	100
Abb. 4-3: Die Wachstumsdynamik der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Vergleich zur Gesamtwirtschaft und zur bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft	103
Abb. 5-1: Statistische Zuordnung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (WZ 2008)	107

1 Einleitung

Im Jahr 2012 hat das Referat Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München das Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln erstmals mit der Durchführung einer Untersuchung zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Landeshauptstadt (LH) München beauftragt. Diese zweite Untersuchung führt diese Arbeit fort.

Die vorliegende Studie untersucht die wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Strukturen und Trends der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Licht der amtlichen Statistik und legt wirtschafts- und kulturelevante Bewertungen vor. Die neuen methodischen Erweiterungen werden im Abschnitt 1.3 näher erläutert.

1.1 Leitfragen

Das Referat Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München hat das Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln mit der Durchführung einer Untersuchung zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München beauftragt.

Die Untersuchung umfasst folgende Forschungsfragen:

1. Welches Gewicht nimmt die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München innerhalb der Gesamtwirtschaft ein?
2. Welche Entwicklung erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet?
3. Welche besonderen Schwerpunkte und Entwicklungen lassen sich in den Teilmärkten beobachten?
4. Welche Strukturen und Trends werden im neu erfassten Bereich der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft (Minibereich) in der LH München sichtbar?
5. Wie stellt sich die Lage der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München dar?
6. Wie stellt sich die Lage der selbständigen Künstler- und Kulturberufe in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München dar?

Damit eine vergleichende Bewertung mit anderen Kulturwirtschaftsberichten in Deutschland und dem Monitoringbericht des Bundes möglich ist, stützt sich diese Studie auf das

Definitionskonzept der Wirtschaftsministerkonferenz (WMK), den sogenannten statistischen Leitfaden zur Kultur- und Kreativwirtschaft.

1.2 Definition und Vergleichbarkeit

Die vorliegende Analyse bezieht sich ausschließlich auf das Gebiet der LH München.

Grundlage der Definition und der Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie ihrer Teilmärkte sind im vorliegenden Datenreport die Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz bei ihren Sitzungen im Juni und Dezember 2009. Diese Empfehlungen wurden im „*Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten*“ konkretisiert. Der Methodenleitfaden wurde im Auftrag der *Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz* vom Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln erstellt und im Oktober 2009 abgeschlossen.

Mit dem Leitfaden liegt eine wichtige Grundlage für die Fortschreibung und Aktualisierung kulturwirtschaftlicher Daten in den Ländern vor. Im vorliegenden Datenreport werden wesentliche Erkenntnisse aus der *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung*, insbesondere aus dem Forschungsgutachten „*Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland*“ aus dem Jahr 2009, wie auch aus dem aktuellen „*Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013*“ vom November 2014 berücksichtigt.

Grundlegend sind dabei folgende Prinzipien:

1. Die Festlegung auf eine verbindliche Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie von der Wirtschaftsministerkonferenz im Jahr 2009 empfohlen, ist der wesentliche Ausgangspunkt.
2. Damit wird eine einheitliche methodische Grundlage verwendet, die eine Vergleichbarkeit der Wirtschafts- und Beschäftigungsdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft ermöglicht, sowohl mit anderen Regionen, als auch mit anderen Bundesländern und mit dem Bundesgebiet.
3. Und nicht zuletzt soll durch die Anbindung an die Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz und die Initiative der Bundesregierung ein Beitrag zur Verstetigung und Versachlichung des noch immer schillernden Themas Kultur- und Kreativwirtschaft geleistet werden.

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

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

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.

Abb. 1-1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Wirtschaftsministerkonferenz (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.“ (WMK (2009))

Zur Feingliederung der statistischen Abgrenzung und zu weiteren methodischen Erläuterungen siehe Abschnitt 5.2 (Anhang).

1.3 Neue Untersuchungsschwerpunkte

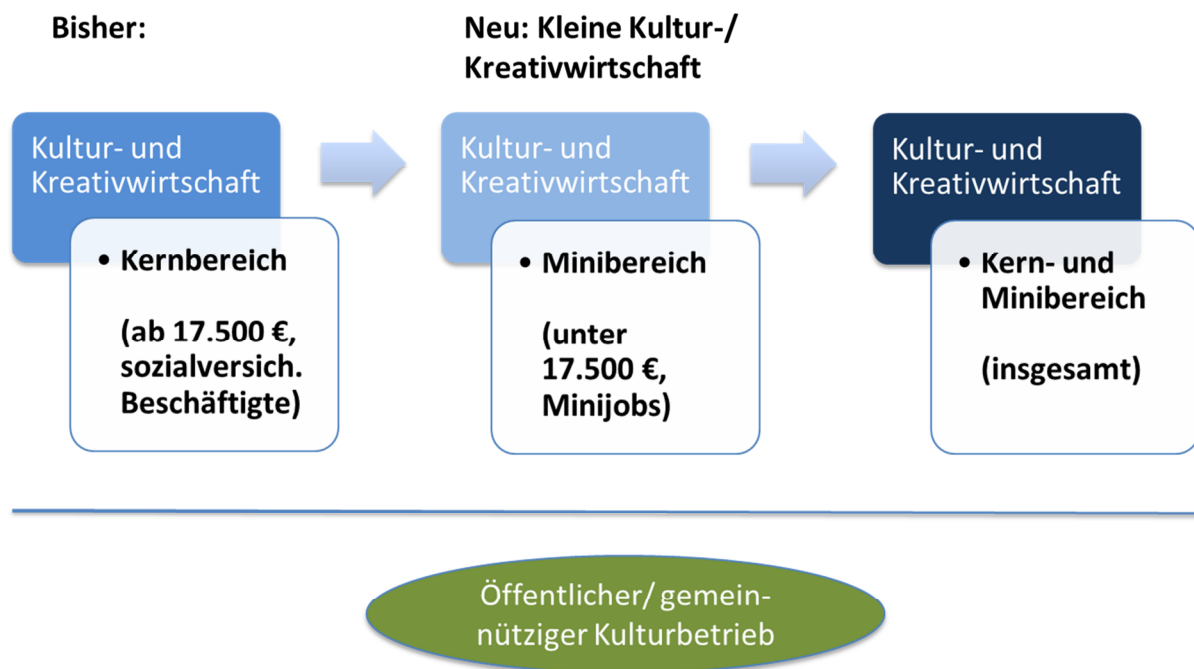
Mit der vorliegenden Analyse zur Kultur- und Kreativwirtschaft werden zusätzlich zu den bisherigen Standardthemen in der Kulturwirtschaftsforschung, erstmals Einblicke in Themenschwerpunkte ermöglicht, die bisher in dieser Weise noch nicht untersucht wurden. Zu diesen zählen die Themen ‚Frauen‘ und ‚Entwicklungsvergleich mit dem Bundesgebiet‘. Hinzu kommt, dass in diesem Datenreport ein erweitertes Analysemodell angewendet wird. Dadurch ist es nun erstmals möglich, über den bisher erfassten Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft hinaus, auch den sogenannten Minibereich zu untersuchen. Dies wird im folgenden Abschnitt erläutert.

Erweitertes Analysemodell

Das erweiterte Analysemodell wird systematisch gegliedert nach

- Kernbereich (bisherige Standarderfassung)
- Minibereich (neue Erfassung)
- Kern- und Minibereich zusammen (neue Erfassung)
- Nachrichtlich: Öffentlicher/gemeinnütziger Kulturbetrieb (neue Erfassung)

Abb. 1-2: Erweiterte Erfassung der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Nach dem **Standardmodell (Kernbereich)** des Monitoringberichts werden bisher die Unternehmenslandschaft (Selbständige und Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz), das wirtschaftliche Volumen (Umsätze) und die Beschäftigungslage in der Kultur- und Kreativwirtschaft untersucht.

Im vorliegenden Bericht nun werden weitere Schwerpunkte einbezogen. Diese werden hier vorgestellt und in den jeweiligen Kapiteln ausführlich beschrieben und erläutert.

Bisher galt die statistisch definiert Untergrenze von 17.500 Euro Jahresumsatz für alle Wirtschaftszweige. Mit dem **Minibereich**, der sogenannten **kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft**, werden nun auch diejenigen Selbständigen erfasst, die weniger als jährlich 17.500 Euro erzielen. Außerdem werden die geringfügig Beschäftigten erfasst (Minijobber). Der Minibereich ist für die Kultur- und Kreativwirtschaft deshalb von großer Relevanz, weil unter den Mini-Selbständigen oftmals kulturell-experimentelle Akteure zu finden sind, die mit neuen Ideen und innovativen Ansätzen die Kultur- und Kreativwirtschaft inspirieren. Dies ist ein besonderes Strukturmerkmal der Kultur- und Kreativwirtschaft, deshalb gehört – im Gegensatz zu anderen Wirtschaftszweigen – die Untersuchung des Minibereichs zum Gesamtbild der Situation, der Entwicklung und der Potenziale in der Kultur- und Kreativwirtschaft dazu. Die Einbeziehung der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft in die Analyse ermöglicht sowohl eine bessere quantitative Erfassung des gesamten Bereichs der Kultur- und Kreativwirtschaft, als auch einen neuen Zugang zur

Bedeutung der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft (Minibereich) als künstlerisch-experimentelles Feld.

Ergänzend werden Beschäftigungspotenziale des öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetriebs erfasst. Dazu zählen in der Regel die öffentlichen und nichtkommerziellen Theater, die haupt- und nebenamtlich geführten Bibliotheken, die Museen und museumsähnlichen Einrichtungen, die Volkshochschulen, die kommunalen und vereinsgetragenen (nichtkommerziellen) Musikschulen, der öffentlich-rechtliche Rundfunk und ähnliche Kultureinrichtungen. Die Auswahl der Kulturbetriebe basiert auf der Auswertung der amtlichen Statistiken und ihrer Zuordnungen zu den verschiedenen Kultursparten, die jedoch nicht immer einheitlich ist. Damit präsentieren die ausgewiesenen Daten nur einen Mindestbestand, der deshalb nur nachrichtlich zum Schwerpunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft dargestellt wird.

Schwerpunkt Frauen

Der neue Schwerpunkt **Frauen** soll die Entwicklung eines standardmäßigen Moduls zur Lage der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft begründen. Dies ermöglicht eine regelmäßige Bewertung der Frauenerwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft, auch in den regionalen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichten.

Entwicklungsvergleich mit dem Bundesgebiet

Außerdem wird ein standardisierter Entwicklungsvergleich mit dem Bundesgebiet die jeweilige Wachstumsdynamik sichtbar machen und die unterschiedlichen Entwicklungen in einzelnen Teilmärkten aufzeigen. Basierend auf dem Basisjahr 2009¹ werden Indexreihen erstellt, die ein schnelles Monitoring der Kultur- und Kreativwirtschaft ermöglichen.

¹ Die Auswahl des Basisjahres 2009 beruht auf der Einführung der Wirtschaftszweigklassifikation (WZ-2008), die die gesamte Volkswirtschaft einheitlich klassifiziert und seit dem Jahr 2009 in allen relevanten Wirtschafts- und Beschäftigungsstatistiken angewendet wird.

2 Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Überblick (Kern- und Minibereich)

Die vorliegende Analyse steht in einem engen Zusammenhang mit dem früheren Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München.

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft (Kern- und Minibereich)

In der folgenden Tabelle wird ein komprimierter Überblick über die Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt nach dem erweiterten Modell dargestellt: Kernbereich, Minibereich und ergänzend öffentlicher/gemeinnütziger Bereich. Dieses erweiterte Analysemodell wird in den kommenden Monaten in der WMK beraten und soll nach Verabschiedung als empfohlenes Standardmodell für die Kultur- und Kreativwirtschaftsforschung eingeführt werden.

Abb. 2-1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München, 2013 und 2014* – Kern- und Minibereich

	Landeshauptstadt München (LHM)		Anteil an der Gesamtwirtschaft	
	2013	2014*	LHM 2013	Bundesgebiet** 2013
I. Kernbereich Kultur- und Kreativwirtschaft				
Selbständige und Unternehmen	15.321	15.347	17,7%	7,6%
Umsatz in Mio. Euro	10.428	10.682	3,8%	2,4%
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	52.714	53.696	7,0%	2,7%
Erwerbstätige (Kernbereich)	68.035	69.043	-	-
II. Minibereich Kultur- und Kreativwirtschaft				
Mini-Selbständige	12.368	12.424	21,7%	(21,2%)*
Mini-Umsatz in Mio. Euro	80	82	16,7%	-
geringfügig Beschäftigte	7.044	7.479	4,9%	4,6%
Erwerbstätige (Minibereich)	19.412	19.903	-	-
I.+II. Kern- u. Minibereich Kultur- und Kreativwirtschaft				
Selbständige und Unternehmen	27.689	27.770	-	-
Umsatz in Mio. Euro	10.508	10.764	-	-
Beschäftigte	59.758	61.176	-	-
Erwerbstätige (Kern- und Minibereich)	87.447	88.946	-	-
III. Beschäftigte im öffentlichen/gemeinnützigen Kulturbetrieb				
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	5.974	6.106	-	-

geringfügig Beschäftigte	476	491	-	-
Beschäftigte insgesamt****	6.450	6.597	-	-
I.-III. Erwerbstätige Kultur-/Kreativwirtschaft einschl. öffentlich/gemeinnütziger Kulturbetrieb	93.897	95.543	-	-

Hinweise zum Kernbereich: Selbständige bzw. Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz; sozialversicherungspflichtig Beschäftigte = Voll- und Teilzeit, aber ohne geringfügige (Mini-) Beschäftigung; Erwerbstätige = Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Kernbereich).
Hinweise zum Minibereich: Mini-Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz; geringfügig (Mini-) Beschäftigte = geringfügig entlohnt Beschäftigte (Mini-Jobs); Mini-Erwerbstätige = Mini-Selbständige und geringfügig Beschäftigte (Minibereich). *Schätzung bzw. vorläufig. **Angaben (Schätzwerte) nach: BMWi (2014): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013, Berlin, S. 5.
***Hoher Bundeswert 21,2% wegen abweichender Berechnungsgrundlage nicht vergleichbar.
****Mindestangaben, zum öffentlichen/gemeinnützigen Kulturbetrieb zählen u.a. öfftl. Theater, Bibliotheken, Museen, VHS, Musikschulen, öfftl.-rechtlicher Rundfunk etc. Summendifferenzen rundungsbedingt.
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Im Folgenden wird der **Kernbereich** der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München vorgestellt, der die selbständigen Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz umfasst und die abhängig Beschäftigten mit sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverträgen. Der Begriff der Erwerbstätigkeit entspricht der Summe der Selbständigen und der abhängig Beschäftigten in diesem Kernbereich.

Die Absolutangaben beziehen sich auf das Wirtschaftsjahr 2013 und auf Schätzungen für das Jahr 2014. Die entsprechenden Anteilswerte für die Kultur- und Kreativwirtschaft werden jedoch nur für das Jahr 2013 ausgewiesen, da die vergleichbaren Bundeswerte² derzeit nur für das Jahr 2013 vorliegen.

Im Jahr 2013 sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft rund 15.320 **Selbständige und Unternehmen** tätig. Ihre Zahl steigt im Jahr 2014 minimal auf schätzungsweise 15.350 an. Ein wichtiges Kriterium für die Konzentration von Selbständigen und Unternehmen in einer Region im Hinblick auf die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ihr Anteil an der jeweiligen Gesamtwirtschaft. Hier erreicht die LH München einen Anteil von 17,7 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft. Im Vergleich dazu liegt der vergleichbare Anteil im Bundesgebiet bei 7,6 Prozent. Damit weist die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München einen überdurchschnittlich hohen Anteilswert auf. Bemerkenswert ist, dass die LH München mit diesem Wert gleichauf mit der Bundeshauptstadt Berlin³ liegt – entgegen der allgemeinen Auffassung, Berlin sei bundesweit der stärkste Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der **Gesamtumsatz** der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt im Jahr 2013 bei rund 10,4 Mrd. Euro. Er steigt im Jahr 2014 schätzungsweise auf rund 10,7 Mrd. Euro an und belegt damit einen Anteil von 3,8 Prozent an der Gesamtwirtschaft der LH München. Im Vergleich zum

² BMWi (2014): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013.

³ Der Anteilswert für Berlin wurde nach gleicher Methodik ermittelt, gemäß Definition der Wirtschaftsministerkonferenz.

Umsatzanteil im Bundesgebiet mit 2,4 Prozent erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München wiederum einen überdurchschnittlich guten Wert. Dieser stützt sich in der LH München entgegen des allgemeinen Trends nicht nur auf die kreativen, sondern auch auf die kulturellen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, insbesondere auf die Filmwirtschaft und den Buchmarkt. Will man die wirtschaftliche Stärke der Kultur- und Kreativwirtschaft (10,4 Mrd. Euro Umsatz) mit konventionellen Münchner Branchen vergleichen, dann liegt sie in der Mitte zwischen der Energiebranche (12,4 Mrd. Euro Umsatz) und der gesamten Elektrizitätsversorgung (9,3 Mrd. Euro Umsatz) des Münchner Gesamtgebiets (alle drei Vergleichswerte gelten für das Jahr 2013).

Rund 53.700 und damit 7,0 Prozent aller **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** der LH München sind im Jahr 2014 in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Der vergleichbare Anteilswert der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt im Bundesgebiet bei 2,7 Prozent. Damit verfügt die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München über einen weit überdurchschnittlich großen Beschäftigungsmarkt im Kernbereich, der allein schon größer ist als der mancher Bundesländer mittlerer Größe. Über die quantitative Größe hinaus, weist der Beschäftigungsmarkt der LH München noch einen weiteren interessanten Aspekt auf. So erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Zuwachs von knapp 2 Prozent an Arbeitsplätzen im Jahr 2014 gegenüber dem Jahr 2013.

Im Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München arbeiten im Jahr 2014 damit also rund 69.000 **Erwerbstätige**, zu denen insgesamt sowohl die Selbständigen als auch die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gehören.

Der nun folgende **Minibereich** der Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst die Selbständigen bis 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Beschäftigten mit geringfügiger Tätigkeit (Minijobs). Der Begriff der Erwerbstätigkeit entspricht auch hier wieder der Summe der Selbständigen und der abhängig Beschäftigten in diesem Minibereich. Der Minibereich wird auch als kleine Kultur- und Kreativwirtschaft bezeichnet.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München sind schätzungsweise rund 12.400 Mini-Selbständige aktiv. Sie erzielen im Jahr 2014 ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 82 Mio. Euro. Im Minibereich sind rund 7.500 geringfügig Beschäftigte tätig. Zusammen erreichen die Mini-Selbständigen und Mini-Beschäftigten im Jahr 2014 eine Größenordnung von rund 19.900 Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München.

Um das Gewicht der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft bewerten zu können, wurde auch der Minibereich für die Gesamtwirtschaft ermittelt. Hier lauten die Schätzdaten für das Jahr 2014: es gibt rund 57.300 Mini-Selbständige in der

Gesamtwirtschaft der LH München, diese erzielen rund 480 Mio. Euro. Zusätzlich können knapp 148.000 geringfügig Beschäftigte in der Gesamtwirtschaft registriert werden.

Ein Blick auf die jeweiligen Anteilswerte der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft der LH München macht deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb des Minibereichs der Gesamtwirtschaft einen herausragenden Platz einnimmt. Rund 22 Prozent der Selbständigen, knapp 17 Prozent des Umsatzes und knapp 5 Prozent der Mini-Beschäftigten können der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet werden. Insbesondere der Selbständigenanteil von knapp 22 Prozent macht die besondere Relevanz des Minibereichs der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich. Damit verfügt die LH München über ein hohes Potenzial, das für die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter erschlossen werden kann.

Für den Kern- und Minibereich zusammen ergeben sich im Jahr 2014 folgende Eckdaten: Die rund 27.800 Selbständigen und Unternehmen erreichen einen Gesamtumsatz von rund 10,8 Mrd. Euro und können damit rund 61.200 abhängig Beschäftigte finanzieren. Insgesamt existieren in der Kultur- und Kreativwirtschaft demnach mehr als 88.900 Erwerbstätige.

Nimmt man die Beschäftigten im öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetrieb in Höhe von rund 6.600 Personen hinzu, können für den Kultur- und Kreativsektor der LH München mehr als 95.500 Erwerbstätige ermittelt werden. Der öffentliche und gemeinnützige Kulturbetrieb umfasst beispielsweise öffentliche Theater, Museen, Bibliotheken oder die öffentlich finanzierten Musikschulen in der LH München.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Insgesamt machen die beschriebenen Zahlen bereits deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft trotz ihrer ausgeprägten Kleinteiligkeit in der Summe zu den beachtenswerten Wirtschaftsbranchen der Gesamtwirtschaft in der LH München gehört. Sie kann eben doch mit den sogenannten Normalarbeitsplätzen – wie sie aus traditioneller Sicht mitunter genannt werden – mithalten. Die folgenden Vergleichszahlen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten⁴ in der LH München können das belegen:

- Das Finanz- und Versicherungsgewerbe bietet 59.300 Arbeitsplätze.
- Das Gesundheitswesen bietet 54.700 Arbeitsplätze.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft bietet 53.700 Arbeitsplätze.

⁴ Die Zahlen sind der Beschäftigungsstatistik 6/2014 entnommen, sie beziehen sich auf die WZ-Gruppen Nr. 86 (Gesundheitswesen) und WZ Nr. K (Finanz- und Versicherungsdienstleistungen).

Bezogen auf die Wirtschaftskraft⁵ liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München bereits mit weitem Abstand vorne:

- Der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München beträgt 10,8 Mrd. Euro.
- Der Umsatz im Finanz- und Versicherungsgewerbe der LH München beträgt 3,5 Mrd. Euro (Bayern insgesamt 11,5 Mrd. Euro).
- Der Umsatz im Gesundheitswesen der LH München beträgt 1,9 Mrd. Euro (Bayern insgesamt 13,8 Mrd. Euro).

Das Volumen der neu erfassten Mini-Selbständigen entspricht den bisherigen Vermutungen: Von den rund 27.800 Selbständigen sind rund 55 Prozent dem Kernbereich zuzurechnen und rund 45 Prozent dem Minibereich, diese 45 Prozent des Minibereichs stellen ein enorm wertvolles Potenzial für die Kultur- und Kreativwirtschaft dar.

Gemessen am Gesamtumsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft scheint der Minibereich insgesamt lediglich marginal zu sein. Je nach Wirtschaftszweig können die Miniumsätze jedoch beträchtlich variieren. So steigt der Anteil bei den selbständigen Künstlern im Minibereich zum Teil auf 10 Prozent und das betrifft Künstler aus den unterschiedlichen kulturellen Teilmärkten. Damit wird durch die Mini-Selbständigen bereits eine substantielle Umsatzgröße erreicht. Andere wiederum, wie z. B. die Mini-Buchverleger, erzielen so geringe Umsätze, dass sie in Verbindung mit den großen Buchverlagsumsätzen keine wirtschaftliche Rolle spielen.

Der öffentliche und gemeinnützige Kulturbetrieb wird in dieser Analyse nur nachrichtlich erfasst, weil das genannte Beschäftigungsvolumen in Höhe von 6.600 Personen lediglich eine Mindestangabe darstellt. Neben den Beschäftigten in Theatern, Museen, Bibliotheken oder Musikschulen gibt es noch eine große Anzahl von Kultureinrichtungen in der LH München, die über die amtliche Statistik bislang nur ungenügend erfasst werden – insbesondere, wenn man neben den regulären auch die vielen temporären Beschäftigungsverhältnissen bedenkt.

Die Kennzahlen in allen drei untersuchten Bereichen – Selbständige/Unternehmen, Wirtschaftsleistung und Beschäftigung – lassen erkennen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München über ein enormes Volumen verfügt.

⁵ Die Zahlen für die LH München und für Bayern sind aus der Umsatzsteuerstatistik 2013 für die LH München und das Land Bayern erhoben und beziehen sich ebenfalls auf die WZ-Gruppen Nr. 86 und K.

2.2 Branchenschwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft (Kernbereich)

Der folgende Überblick stellt die Haupttrends und die fachlichen Schwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München dar.

Die elf Teilmärkte prägen die Binnenstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft auf besondere Weise. Um ihren Umfang hinsichtlich der Anzahl von Unternehmen und Selbständigen, des Umsatzes 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.

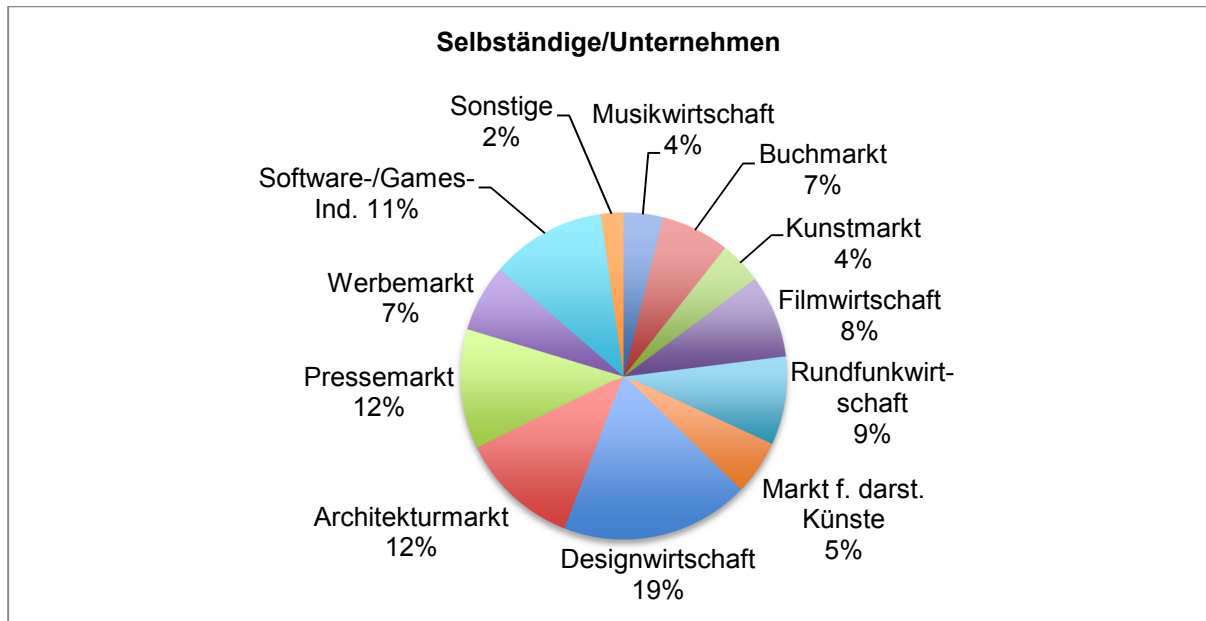
Bei der Betrachtung der Verteilung zeigt sich, dass je nach Fragestellung die Teilmärkte unterschiedlich zu bewerten sind und so divergierende Rankings entstehen.

In vielen Regionen Deutschlands entwickelt sich die regionale Kultur- und Kreativwirtschaft in der Regel zweigeteilt: zu den mehr kulturell orientierten Branchen zählen die weitgehend kleineren Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft und Markt für darstellende Künste. Zum anderen gibt es die größeren mehr kreativ orientierten Teilmärkte mit der Designwirtschaft, dem Architekturmarkt, dem Pressemarkt, dem Werbemarkt und der Software-/Games-Industrie.

Verteilung

In den folgenden drei Abbildungen zur Verteilung werden die Anteile der Teilmärkte an der Erwerbstätigkeit, an den Umsätzen und an der Beschäftigung innerhalb des Kernbereichs der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Jahr 2014 dargestellt und jeweils erläutert.

Abb. 2-2: Verteilung der Selbständigen/Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München, 2014* – Kernbereich

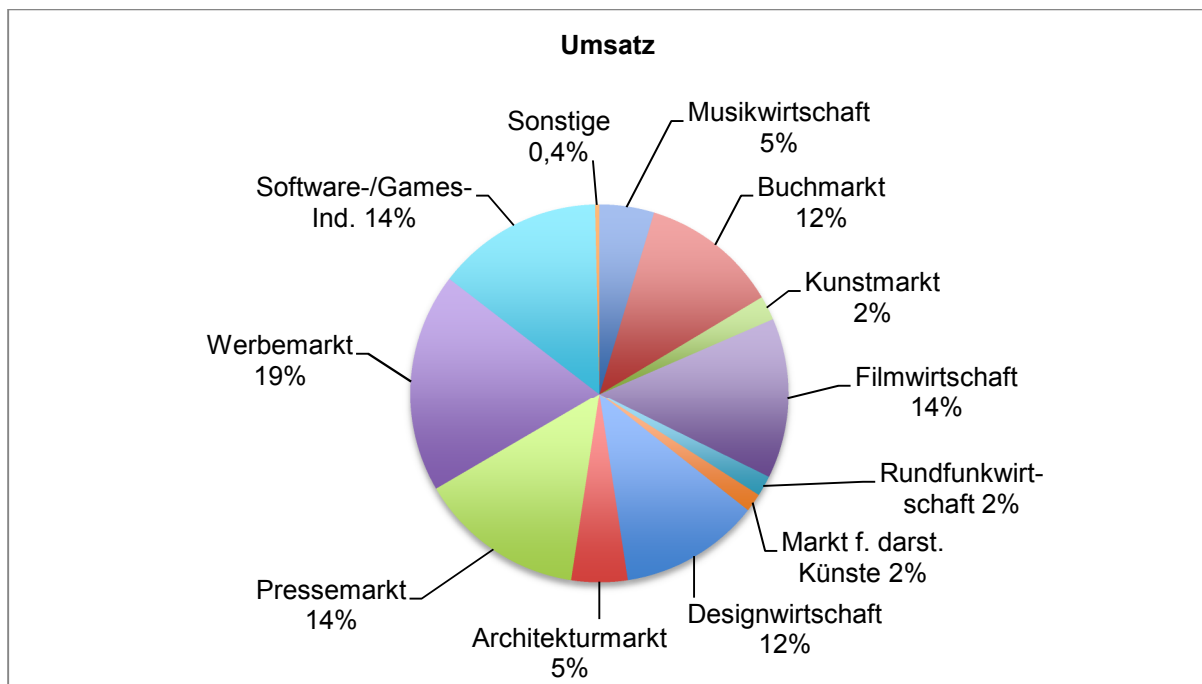


Hinweis zum Kernbereich: Selbständige bzw. Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz.
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

In der Abbildung zu den **Selbständigen/Unternehmen** ist deutlich zu erkennen, dass die mehr kulturellen Teilmärkte, wie die Musikwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt, die Filmwirtschaft, die Rundfunkwirtschaft und der Markt für darstellende Künste mit Anteilswerten von 4 bis 9 Prozent zu den kleineren Teilmärkten zählen.

Die Designwirtschaft mit einem Anteil von 19 Prozent ist der größte unter allen elf Teilmärkten gefolgt von den Teilmärkten Architekturmarkt, Software-/Games-Industrie und Pressemarkt mit jeweils 11 bis 12 Prozent Anteilen, der Werbemarkt erreicht 7 Prozent Anteil. Möglicherweise nehmen die beiden Teilmärkte Designwirtschaft und Software-/Games-Industrie zukünftig noch einen größeren Platz ein, wenn man das zu beobachtende Wachstum dieser beiden Teilmärkte in Rechnung stellt, das sich bei der späteren Abbildung zur Entwicklung der Selbständigen/Unternehmen zeigt.

Abb. 2-3: Verteilung der Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München, 2014*
– Kernbereich



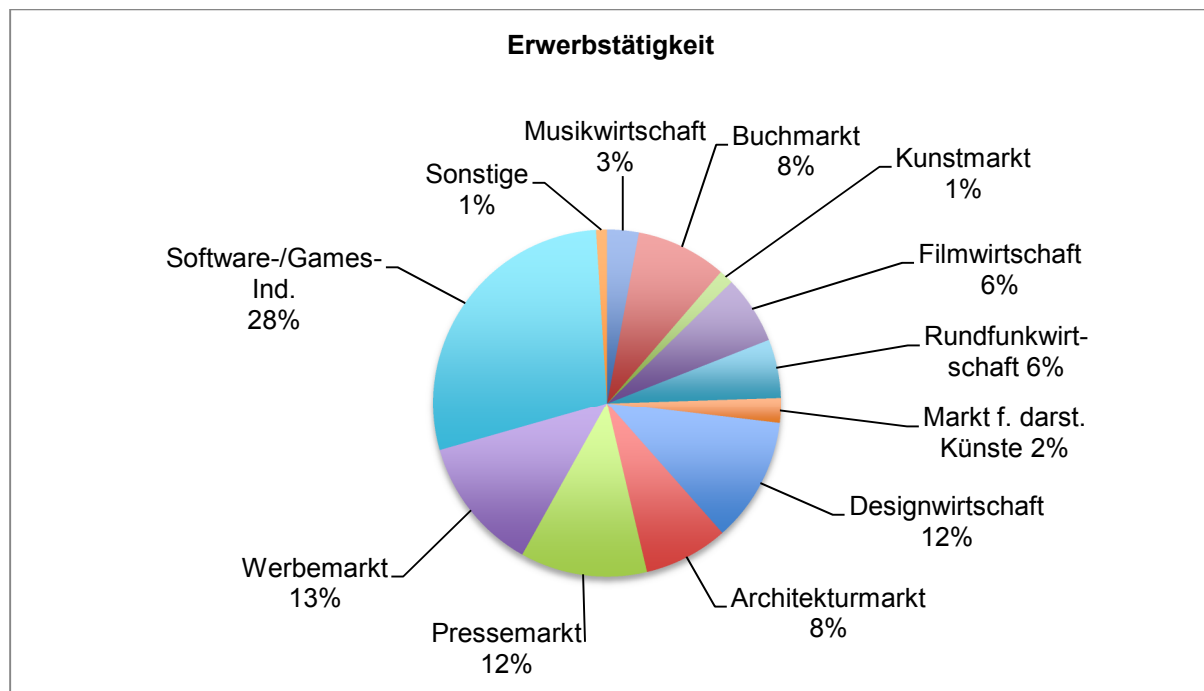
Hinweis zum Kernbereich: Umsatz ab 17.500 Euro.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Verteilung der Anteile am **Umsatz** zeigt bereits ein anderes Bild. An der Spitze der wirtschaftsstärksten Teilmärkte steht der Werbemarkt mit 19 Prozent Anteil an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München. Es folgen die Teilmärkte Filmwirtschaft, Pressemarkt und Software-/Games-Industrie, die jeweils 14 Prozent Anteil am Umsatz belegen. Die Designwirtschaft und der Buchmarkt folgen mit 12 Prozent.

Im Unterschied zum Profil der Unternehmenslandschaft sind bei den wirtschaftsstarken Teilmärkten sowohl die klassischen kulturwirtschaftlichen als auch die kreativwirtschaftlichen Branchen vertreten. Es ist hier kein einzelner Teilmarkt erkennbar, der die Kultur- und Kreativwirtschaft als Ganzes dominieren würde. Diese relativ breite Verteilung der Wirtschaftskraft auf die verschiedenen Teilmärkte wirkt sich stabilisierend auf die Gesamtlage der Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Die selten ausgewogene Balance zwischen kulturellen und kreativen Teilmärkten in der LH München wurde bereits im ersten Datenreport (EMM (2012)) beobachtet und wird durch die vorliegende neue Auswertung der Umsatzdaten bestätigt.

Abb. 2-4: Verteilung der Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München, 2014* – Kernbereich



Hinweis zum Kernbereich: Erwerbstätige = Summe aus Selbständige bzw. Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Beim Blick auf den **Erwerbstätigenmarkt** fällt die aus anderen Untersuchungen bereits bekannte Dominanz der Software-/Games-Industrie auf. Mit rund 28 Prozent aller Erwerbstätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt dieser Teilmarkt an der Spitze. In deutlichem Abstand folgen der Werbemarkt mit 13 Prozent sowie der Pressemarkt und die Designwirtschaft mit jeweils 12 Prozent Anteilen.

Der Erwerbstätigenmarkt wird durch rund 22 Prozent Selbständige und rund 78 Prozent sozialversicherungspflichtig Beschäftigte geprägt. Damit ist der Anteil der Selbständigen gegenüber dem Jahr 2009 um vier Prozentpunkte gefallen, damals lag die Selbständigenquote noch bei 26 Prozent. Diese Absenkung verweist auf einen steigenden Trend bei den Beschäftigungszahlen bei gleichzeitiger relativer Stagnation der Selbständigenzahlen. Das Gesamtbild der Kultur- und Kreativwirtschaft weicht allerdings weiterhin deutlich von der üblichen Verteilung in der Wirtschaft ab, in der lediglich etwas mehr als 10 Prozent aller Erwerbstätigen als Selbständige und knapp 90 Prozent als sozialversicherungspflichtig Beschäftigte arbeiten.

Betrachtet man nun die einzelnen Teilmärkte, lassen sich erhebliche Unterschiede im Verteilungsmuster erkennen.

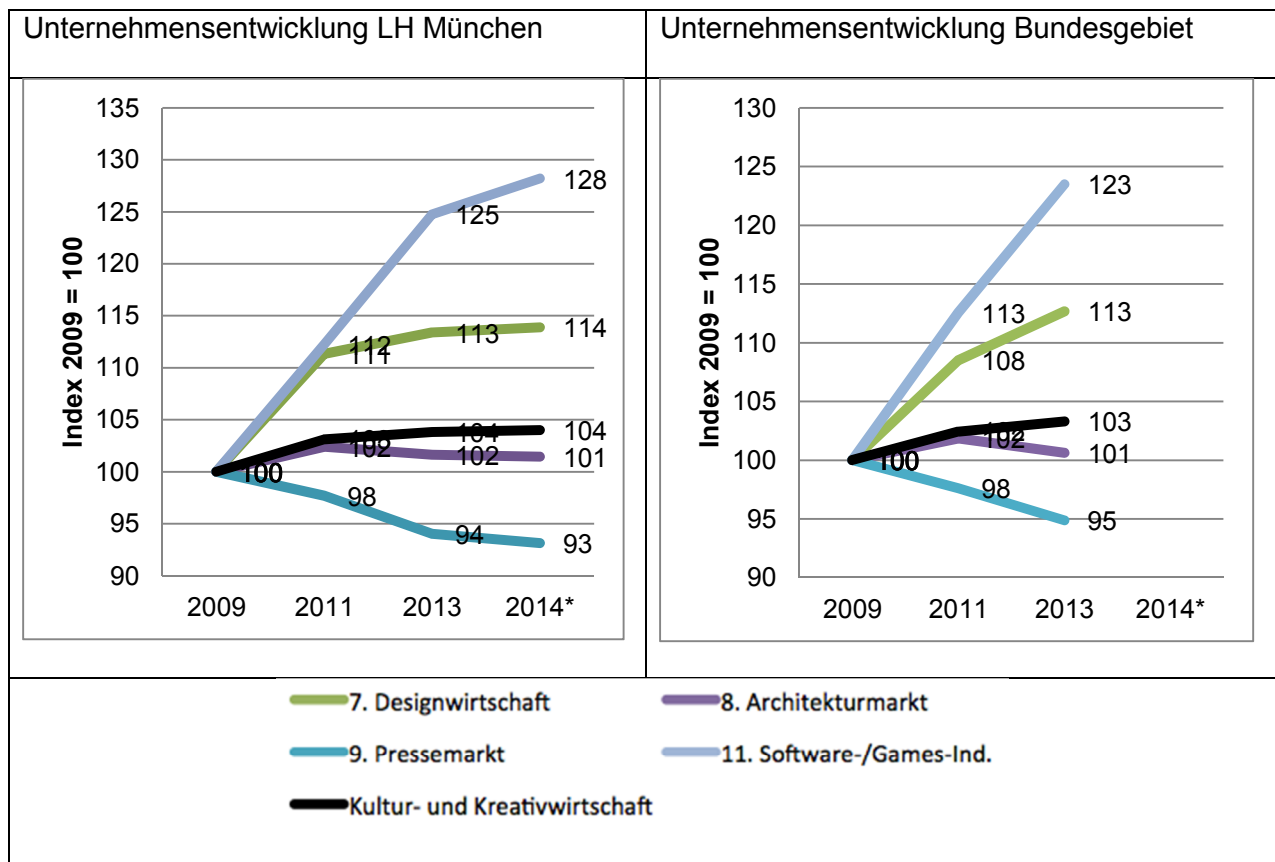
Im Gegensatz zum wirtschaftlich ausgeglichenen Profil der elf Teilmärkte wird bei der Erwerbstätigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Dominanz der Software-/Games-Industrie erkennbar. Solange dieser Teilmarkt steigende Beschäftigungszahlen vorweisen kann (wie unten dargestellt), wird auch der Gesamtmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft positive Effekte aufweisen. Bei einer ausbleibenden Wachstumsdynamik der Software-/Games-Industrie müssten die anderen Teilmärkte jedoch erhebliche Anstrengungen unternehmen, um die Erwerbstätigenzahlen auszugleichen.

Entwicklung

Beim Überblick über die **Entwicklung** werden die größeren Teilmärkte zugrunde gelegt, zu denen je nach Bereich die Teilmärkte Buchmarkt, Filmwirtschaft, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt und Software-/Games-Industrie zählen. Die Entwicklungskurven der einzelnen Teilmärkte zeigen deutlich die starken Schwankungen im Vergleichszeitraum von 2009 bis 2013/2014. Die Wirtschaftskrise im Jahr 2009 hat offenbar zu starken Bewegungen in den Folgejahren geführt. Dies wird auch im Vergleich zum Bundesgebiet sichtbar. So sind die Trends in der LH München insbesondere bei der wirtschaftlichen Entwicklung und bei der Erwerbstätigenentwicklung deutlich stärker ausgeprägt als im Bundesgebiet.

Die nun folgenden drei Abbildungen zeigen die Entwicklung der Unternehmen, der Umsätze und der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft jeweils im Vergleich der LH München zum Bundesgebiet. Zu beachten ist bei diesem Vergleich, dass der aktuelle Monitoringbericht für das Bundesgebiet nur bis zum Jahr 2013 informiert. Die Analyse des vorliegenden Datenreports für die LH München stellt hingegen die Entwicklungen bis zum Jahr 2014 dar.

Abb. 2-5: Unternehmensentwicklung der vier größten Teilmärkte der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013/2014* – Kernbereich



Hinweis: Schätzung bzw. vorläufig; Auswahl der Teilmärkte mit jeweils mehr als 10 Prozent Anteil an den Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München; Schätzwerte 2014* für Bundesgebiet liegen noch nicht vor, siehe Bundesmonitoring (BMWI (2014)).

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

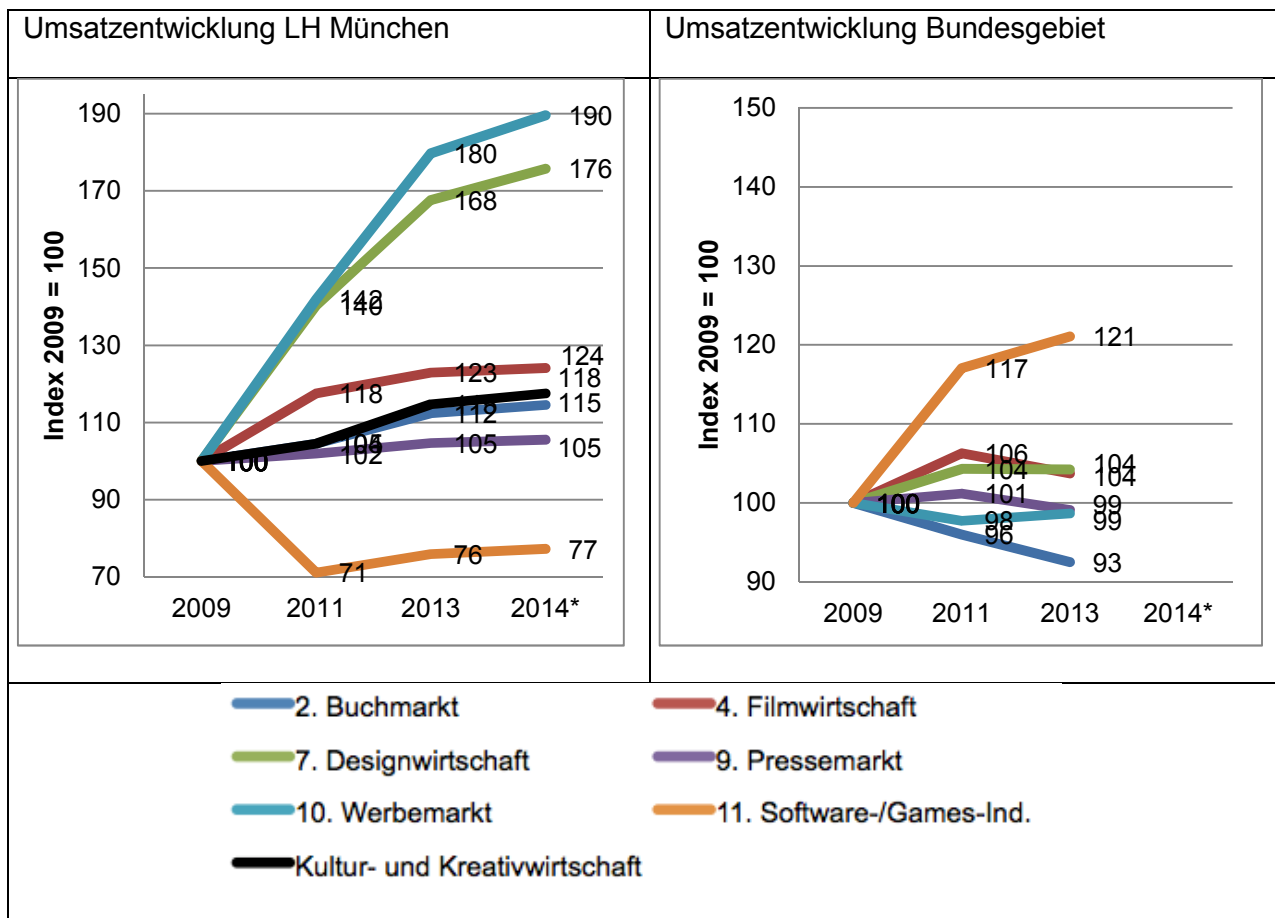
Die **Unternehmensentwicklung** der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München erreicht im Vergleichszeitraum 2009 bis 2014 mit 4 Prozent insgesamt nur ein geringes Wachstum. Dies stellt im Vergleich zum Wachstum der früheren Jahre nahezu eine Stagnation dar. Ist hier im Verlauf der fünf Jahre von 2009 bis 2014 insgesamt ein vierprozentiges Wachstum zu beobachten, so lag der Anstieg der Unternehmenszahlen vor der Wirtschaftskrise in den Jahren 2008/2009 bei einem Wachstum von zwei bis drei Prozent in jedem Jahr.

Allerdings zeigt der Vergleich mit dem Bundesgebiet, dass auch bundesweit kaum eine Wachstumsdynamik erkennbar ist. Der Bundeszuwachs erreicht lediglich 3 Prozent zwischen den Jahren 2009 und 2013.

Diesem Vergleich entspricht die Entwicklung bei den einzelnen Teilmärkten, auch hier gleichen sich die Trends der LH München und des Bundesgebietes an. Die Software-/Games-Industrie der LH München erreicht bei der Unternehmensentwicklung im

Vergleichszeitraum bis zum Jahr 2013 ein Plus von 25 Prozent. Dies korrespondiert mit einer starken Bundesentwicklung bei der Software-/Games-Industrie, die dort bis zum Jahr 2013 ein Plus von 23 Prozent erreicht. Ähnlich ausgeprägte Trends werden auch bei der Designwirtschaft der LH München bis zum Jahr 2013 sichtbar, hier beträgt das Plus 13 Prozent, ebenso wie im Bundesgebiet. Der Architekturmarkt zeigt bei der Unternehmensentwicklung in der LH München mit 2 Prozent im Vergleichszeitraum nahezu eine Stagnation, ähnlich ist die Entwicklung im Bundesgebiet. Der Pressemarkt als vierter der großen Teilmärkte, verliert sowohl in der LH München als auch im Bundesgebiet im Zeitverlauf konstant an Unternehmen und zeigt am Ende des Vergleichszeitraums zum Jahr 2013 in der LH München ein Minus von 6 Prozent, im Bundesgebiet ein Minus von 5 Prozent. Beide Entwicklungskurven deuten auf eine Marktbereinigung in diesem Teilmarkt hin. Überraschend ist, dass der Rückgang nicht bei der Anzahl der Journalisten zu finden ist, sondern bei den Presse- und sonstigen Verlagen und dem Einzelhandel mit Presseerzeugnissen, die im Vergleichszeitraum zwischen 15 Prozent und 25 Prozent Rückgang hinnehmen müssen. Insgesamt zeigt die Unternehmensentwicklung sowohl der LH München, wie auch des Bundesgebietes eher schwache Wachstumsimpulse, die gleichermaßen die mehr kulturellen wie die mehr kreativen Teilmärkte betreffen. Mit wenigen Ausnahmen lässt sich feststellen, dass die Mehrheit der Teilmärkte bei der Zahl der Selbständigen/Unternehmen stagniert.

Abb. 2-6: Umsatzentwicklung der sechs größten Teilmärkte der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013/2014* – Kernbereich



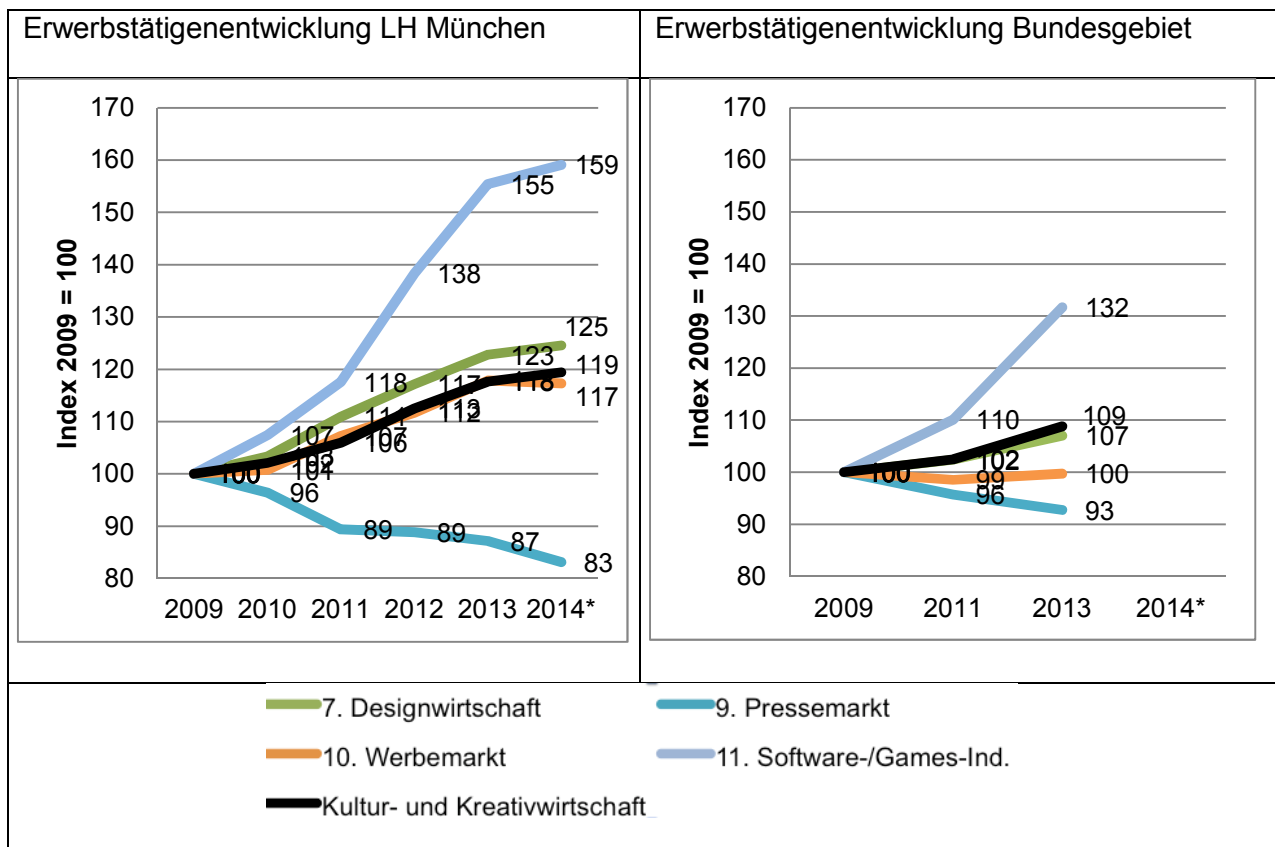
Hinweis: *Schätzung bzw. vorläufig; Auswahl der Teilmärkte mit jeweils mehr als 10 Prozent Umsatzanteil; Schätzwerte 2014* für Bundesgebiet liegen noch nicht vor, siehe Bundesmonitoring (BMW (2014)).
 Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

In der LH München wächst der **Umsatz** in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleichszeitraum vom Jahr 2009 bis zum Jahr 2013 um 12 Prozent und damit erheblich stärker als im Bundesgebiet, dessen Umsatzwachstum lediglich 7 Prozent erreicht. Diese Wachstumsdynamik wird in der LH München vor allem durch folgende drei Teilmärkte geprägt: Der Werbemarkt kann seinen Umsatz im gesamten Vergleichszeitraum mit 80 Prozent Zuwachs annähernd verdoppeln, die Designwirtschaft ist ähnlich wachstumsstark und erreicht immerhin noch überdurchschnittliche 68 Prozent und die Filmwirtschaft liegt mit 23 Prozent auch noch über dem Durchschnittswert von 18 Prozent. Zwei weitere Wirtschaftszweige zählen ebenfalls zu den relevanten Wachstumsmärkten. Der Buchmarkt legt mit 12 Prozent zu und selbst der Pressemarkt, der in zahlreichen anderen Regionen mit Schrumpfung zu kämpfen hat, kann in der LH München ein Plus von 5 Prozent erreichen. Im Vergleich zu diesen genannten Teilmärkten, sind sämtliche Teilmärkte auf Bundesebene nicht annähernd so wachstumsstark. Die Filmwirtschaft und die Designwirtschaft erreichen

dort lediglich ein Plus von 4 Prozent. Die weiteren Teilmärkte entwickeln sich tendenziell sogar eher negativ beim Umsatz. Die einzige Ausnahme bildet die Software-/Games-Industrie. Auf Bundesebene ist sie praktisch der einzig relevante Wachstumstreiber und erreicht dort ein Plus von 21 Prozent im Vergleichszeitraum. Dieser Wirtschaftszweig zeigt in der LH München ein ganz anderes Bild, hier muss er zwischen den Jahren 2009 und 2011 einen Einbruch von fast 30 Prozent hinnehmen. Bis zum Ende des Vergleichszeitraums bleibt immerhin noch ein Umsatzverlust von 24 Prozent. Die Gründe für den Umsatzrückgang liegen bei den Unternehmen der Software-Entwicklung: Es könnte sein, dass infolge der Finanzkrise einige Unternehmen starke Einbrüche hinnehmen mussten, es ist aber ebenfalls möglich, dass einige Unternehmen ihre wirtschaftlichen Aktivitäten unternehmensrechtlich in anderen Regionen angemeldet haben, ohne aber ihre Produktionsstätten außerhalb von München anzusiedeln. Für diese Begründung spricht das gleichzeitig erstaunliche Wachstum in der Erwerbstätigkeit. Wie die folgende Abbildung zur Erwerbstätigenentwicklung zeigt, hat insbesondere die Software-/Games-Industrie gerade im Zeitraum vom Jahr 2009 bis zum Jahr 2011 einen satten Zuwachs von 18 Prozent an Beschäftigten zu verzeichnen.

Insgesamt haben neun der elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleichszeitraum in der LH München eine positive Umsatzentwicklung erreicht. Dazu zählen neben den in der Abbildung dargestellten fünf größeren Teilmärkten Buchmarkt, Filmwirtschaft, Designwirtschaft, Pressemarkt und Werbemarkt, auch die vier kleineren Teilmärkte Musikwirtschaft, Kunstmarkt, Markt für darstellende Künste und Architekturmarkt. Hingegen gehören die Software-/Games-Industrie und die Rundfunkwirtschaft zu den beiden einzigen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, die eine negative Umsatzentwicklung hinnehmen mussten.

Abb. 2-7: Erwerbstätigenentwicklung der vier größten Teilmärkte der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013/2014* – Kernbereich



Hinweis: *Schätzung bzw. vorläufig; Auswahl der Teilmärkte mit jeweils mehr als 10 Prozent Erwerbstätigenanteil; Schätzwerte 2014* für Bundesgebiet liegen noch nicht vor, siehe Bundesmonitoring (BMWl (2014)).
 Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die **Erwerbstätigenentwicklung** in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München zeigt insgesamt einen positiven Verlauf im Vergleichszeitraum vom Jahr 2009 bis zum Jahr 2013 (2014). Der Zuwachs beträgt in diesem Zeitraum 18 Prozent und erreicht damit eine doppelt so starke Dynamik wie im Bundesgebiet, dort beträgt der Zuwachs für den Vergleichszeitraum lediglich 9 Prozent. Die wichtigsten Treiber dieser Entwicklung sind die Software-/Games-Industrie, die Designwirtschaft und der Werbemarkt. Die Software-/Games-Industrie legt das mit Abstand stärkste Wachstum im Vergleichszeitraum hin. Bis zum Jahr 2013 ist in der LH München die Zahl der Erwerbstätigen in der Software-/Games-Industrie um 55 Prozent (bis 2014 um 59 Prozent) gestiegen, im gesamten Bundesgebiet sind es lediglich 32 Prozent. Neben der Software-/Games-Industrie fällt die Designwirtschaft ebenfalls mit einem überdurchschnittlichen Wachstum in der LH München auf. Mit 23 Prozent Zuwachs im Vergleichszeitraum wächst sie in der LH München mehr als dreimal so schnell wie die bundesweite Designwirtschaft, die im Vergleichszeitraum lediglich 7 Prozent Zuwachs erreicht. Der Werbemarkt der LH München zeigt im Vergleichszeitraum ähnliche Abweichung zum Bundesgebiet. Dem überdurchschnittlich guten Zuwachs von 17 Prozent in

der LH München steht ein Nullwachstum auf Bundesebene gegenüber. Allein der Pressemarkt muss im Vergleichszeitraum eine negative Entwicklung hinnehmen. Hier allerdings ist die LH München dramatisch betroffen. Denn der Rückgang bis zum Jahr 2013 um 13 Prozent bei den Erwerbstätigen ist fast doppelt so stark wie im bundesweiten Pressemarkt, der einen Rückgang um 7 Prozent hinnehmen muss. Sowohl Presseverlage, als auch die sonstigen Verlage und selbst der Presseeinzelhandel bauen in der LH München während des gesamten Vergleichszeitraums kontinuierlich Arbeitsplätze in erheblichem Umfang ab.

Insgesamt kann die Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München ebenso wie im Bundesgebiet jedoch diese negative Entwicklung im Pressemarkt durch die positiven Trends in den anderen Teilmärkten kompensieren. Von den elf Teilmärkten können sieben eine positive Entwicklung erreichen, darunter sind die bereits aufgeführten größeren Teilmärkte Designwirtschaft, Werbemarkt und Software-/Games-Industrie, hinzu kommen Buchmarkt, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste und Architekturmarkt. Zu den Teilmärkten mit negativer bzw. stagnierender Entwicklung zählen Musikwirtschaft, Kunstmarkt, Filmwirtschaft und Pressemarkt.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Ausgewogenheit zwischen den kulturellen und den kreativen Teilmärkten in der LH München zu den speziellen und ausgesprochen positiven Besonderheiten gehört, weil sie ein Indikator für die starke Stellung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist. Dies ist an anderer Stelle bereits beschrieben worden.

Die Entwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München liegt deutlich über dem Entwicklungstrend des Bundesgebietes. Sowohl bei der Erwerbstätigkeit, als auch beim Umsatz erreicht die LH München jeweils ein mehr als doppelt so starkes Wachstum wie die Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesgebiet. Dieses Wachstum stützt sich auf die Mehrheit der Teilmärkte und das ist ein Zeichen für eine breit aufgestellte stabile Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München. Dies steht im Gegensatz zum Bundesgebiet, das seine positive Entwicklung wenigen Teilmärkten, insbesondere der Software-/Games-Industrie verdankt und das daher in seiner gesamten kultur- und kreativwirtschaftlichen Entwicklung wesentlich anfälliger ist bei Einbrüchen in diesen tragenden Teilmärkten. Die Entwicklungstrends der Wachstumsmärkte in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München zeigen seit dem Jahr 2009 überwiegend einen stetig zunehmenden Verlauf. Dies ist ein weiterer Hinweis darauf, dass seit dem Krisenjahr 2009 ein Konsolidierungsprozess der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München stattgefunden hat.

Einzig die Lage in der Unternehmenslandschaft stellt sich aus der Sicht des Verfassers etwas kritischer dar:

Zwar wird ein Unternehmenszuwachs von 4 Prozent im Vergleichszeitraum in der Regel weitgehend positiv bewertet, aber bezogen auf die Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutet dies einen jährlichen Durchschnitt von weniger als einem Prozent Zuwachs an neuen Unternehmen, die in den Kultur- und Kreativwirtschaftsmarkt gelangt sind. Das ist auf Grund der besonderen Charakteristik der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht ausreichend, denn sie zeichnet sich durch einen rasanten Wandel und durch einen extrem hohen Anteil an Klein- und Kleinstunternehmen aus. Außerdem sind ihre Geschäftsmodelle in hohem Maße experimentell und in wirtschaftlicher Hinsicht fragil. Diese besondere Spezifik der Kultur- und Kreativwirtschaft erfordert einen höheren Anteil an neuen selbständigen Unternehmen als andere Branchen. Vor dem Krisenjahr war dies auch so. Gemessen daran müssten allein 2 bis 3 Prozent mehr neue Selbständige jährlich den Sprung in die Kultur- und Kreativwirtschaft wagen.

Es bedarf erheblicher Anstrengungen sowohl der Wirtschaftspolitik als auch der Kulturpolitik, um die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München durch eine neue Wachstumsdynamik zu befördern.

2.3 Kleine Kultur- und Kreativwirtschaft (Minibereich)

Die sogenannte kleine Kultur- und Kreativwirtschaft, der Minibereich, umfasst diejenigen Selbständigen, die weniger als 17.500 Euro jährlich erzielen. Diese Untergrenze wurde für alle Wirtschaftszweige statistisch definiert.⁶ Außerdem werden hier noch die abhängig Beschäftigten erfasst, die eine geringfügig entlohnte Beschäftigung ausüben. Aus wirtschaftspolitischer Sicht ist der Minibereich weniger ein harter wirtschaftlicher Kern, als vielmehr ein Potenzial, das entwickelt werden kann. Und aus kulturpolitischer Sicht stellt der Minibereich ein experimentelles Feld dar, das sich in seiner kulturellen Vielfalt bislang der eindeutigen empirischen Erfassung entzogen hat.

Struktur

Abb. 2-8: Eckdaten zur kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München nach Teilmärkten, 2014* – Minibereich

Teilmarkt	Mini-Selbständige		Mini-Umsatz		geringfügig Beschäftigte		Erwerbstätige im Minibereich	
	Anzahl	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
	2014*	2014*	2014*	2014*	2014*	2014*	2014*	2014*
Musikwirtschaft	649	4%	5	4%	338	4%	988	4%
Buchmarkt	1.300	8%	8	7%	662	8%	1.962	8%
Kunstmarkt	717	5%	5	5%	102	1%	819	3%
Filmwirtschaft	1.502	10%	9	8%	810	9%	2.312	9%
Rundfunkwirtschaft	1.508	10%	10	9%	103	1%	1.611	7%
Markt f. darst. Künste	1.071	7%	8	8%	395	5%	1.465	6%
Designwirtschaft	2.730	17%	20	19%	1.259	14%	3.989	16%
Architekturmarkt	1.324	8%	11	10%	592	7%	1.916	8%
Pressemarkt	1.775	11%	12	11%	1.361	16%	3.136	13%
Werbemarkt	851	5%	11	10%	1.916	22%	2.767	11%
Software-/Games-Ind.	1.683	11%	4	4%	1.130	13%	2.813	12%
Sonstige	521	3%	4	4%	77	1%	598	2%
Summe mit Doppelzähl.	15.631	100%	107	100%	8.745	100%	24.376	100%
Doppelzählung	3.207	-	25	-	1.266	-	4.473	-
Kultur-/Kreativwirtschaft	12.424	-	82	-	7.479	-	19.903	-
Anteil KKw an GW	21,7%	-	17,1%	-	5,1%	-	9,7%	-
Gesamtwirtschaft(1)	57.258		480		147.811		205.069	

Hinweis: *Schätzung bzw. vorläufig; Mini-Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz; Beschäftigte = geringfügig entlohnt Beschäftigte (Mini-Jobs); Erwerbstätige im Minibereich = Mini-Selbständige und geringfügig Beschäftigte (Minibereich); (1) Gesamtwirtschaft = alle Steuerpflichtigen der Gesamtwirtschaft mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz und alle geringfügig entlohnt Beschäftigten (Mini-Jobs).

⁶ In der amtlichen Wirtschaftsstatistik wird ein Unternehmen in Regel erst erfasst, wenn es einen jährlichen Mindestumsatz von 17.500 Euro erreicht. Für die „klassische“ Wirtschaftsforschung gilt also ein Unternehmen erst dann als wirtschaftlich relevant.

Im Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München sind im Jahr 2014 rund 12.400 **Mini-Selbständige** tätig. Sie erzielen einen Umsatz von schätzungsweise 82 Mio. Euro. Die Mini-Beschäftigung umfasst im Jahr 2014 rund 7.500 geringfügig Beschäftigte. Insgesamt existieren danach im Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft rund 19.900 Erwerbstätige. Die in der Abbildung ausgewiesenen Anteile am vergleichbaren Minibereich der Gesamtwirtschaft⁷ machen deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft hier ein überdurchschnittliches Gewicht erreicht. Der Anteil der Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft am Mini-Gesamtbereich liegt bei rund 22 Prozent. Dieser hohe Anteil beruht vor allem auf fünf Teilmärkten. An der Spitze steht die Designwirtschaft mit 17 Prozent aller Mini-Selbständigen im Jahr 2014, an zweiter und dritter Stelle folgen der Pressemarkt und die Software-/Games-Industrie mit jeweils 11 Prozent der Mini-Selbständigen und an dritter und vierter Position folgen die Rundfunkwirtschaft und die Filmwirtschaft mit jeweils 10 Prozent der Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der **Mini-Umsatz** der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München liegt bei einem Anteil von rund 17 Prozent am Minibereich der Gesamtwirtschaft. Hier liegt wieder die Designwirtschaft mit 19 Prozent vorne, gefolgt vom Pressemarkt mit 11 Prozent und dem Architekturmarkt sowie dem Werbemarkt mit jeweils 10 Prozent. Überraschend ist, dass beim Umsatz der Minibereich der Software-/Games-Industrie nur eine marginale Rolle spielt und der kleinste aller elf Teilmärkte ist.

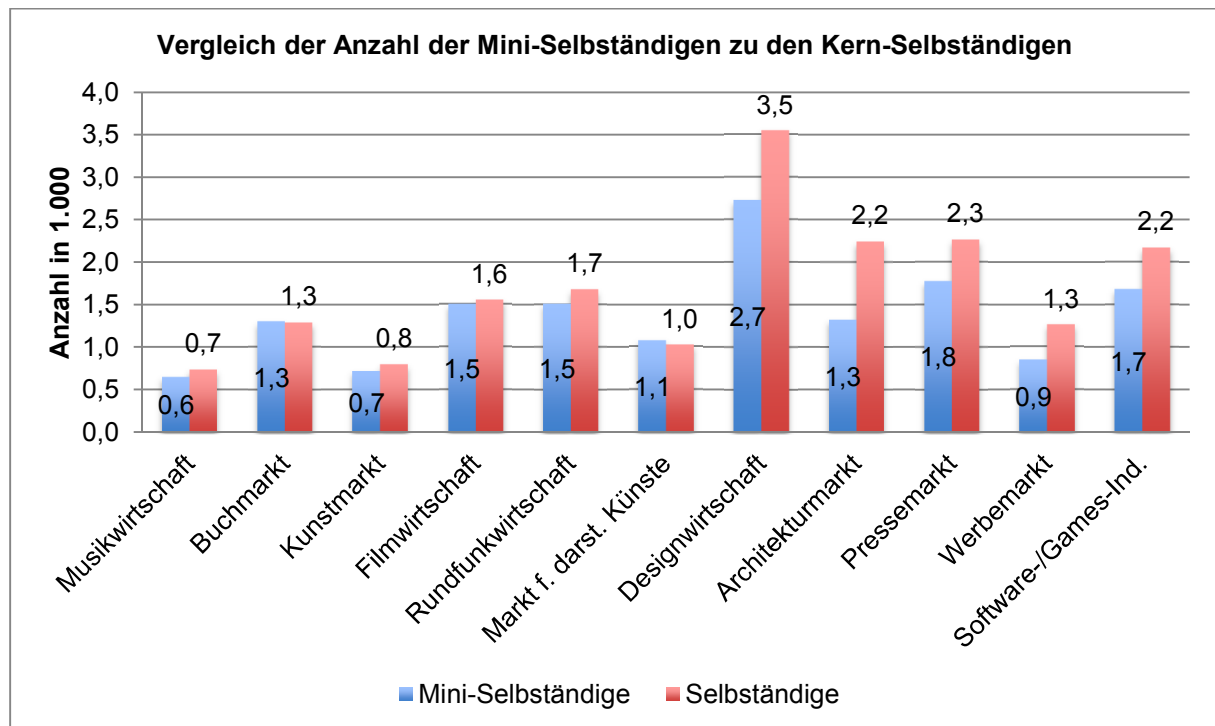
Anders sieht das Bild bei den **Mini-Beschäftigten** aus: Im Unterschied zu den Anteilen der Mini-Selbständigen und des Mini-Umsatzes ist der Anteil der Mini-Beschäftigten vergleichsweise niedrig. So liegt der entsprechende Anteil der Mini-Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft bezogen auf die Gesamtwirtschaft bei rund 5 Prozent. Dieser etwas niedrigere Anteil der Mini-Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft deutet darauf hin, dass es im Minibereich der Gesamtwirtschaft noch andere Wirtschaftsfelder mit einer großen Zahl von Mini-Beschäftigten gibt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft stellt keinen ausgeprägten Schwerpunkt dar. Ein großer Teil der Mini-Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft konzentriert sich auf den Werbemarkt mit 22 Prozent, gefolgt vom Pressemarkt mit 16 Prozent. Weitere relevante Teilmärkte im Minibereich sind die Designwirtschaft mit 14 Prozent und die Software-/Games-Industrie mit 13 Prozent. Insgesamt kann festgestellt werden, dass im Minibereich der Gesamtwirtschaft der LH München auch andere relevante Wirtschaftsfelder zu finden sind, z. B. das Gesundheitswesen. Allerdings ist die hohe Zahl der Mini-Selbständigen für die Kultur- und

⁷ Die Mini-Gesamtwirtschaft umfasst alle Steuerpflichtigen der Gesamtwirtschaft mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz und alle geringfügig entlohnt Beschäftigten (Minijobs).

Kreativwirtschaft charakteristisch. Im Bereich der Mini-Beschäftigten hingegen spielt die Kultur- und Kreativwirtschaft mit 5 Prozent Anteil an den Mini-Beschäftigten der Gesamtwirtschaft eine unerwartet kleine Rolle.

Vergleich der Mini- und Kernselbständigen

Abb. 2-9: Verhältnis der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft zum Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München, 2014* – Mini- und Kernbereich



Hinweis: *Schätzung bzw. vorläufig; Mini-Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz; Kern-Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz.
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Abbildung macht deutlich, wie sich die Schwerpunkte bei den Mini-Selbständigen in den einzelnen Teilmärkten verteilen. Vorausgeschickt sei noch einmal das Verhältnis in Absolutgrößen der Mini-Selbständigen mit rund 12.400 zu den Kern-Selbständigen mit rund 15.300. Das entspricht einem Verhältnis von rund 45 Prozent Mini-Selbständigen zu 55 Prozent Kern-Selbständigen.

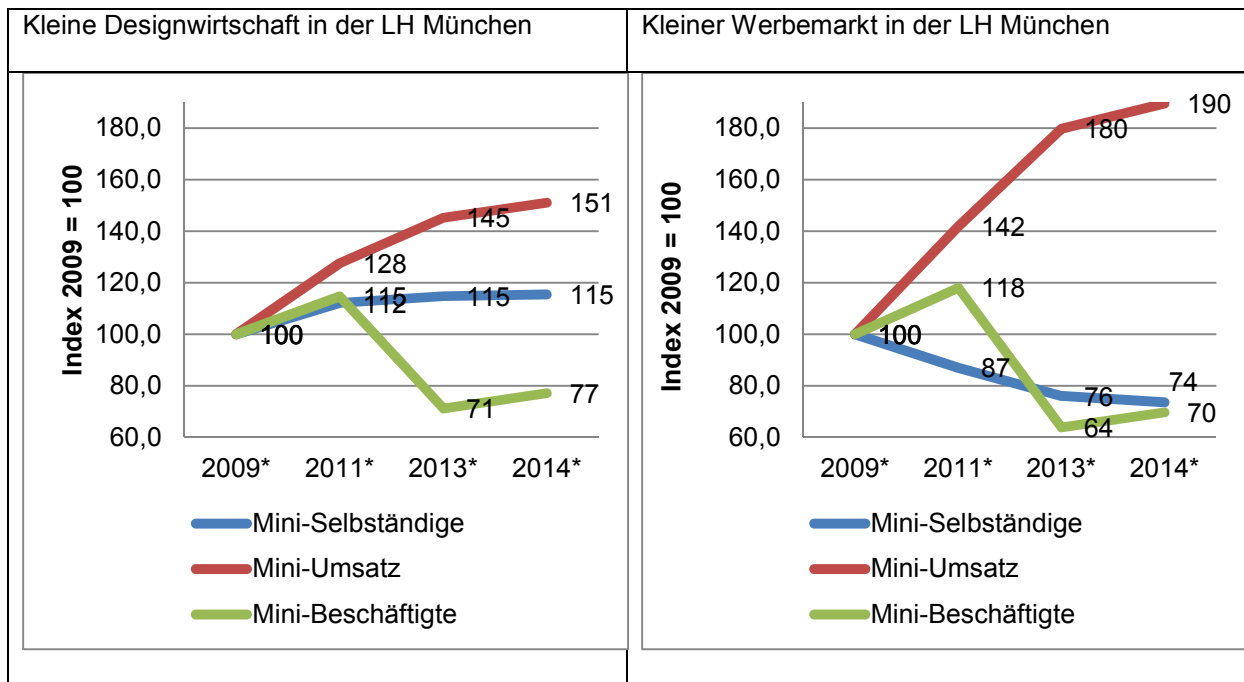
Die Abbildung zeigt, dass die mehr kulturell orientierten Teilmärkte, von der Musikwirtschaft bis zum Markt für darstellende Künste, sowohl beim Anteil der Mini-Selbständigen, als auch beim Anteil der Kern-Selbständigen zu den kleineren Teilmärkten gehören. Auffallend ist, dass sich die Anzahl der Selbständigen mit der Erfassung des Minibereiches in den kulturellen Teilmärkten nun nahezu verdoppelt. Beispielsweise kommen beim Buchmarkt zu den ca. 1.300 Kern-Selbständigen noch einmal ca. 1.300 Mini-Selbständige hinzu. Diesen

Effekt gibt es bei den kreativen Teilmärkten nicht, dort bleibt die Zahl der Mini-Selbständigen immer deutlich unter der Zahl der Kern-Selbständigen. Der Architekturmarkt kann dies beispielhaft verdeutlichen: Hier stehen ca. 2.200 Kern-Selbständige den ca. 1.300 Mini-Selbständigen gegenüber.

Entwicklung ausgewählter Teilmärkte der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft

Die folgenden Abbildungen zeigen die Entwicklung von vier ausgewählten Teilmärkten des Minibereichs. Die Auswahl ergibt sich aus der Tatsache, dass sie als größere Teilmärkte das Marktgeschehen jeweils in besonderer Weise prägen.

Abb. 2-10: Entwicklung der Teilmärkte Designwirtschaft und Werbemarkt in der LH München im Vergleich, 2009 bis 2014* – Minibereich



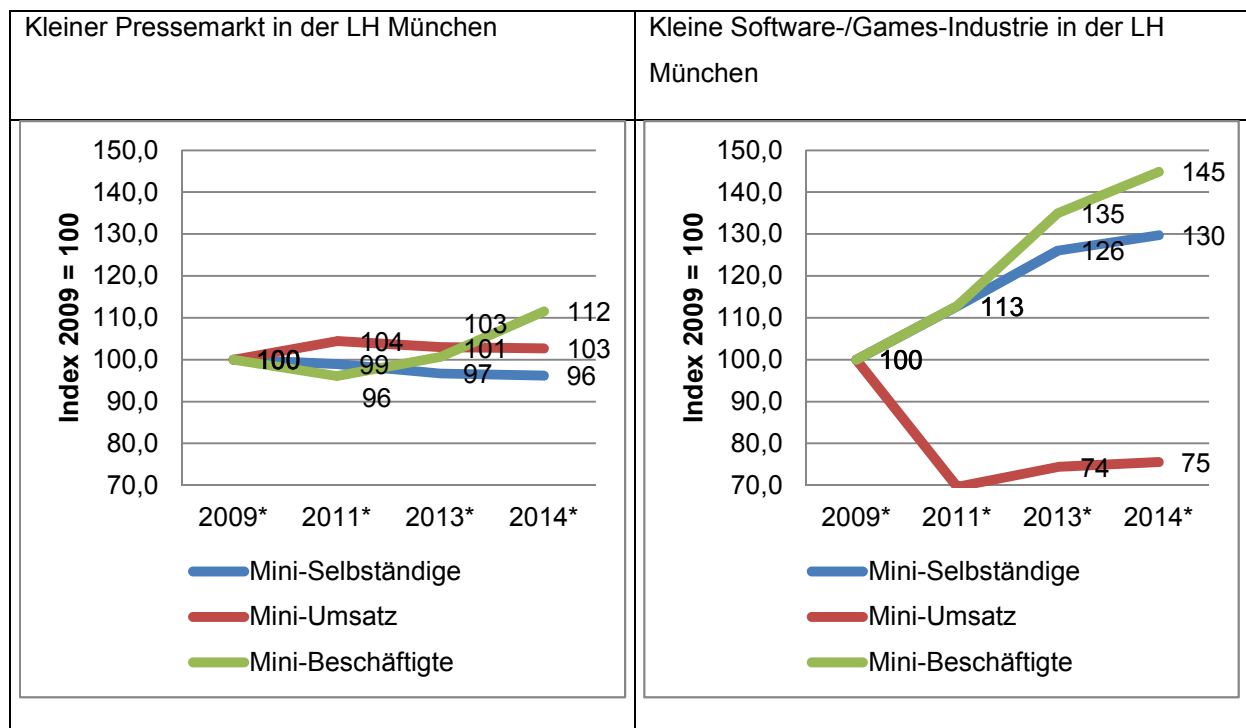
Hinweis: *Schätzung bzw. vorläufig.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Entwicklung des Mini-Umsatzes verläuft in beiden Teilmärkten weit überdurchschnittlich. In der kleinen Designwirtschaft kann der Mini-Umsatz um mehr als 50 Prozent im Vergleichszeitraum gesteigert werden, im kleinen Werbemarkt kann der Mini-Umsatz mit 90 Prozent fast verdoppelt werden. Diese positiven Umsatzentwicklungen spiegeln sich in den beiden anderen Verlaufskurven jedoch nicht wider. In der kleinen Designwirtschaft steigt zwar die Kurve der Mini-Selbständigen im Vergleichszeitraum noch um 15 Prozent an, im kleinen Werbemarkt hingegen müssen die Mini-Selbständigen drastische Verluste von 26

Prozent bis zum Ende des Vergleichszeitraumes hinnehmen. Bei den Mini-Beschäftigten hat sich in beiden kleinen Teilmärkten der Verlauf komplett von der positiven Umsatzentwicklung abgekoppelt. In der kleinen Designwirtschaft schrumpft die Mini-Beschäftigung um 23 Prozent, im kleinen Werbemarkt um 30 Prozent.

Abb. 2-11: Entwicklung der Teilmärkte Pressemarkt und Software-/Games-Industrie in der LH München im Vergleich, 2009 bis 2014* – Minibereich



Hinweis: *Schätzung bzw. vorläufig.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Im kleinen Pressemarkt sind die drei Verlaufskurven insgesamt eher unauffällig. Es gibt keine Ausschläge und am Ende des Vergleichszeitraums ist die Mini-Beschäftigung insgesamt um 12 Prozent gestiegen, der Mini-Umsatz stagniert nahezu bei einem Plus von insgesamt 3 Prozent und die Mini-Selbständigen haben leichte Verluste um 4 Prozent hinzunehmen. Ganz anders zeigt sich der Verlauf bei der kleinen Software-/Games-Industrie. Dort ist im Vergleichszeitraum ein überdurchschnittliches Wachstum der Mini-Beschäftigung um 45 Prozent zu beobachten. Parallel dazu ist auch die Zahl der Mini-Selbständigen deutlich gestiegen und legt im gleichen Zeitraum um 30 Prozent zu. Im Gegensatz zu dieser positiven Beschäftigungs- und Selbständigenentwicklung bleibt der Mini-Umsatz nach einem starken Einbruch bis zum Jahr 2011 in einer Stagnation verhaftet. Insgesamt ist der Mini-Umsatz um 25 Prozent zurückgegangen.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Zunächst erfolgt die wirtschaftspolitische Bewertung der ausgewählten kleinen Teilmärkte, anschließend wird die kulturpolitische Bewertung vorgenommen.

Die Entwicklung in der kleinen Designwirtschaft ist beim Mini-Umsatz und bei den Mini-Selbständigen positiv. Dies führt jedoch nicht zu einer gesteigerten Beschäftigung. Das kann mit der Kleinteiligkeit der kleinen Designwirtschaft zusammenhängen, die eher durch Solo-Selbständige geprägt ist und dadurch wahrscheinlich wenig Bedarf an Mini-Beschäftigung hat.

Der kleine Werbemarkt legt eine sehr gute wirtschaftliche Entwicklung hin, was aber keinen Effekt auf die die Mini-Selbständigen und Mini-Beschäftigten hat, die gleichzeitig Schrumpfungen hinnehmen müssen. Das bedeutet, für die dort Verbleibenden wächst der durchschnittliche Umsatz. Die Frage bleibt dennoch, verliert der kleine Werbemarkt an Attraktivität?

Der kleine Pressemarkt zeigt kaum dynamische Entwicklungen, was ja der derzeit schwierigen Gesamtsituation des Pressemarktes entspricht. Eher ist auffallend, dass sich der kleine Pressemarkt überhaupt auf einem stagnierenden Niveau halten kann.

Die kleine Software-/Games-Industrie hat offenbar einen Bedarf an Mini-Akteuren, wie die Zahlen zeigen. Warum aber bleibt der Umsatz so weit dahinter zurück? Diese Entwicklung kann darauf hindeuten, dass viele Akteure den Software-/Games-Markt attraktiv finden, ohne zunächst das ökonomische Ergebnis zu beachten.

Die generellen Entwicklungslinien in der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt sind auf drei Perspektiven zu fokussieren: der Umsatz ist sehr positiv, er steigt um 25 Prozent. Die Mini-Selbständigen stagnieren nahezu bei einem Plus von insgesamt 6 Prozent. Die Mini-Beschäftigten sind einer Negativspirale verhaftet, ihr Minus endet im Vergleichszeitraum bei 3 Prozent.

Insgesamt kann die Thematik der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft auf die Mini-Selbständigen fokussiert werden.

Grundsätzlich muss beim Bereich der Mini-Selbständigen und Mini-Beschäftigten mit ihren Umsätzen und Einkünften berücksichtigt werden, dass es sich hier in der Regel nicht um das Haupteinkommen handeln kann. Es ist zu vermuten, dass die in diesem Bereich Tätigen oftmals über weitere Einkünfte aus unterschiedlichen Quellen verfügen, beispielsweise aus weiteren beruflichen Tätigkeiten, aus familiären Netzwerken oder auch aus Transferleistungen. Am ehesten könnte dieser Bereich, der erst in jüngster Zeit untersucht werden kann, verglichen werden mit der sogenannten Nebenerwerbswirtschaft.

Festzuhalten bleibt allerdings, dass der Antrieb zur Kleinselbständigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft seltener in ökonomischen Zielen begründet sein dürfte, als vielmehr in ideellen. Der Minibereich ist für die Kultur- und Kreativwirtschaft eben deshalb von großer Relevanz, weil hier unter den Mini-Selbständigen oftmals kulturell-experimentelle Akteure zu finden sind, die mit neuen Ideen und innovativen Ansätzen die Kultur- und Kreativwirtschaft inspirieren. Sie leisten ihren Beitrag zur kulturellen und kreativen Vielfalt – meist ohne ihre Ideen vervielfältigen und damit ökonomisieren zu können. Sie bilden das Potenzial, aus dem in Zukunft wirtschaftlich erfolgreiche Ideen und Dienstleistungen entstehen können. Man könnte also pointiert sagen, im Gegensatz zu anderen Wirtschaftszweigen ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft bei den Selbständigen im Minibereich „die nicht finanzierte Forschungsabteilung“ angesiedelt.

Für die Kultur- und Wirtschaftspolitik kann gefolgert werden, dass bezüglich der eher handwerklich orientierten Mini-Selbständigen weitgehend auf die Marktnachfrage vertraut werden muss. Die künstlerisch-experimentell orientierten Mini-Selbständigen dagegen können kaum auf Marktnachfrage hoffen. Hier wäre es Aufgabe der Politik, mit unterschiedlichen Maßnahmen die Ideen und Innovationen zu fördern.

2.4 Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft (Kern- und Minibereich)

Die Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München sollen zukünftig generell in einem Standardkapitel in die Analysen der Kultur- und Kreativwirtschaft einbezogen werden.

Der Grund dafür liegt in der Vermutung, dass Frauen – je nach Branche, nach Teilmarkt oder nach Berufsgruppe – in der Kultur- und Kreativwirtschaft ganz unterschiedliche Gegebenheiten vorfinden.

In dieser Analyse werden zwei Perspektiven zur Lage der Frauen untersucht: zum einen die Unterscheidung nach der Perspektive der Selbständigen, zum anderen die Unterscheidung nach der Perspektive der abhängig Beschäftigten.

Zur Untersuchung der Lage der **selbständigen Frauen** muss auf die Daten der Künstlersozialkasse (KSK) zurückgegriffen werden, weil die amtliche Statistik noch keine tiefergehende, frauenspezifische Analyse ermöglicht. Das bedeutet, derzeit können die folgenden vier in der KSK vertretenen Künstlergruppen untersucht werden: Wort, bildende Kunst, Musik und darstellende Kunst.

Die **abhängig beschäftigten Frauen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft können auf der Basis der amtlichen Statistik analysiert werden.

2.4.1 Selbständige Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die nun folgende Abbildung stellt die Frauenquote in den einzelnen Berufsgruppen dar, das heißt sie drückt das Verhältnis zwischen Männern und Frauen aus.

Struktur

Abb. 2-12: Freiberufliche Künstlerinnen und Künstler in der LH München in der Künstlersozialkasse, 2009-2014

Berufsgruppe		Freiberufliche Künstlerinnen und Künstler				LHM-Anteil in Bayern
		2009	2010	2012	2014	
Wort	Anzahl insg.	3.600	3.641	3.727	3.716	52%
	Frauenquote*	54%	55%	56%	56%	-
Bild. Kunst	Anzahl insg.	3.792	3.777	3.951	3.967	39%
	Frauenquote*	48%	49%	50%	49%	-
Musik	Anzahl insg.	1.748	1.783	1.838	1.859	24%
	Frauenquote*	38%	39%	39%	40%	
Darst. Kunst	Anzahl insg.	1.357	1.382	1.491	1.531	47%
	Frauenquote*	50%	51%	51%	51%	
alle Gruppen	Anzahl insg.	10.497	10.583	11.007	11.073	39%
	Frauenquote*	47%	48%	49%	49%	

Hinweis: *Schätzung auf der Basis der bayerischen Anteilswerte. Erfasst werden nur Künstler und Schriftsteller/Journalisten, die sich bei der KSK anmelden und als freiberufliche Künstler/Autoren anerkannt werden.

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

Um die Gruppe der freiberuflichen Künstlerinnen und Künstler einordnen zu können, sei eingangs auf die Abbildung 2-1 (Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München 2013 und 2014) verwiesen, aus der hervorgeht, dass im Jahr 2014 rund 27.800 Selbständige im Kern- und Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München tätig sind. Die in diesem Abschnitt aufgeführten ca. 11.000 freiberuflichen Künstlerinnen und Künstler im Jahr 2014 können als Teilmenge⁸ davon gesehen werden.

In einer eigenständigen Betrachtung der ca. 11.000 freiberuflichen Künstlerinnen und Künstler können folgende Anteilswerte ermittelt werden:

Der Frauenanteil der freiberuflichen Künstlerinnen und Künstler liegt bei rund 49 Prozent, dieser Anteil ist seit dem Jahr 2009 zwar minimal, aber kontinuierlich gewachsen. Sollte sich dieser Trend fortsetzen, werden die Frauen in wenigen Jahren die mehrheitliche Gruppe unter den freiberuflichen Künstlerinnen und Künstlern stellen. Dies ist in einigen Künstlergruppen bereits im Jahr 2014 der Fall. So sind in der Berufsgruppe Wort bei rund 3.700 KSK-Mitgliedern insgesamt 56 Prozent Frauen registriert. Auch bei der darstellenden Kunst mit rund 1.500 KSK-Mitgliedern erreicht der Frauenanteil 51 Prozent. Hingegen sind die Frauen in den beiden Berufsgruppen bildende Kunst mit rund 4.000 KSK-Mitgliedern und Musik mit rund 1.900 KSK-Mitgliedern zurzeit noch unterrepräsentiert. In der Berufsgruppe bildende Kunst ist vom Jahr 2012 zum Jahr 2014 sogar ein leichter Rückgang bei den Frauen zu beobachten (die Frauenquote sinkt von 50 Prozent auf 49 Prozent). In der Berufsgruppe Musik sind die Frauen lediglich mit 40 Prozent vertreten und damit klar unterrepräsentiert.

Richtet man nun den Fokus auf den Anteil der LH München an allen in Bayern tätigen freiberuflichen KSK-Künstlerinnen und -Künstlern kann insgesamt festgestellt werden, dass knapp 40 Prozent von ihnen in der LH München aktiv sind. Gemessen am Bevölkerungsanteil von 11 Prozent⁹ ist der Anteil der Künstlerinnen und Künstler fast viermal so hoch. Betrachtet man die Berufsgruppen im Detail, fällt auf, dass dort wo die Frauen stärker vertreten sind, auch die Berufsgruppe im Land Bayern stärker vertreten ist, so wie bei der Berufsgruppe Wort. Und dort, wo die Frauen unterrepräsentiert sind, wie in der Berufsgruppe Musik, ist auch der Anteil im Land Bayern geringer.

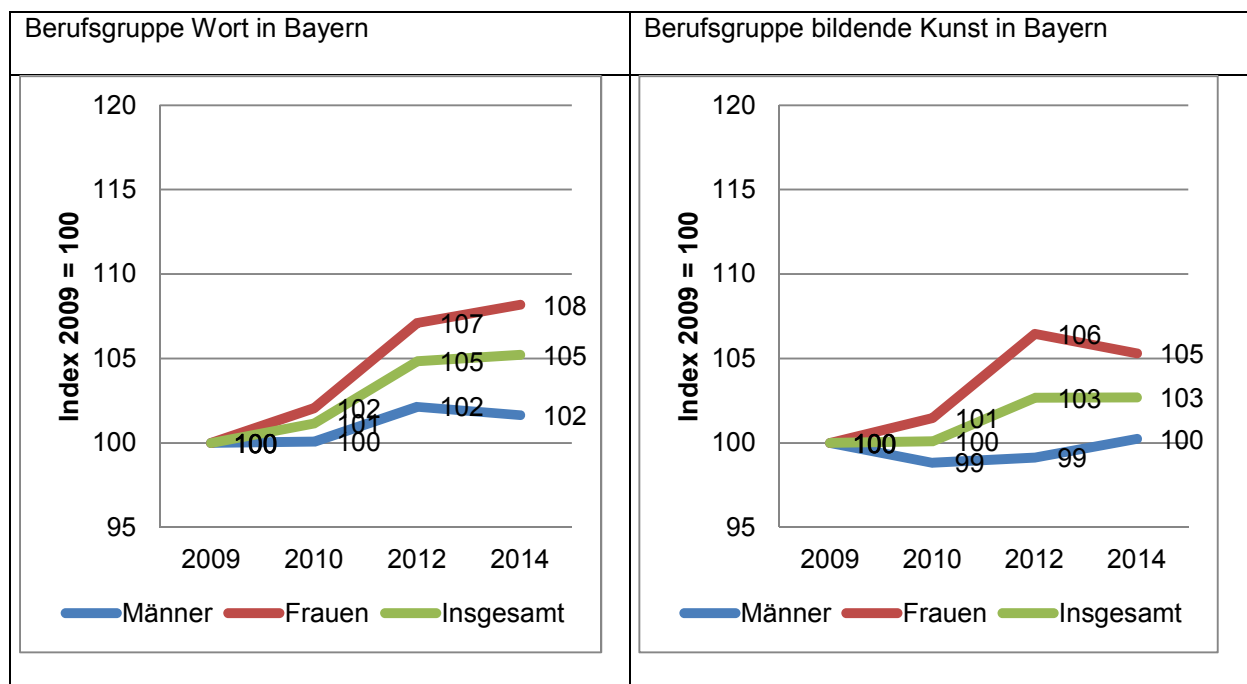
⁸ Bei den Daten handelt es sich nicht um eine exakte statistische Teilmenge der Gesamtzahl von rund 27.800 Selbständigen. Dies ergibt sich aus den unterschiedlichen Datenquellen und den damit verbundenen unterschiedlichen Erhebungskonzepten.

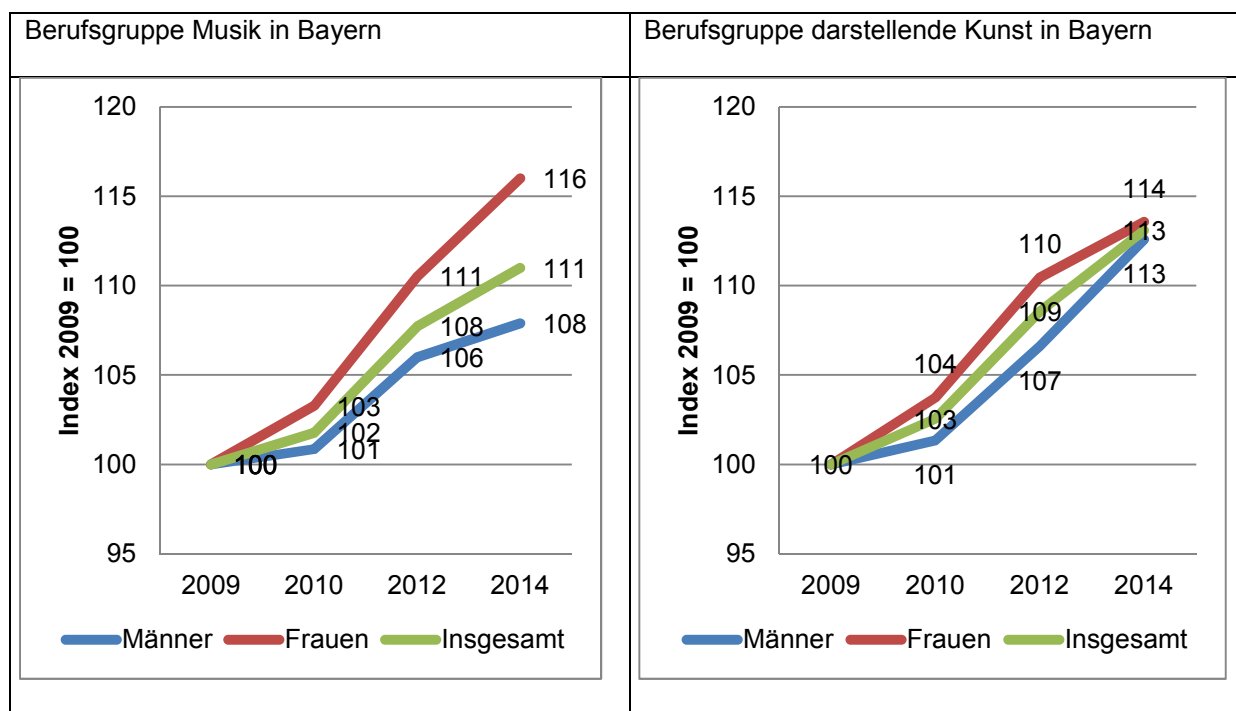
⁹ Einwohnerstand zum September 2014 für die LH München: 1.429.584, für das Land Bayern: 12.691.568.

Entwicklung

Auf Grund der fehlenden Datenbasis für die Frauen in der LH München, kann die Entwicklung nur für das Land Bayern in der Zeitreihe vorgestellt werden.

Abb. 2-13: Entwicklung der freiberuflichen Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern im Vergleich der vier Berufsgruppen, 2009 bis 2014 – Kern- und Minibereich





Hinweis: *Schätzung auf der Basis der bayerischen Anteilswerte. Erfasst werden nur Künstler und Schriftsteller/Journalisten, die bei der KSK angemeldet sind und als freiberufliche Künstler/Autoren anerkannt werden.

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

Die Entwicklung der freiberuflichen Frauen ist in allen vier Berufsgruppen im Vergleichszeitraum positiv verlaufen, d.h. ihr Anteil wächst stärker als derjenige der Männer. In der Berufsgruppe Wort ist ihr Anteil mit 8 Prozent viermal so schnell gewachsen wie derjenige der Männer, der um 2 Prozent gewachsen ist. In der Berufsgruppe bildende Kunst hat ihr Anteil zunächst bis zum Jahr 2012 um 6 Prozent zugenommen, während die Zahl der Männer in diesem Zeitraum schrumpft bzw. stagniert. Überraschend ist allerdings, dass seit dem Jahr 2012 die Zahl der Frauen um 1 Prozent zurückgegangen ist, während die Zahl der Männer im gleichen Zeitraum um 1 Prozent zulegt. Dieses Phänomen ist in den anderen drei Berufsgruppen nicht zu erkennen. Stattdessen ist der kontinuierliche Anstieg des Anteils der Frauen in der Berufsgruppe Musik im Vergleichszeitraum am stärksten, was durchaus der derzeit noch bestehenden Unterrepräsentation der Frauen geschuldet sein kann. Die Zahl der Frauen wächst, gemessen an der Entwicklung der Männer hier immerhin doppelt so schnell. In der darstellenden Kunst sind die Entwicklungsverläufe der Frauen mit 14 Prozent und der Männer mit 13 Prozent nahezu deckungsgleich.

Insgesamt scheint der Entwicklungsverlauf der freiberuflichen Frauen in den vier Berufsgruppen einem positiven Trend zu folgen.

2.4.2 Abhängig beschäftigte Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Im Unterschied zur Darstellung der Selbständigen, die nur entsprechend der vier Gruppen in der KSK-Statistik ausgewertet werden konnten, basiert das nun folgende Kapitel wieder auf Erhebungen der amtlichen Statistik. Deshalb ist es möglich, hier wieder das Gesamtkonzept nach den elf Teilmärkten anzuwenden.

Struktur

Abb. 2-14: Eckdaten zu den Frauen in abhängiger Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München nach Teilmärkten, 2013 und 2014 – Kern- und Minibereich

	Kernbereich Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte			Minibereich Geringfügig (Mini-) Beschäftigte		
	Frauen	Frauen	Anteil	Frauen	Frauen	Anteil
	Anzahl 2013	Anzahl 2014		Anzahl 2013	Anzahl 2014	
Musikwirtschaft	696	692	2%	196	193	4%
Buchmarkt	3.527	3.764	13%	430	474	9%
Kunstmarkt	134	148	1%	78	70	1%
Filmwirtschaft	1.536	1.619	6%	450	479	9%
Rundfunkwirtschaft	1.377	1.409	5%	76	70	1%
Markt f. darst. Künste	390	399	1%	271	279	5%
Designwirtschaft	3.111	3.179	11%	689	731	14%
Architekturmarkt	2.022	2.182	8%	435	424	8%
Pressemarkt	4.541	4.301	15%	747	778	15%
Werbemarkt	4.920	4.914	17%	940	992	19%
Software-/Games-Ind.	5.944	6.096	21%	657	700	13%
Sonstiges	177	193	1%	41	48	1%
Summe mit Doppelzählung	28.375	28.894	100%	5.010	5.236	100%
Doppelzählung	2.818	2.823	-	662	687	-
Kultur-/Kreativwirtschaft	25.557	26.071	-	4.348	4.549	-
Anteil KKW an GW	7,0%	7,0%	-	5,0%	5,1%	-

Hinweis zum Kernbereich: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte = Voll- und Teilzeit, aber ohne geringfügige (Mini)-Beschäftigung. Hinweis zum Minibereich: Beschäftigte = geringfügig entlohnt Beschäftigte (Minijobs), Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

In der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München arbeiten im Jahr 2014 rund 28.900 sozialversicherungspflichtig beschäftigte Frauen. Mehr als 5.200 Frauen sind geringfügig tätig. Insgesamt sind damit rund 34.100 Frauen im Kern- und Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München abhängig beschäftigt. Der Anteil der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft an den Frauen in der Gesamtwirtschaft beträgt im Kernbereich 7 Prozent und im Minibereich rund 5 Prozent.

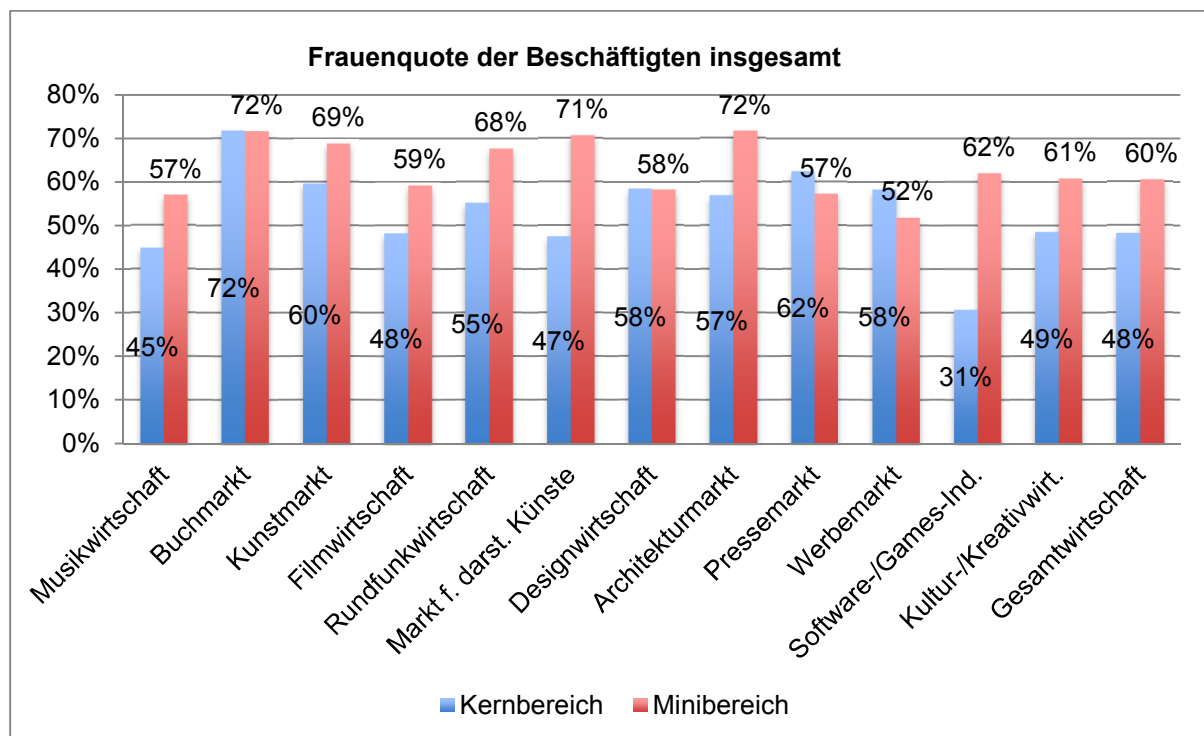
Im Kernbereich der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Frauen (Voll- und Teilzeit) der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München ist generell ein Zuwachs vom Jahr 2013 zum Jahr 2014 zu beobachten. Ausgenommen davon sind der Musikmarkt, der Pressemarkt und der Werbemarkt, diese haben einen Rückgang hinzunehmen.

Bezogen auf die Größenverhältnisse der Teilmärkte sind die sozialversicherungspflichtig beschäftigten Frauen im Jahr 2014 mit 21 Prozent am stärksten in der Software-/Games-Industrie vertreten, gefolgt vom Werbemarkt mit 17 Prozent, dem Pressemarkt mit 15 Prozent, dem Buchmarkt mit 13 Prozent und der Designwirtschaft mit 11 Prozent. In den weiteren Teilmärkten sind die Frauen mit einstelligen Prozentanteilen vertreten.

Bei den geringfügig beschäftigten Frauen im Minibereich hat es zumeist einen Zuwachs gegeben, lediglich vier Teilmärkte müssen Verluste hinnehmen. Zu den wachsenden Teilmärkten zählen der Buchmarkt, die Filmwirtschaft, der Markt für darstellende Künste, die Designwirtschaft, der Pressemarkt, der Werbemarkt und die Software-/Games-Industrie.

Die nun folgende Abbildung stellt die Frauenquote in den einzelnen Berufsgruppen dar, das heißt sie drückt das Verhältnis zwischen Frauen und Männern aus.

Abb. 2-15: Frauenquote in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München im Vergleich nach Teilmärkten, 2014 – Kern- und Minibereich



Hinweis zum Kernbereich: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte = Voll- und Teilzeit, aber ohne geringfügige (Mini)-Beschäftigung. Hinweis zum Minibereich: Beschäftigte = geringfügig entlohnt Beschäftigte (Mini-Jobs).

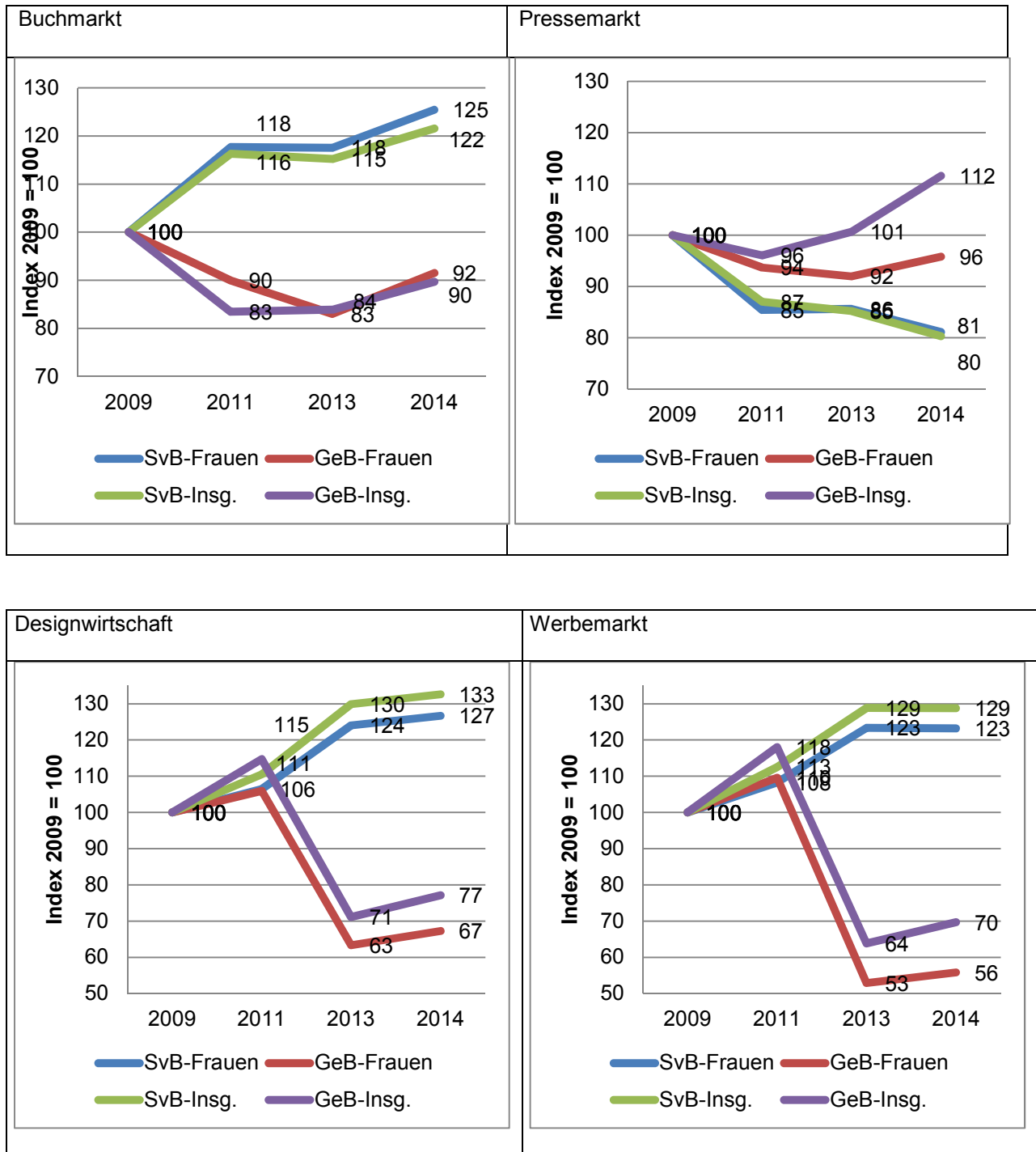
Die Frauenquote im Kern- und Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft entspricht ungefähr der Frauenquote im Kern- und Minibereich in der Gesamtwirtschaft. Die Frauenquote liegt im Kernbereich der Gesamtwirtschaft bei 48 Prozent, in der Kultur- und Kreativwirtschaft bei 49 Prozent. Die Frauenquote im Minibereich der Gesamtwirtschaft erreicht 60 Prozent, in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht sie 61 Prozent.

Im Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München liegt die Frauenquote eindeutig bei mehr als 50 Prozent. In allen elf Teilmärkten steigt die Frauenquote je nach Teilmarkt von 52 bis zu 72 Prozent an. Im Kernbereich ist die Frauenquote allerdings nicht in allen Teilmärkten so überdurchschnittlich. Zwar wird hier bei sieben der elf Teilmärkte eine Frauenquote von mehr als 50 Prozent erreicht, aber es gibt auch vier Teilmärkte, in denen die Frauen noch deutlich unterrepräsentiert sind. Während die Frauenquote bei der Software-/Games-Industrie erwartungsgemäß bei niedrigen 31 Prozent liegt, überraschen die niedrigen Quoten in der Musikwirtschaft, der Filmwirtschaft und im Markt für darstellende Künste.

Abschließend kann festgestellt werden: Es überrascht der Befund, dass die Frauen in den mehr kulturell orientierten Teilmärkten im Kernbereich – also bei den sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen – unterrepräsentiert sind, während die eher kreativ orientierten Teilmärkte sehr gute Frauenquoten erreichen.

Entwicklung

Abb. 2-16: Entwicklung der Frauen in abhängiger Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München im Vergleich ausgewählter Teilmärkte, 2009 bis 2014* – Kern- und Minibereich



Hinweis zum Kernbereich: SvB = Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte = Voll- und Teilzeit. Hinweis zum Minibereich: GeB = geringfügige (Mini) –Beschäftigte. *Schätzung bzw. vorläufig.; Insg. = Frauen und Männer insgesamt.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die dargestellten Teilmärkte sind für den Kern- und Minibereich die vier relativ stärksten Beschäftigungsmärkte der Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München.

Die Entwicklungen in den vier ausgesuchten Teilmärkten zeigen ausgeprägte strukturelle Unterschiede.

Im Buchmarkt ist ein konstanter Zuwachs bei den sozialversicherungspflichtigen (SvB) Arbeitsplätzen zu beobachten, mit einem Plus von 25 Prozent bei den Frauen und einem Plus von 22 Prozent insgesamt. Bei den geringfügig (GeB) Beschäftigten hingegen ist ein Abbau zu beobachten, der zu einem Verlust von 8 bis 10 Prozent führt.

Entgegen der Entwicklung beim Buchmarkt, ist im Pressemarkt die Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung konstant negativ verlaufen. So haben die Gruppe Frauen und die Gruppe Insgesamt jeweils 20 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze im Verlaufszeitraum verloren. Bei den Frauen hat auch kein Austausch zu den geringfügig entlohnten Arbeitsplätzen stattgefunden, denn hier verläuft die Kurve im Vergleichszeitraum ebenfalls negativ und endet bei einem Minus von 4 Prozent. Lediglich die geringfügige Beschäftigung in der Gesamtgruppe schafft im Zeitverlauf ein Plus von 12 Prozent. Das bedeutet, der Pressemarkt hat im Vergleichszeitraum lediglich Arbeitsplätze für geringfügig beschäftigte Männer ausgebaut.

In der Designwirtschaft ist die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung überdurchschnittlich stark gewachsen. Sowohl die Gruppe der Frauen vergrößert sich im Verlaufszeitraum um 27 Prozent, als auch die Gesamtgruppe, hier sogar um 33 Prozent. Dagegen sind bei den geringfügig Beschäftigten keine Arbeitsplätze aufgebaut worden. Nach einem geringen Zuwachs bis zum Jahr 2011 nimmt die geringfügige Beschäftigung bis zum Jahr 2014 stark ab, bei der Gruppe der Frauen beträgt der Verlust 33 Prozent, bei der Gruppe Insgesamt beträgt er 23 Prozent.

Der Werbemarkt zeigt ein ähnliches Bild wie die Designwirtschaft. Die Kurve der Frauen steigt bei der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung um 23 Prozent, die Kurve der Gruppe Insgesamt um 29 Prozent. Bei der geringfügigen Beschäftigung ist der Abwärtstrend noch ausgeprägter als in der Designwirtschaft. Hier sinkt der Anteil der Frauen um 44 Prozent, der Anteil der Gruppe Insgesamt sinkt um 30 Prozent.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Die Entwicklung der Frauen insgesamt hat im Vergleichszeitraum einen positiven Verlauf genommen, sowohl bei den freiberuflichen Künstlerinnen, wie auch bei den sozialversicherungspflichtig beschäftigten Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München. Lediglich die geringfügige Beschäftigung hat im Vergleichszeitraum abgenommen.

Die Zunahme der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze bei gleichzeitigem Abbau von geringfügigen Arbeitsplätzen ist allerdings ein Hinweis auf eine wirtschaftlich starke Marktentwicklung in der LH München. Denn sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze sind immer kostenintensiver als geringfügig entlohnte Arbeitsplätze. Hinzu kommt, dass der Anstieg von sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Vergleichszeitraum ein überdurchschnittlicher ist: sowohl in der Branche insgesamt mit 25 Prozent, als auch bei den Frauen mit 20 Prozent. Der Vergleich mit der Gesamtwirtschaft der LH München zeigt, dass zwischen dem Jahr 2009 und dem Jahr 2014 die sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze sowohl bei den Frauen, als auch insgesamt dort lediglich um 13 Prozent gestiegen sind.

Die Auswertung der Frauenquote macht deutlich, dass in Teilen der Kultur- und Kreativwirtschaft noch Nachholbedarf ist. So könnten die Frauen bei den sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen in einigen mehr kulturell orientierten Teilmärkten, wie der Musikwirtschaft, dem Filmmarkt und dem Markt für darstellende Künste sowie bei der Software-/Games-Industrie noch deutlich zulegen.

2.5 Selbständige Künstler- und Kulturberufe (Kern- und Minibereich)

Das folgende Kapitel zur Gruppe der selbständigen Künstler- und Kulturberufe bietet einen komprimierten Einblick in die Lage und Entwicklung der Künstler- und Kulturberufe. Nach den Vorgaben des Kulturreferates der LH München wurden folgende Künstler- und Kulturberufe in die Auswertung aufgenommen:

2.5.1 Definition

Abb. 2-17: Abgrenzung der selbständigen Künstler- und Kulturberufe (WZ 2008)

1. Musikberufe

- 90.03.1 Selbständige Komponisten/innen, Musikbearbeiter/innen
- 90.01.2 Musikensembles
- 59.20.1 Tonstudiobesitzer/innen

2. Literatur-/Wortberufe

- 90.03.2 Selbständige Schriftsteller/innen
- 90.03.5 Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen/innen
- 74.30.1 Selbständige Übersetzer/innen

3. Bildende Kunstberufe

- 90.03.3 Selbständige bildende Künstler/innen

4. Bühnen-/Filmberufe

- 90.01.4 Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen
- 59.11 Filmemacher/innen/Produzenten/innen

5. Designberufe

- 74.10.1 Industrie-, Produkt- und Mode-Designer/innen
- 74.10.2 Grafik- und Kommunikationsdesigner/innen
- 74.10.3 Interior Designer/innen und Raumgestalter/innen
- 73.11 Werbegestalter/innen (Anteil 50%)

6. Architekturberufe

- 71.11.1 Hochbauarchitekten/innen
- 71.11.2 Innenarchitekten/innen

7. Fotografen

- 74.20.1 Selbständige Fotografen/innen

Summe Gruppe 1.-7.

Zum Verständnis dieser Abgrenzung ist zu beachten, dass die Auswahl ausschließlich im Rahmen der statistischen Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft erfolgt. Damit wird

auch auf die Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft Bezug genommen, die nach Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz lautet:

„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.“ (siehe auch Kapitel 1).

Zu den statistisch erfassbaren selbständigen Künstler- und Kulturberufen zählen alle tätigen Künstler- und Kulturberufe, die steuerpflichtig sind und vorwiegend freiberufliche Einkünfte erzielen. Dazu dürften vor allem die künstlerisch oder literarisch orientierten Musiker/innen, Schriftsteller/innen, bildenden Künstler/innen, Bühnenkünstler/innen, die Filmemacher/innen aber auch große Teile der Gestalterberufe wie die Designer/innen und Architekten/innen zählen. Daneben gibt es zusätzlich eine geringere Anzahl, die schwerpunktmäßig als gewerbliche Künstler- und Kulturberufstätige tätig sind, wie zum Beispiel die Filmproduzenten/innen, die Werbegestalter/innen oder auch Anteile der Hochbauarchitekten/innen.

Im folgenden Abschnitt werden die statistischen Ergebnisse zu den Künstler- und Kulturberufen im Überblick und im Detail dargestellt, dabei sind folgende Gruppierungsmerkmale zur Einschätzung der vorliegenden Daten zu beachten. Die Künstler- und Kulturberufe werden in drei Umsatz-/Einkommensgruppen abgebildet, die erste Gruppe der wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bilden diejenigen, die mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielen und beim Finanzamt als Selbständige registriert sind. Die zweite Gruppe der geringfügig Selbständigen bilden diejenigen, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielen und beim Finanzamt als Kleinunternehmer registriert sind (Kleinunternehmerregelung § 19 UStG). Die dritte Gruppe der Freiberuflichen mit minimalen Einkünften bilden diejenigen, die in der Regel so wenige Einkünfte aus künstlerischer Tätigkeit erzielen, dass sie über das Finanzamt nicht mehr einzeln nachweisbar sind, jedoch noch über die KSK erfasst werden.

2.5.2 Die selbständigen Künstler- und Kulturberufe im Überblick

Die folgenden Auswertungen beruhen auf einer synthetischen Kombination der amtlichen Statistik (Umsatzsteuerstatistik) und den Angaben der Statistik der Künstlersozialkasse (KSK).

Abb. 2-18: Eckdaten zur Gruppe der selbständigen Künstler- und Kulturberufe in der LH München, 2014* – Kern- und Minibereich

Berufsgruppe	Selbständige Künstler- und Kulturberufe			
	Insgesamt Anzahl	ab 17.500 Euro Umsatz	davon Anteil in % unter 17.500 Euro Umsatz	minimale Einkünfte
1. Musikberufe	1.893	18%	16%	66%
2. Literatur-/Wortberufe	6.549	40%	40%	20%
3. Bildende Kunstberufe	3.714	16%	17%	67%
4. Bühnen-/Filmberufe	3.378	40%	40%	20%
5. Designberufe	4.908	46%	36%	18%
6. Architekturberufe	3.031	58%	34%	8%
7. Fotografen	1.407	48%	41%	10%
Alle Kulturberufe	100%	39%	33%	28%
Alle Kulturberufe (Nr. 1- 7)	24.879	9.596	8.270	7.012

Hinweis: Selbständige umfassen alle freiberuflichen und/oder gewerblich Tätigen; Unterteilung der Künstler nach drei Umsatzklassen a) ab 17.500 Euro Jahresumsatz; b) mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz, c) minimale Einkünfte aus künstlerischer Tätigkeit mit ca. 325 Euro/Monat

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Künstlersozialkasse; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

In der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München arbeiten im Jahr 2014 insgesamt rund 24.900 Selbständige in Künstler- und Kulturberufen. Diese Zahl umfasst alle sieben definierten Berufsgruppen zur Musik, Literatur/Wort, bildenden Kunst, Bühnenkunst/Film, Design, Architektur und Fotografie. Die größten Gruppen stellen die Literatur-/Wortberufe mit rund 6.500 Selbständigen, gefolgt von den Designberufen mit rund 4.900 Selbständigen, den bildenden Künstlern mit rund 3.700 Selbständigen, den Bühnen-/Filmberufen mit knapp 3.400 Selbständigen und den Architekturberufen mit rund 3.000 Selbständigen. Zu den kleineren Berufsgruppen zählen die Musikberufe mit rund 1.900 Selbständigen und die Fotografen mit rund 1.400 Selbständigen.

Im Folgenden werden die Selbständigen Künstler-/Kulturberufe nach den drei oben beschriebenen Umsatzklassen vorgestellt.

Danach arbeiten in der LH München rund 39 Prozent wirtschaftlich stärkere Selbständige, das sind rund 9.600, rund 33 Prozent geringfügig Selbständige, das sind rund 8.300 und rund 28 Prozent Freiberufler mit minimalen Einkünften, das sind rund 7.000. Diese

Durchschnittsangaben verdecken jedoch starke strukturelle Unterschiede in den einzelnen Berufsgruppen. Einige Beispiele können das verdeutlichen: Bei den Architekturberufen gehören 58 Prozent zu den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen, auch bei den Designberufen und den Fotografen gibt es ein deutliches Übergewicht an wirtschaftlich stärkeren Selbständigen. Umgekehrt gibt es in diesen drei genannten Gruppen nur wenige Freiberufler mit minimalen Einkünften, sie belegen Anteile von 8 Prozent bis 18 Prozent in diesen Berufsgruppen. Auf der anderen Seite stehen die Musikberufe und die bildenden Künstler/innen, die in den umsatzstärkeren Gruppen lediglich 18 Prozent bzw. 16 Prozent Anteile erreichen, während sie bei den Freiberuflern mit minimalen Einkünften deutlich überrepräsentiert sind: 66 Prozent der Musikberufe und 67 Prozent der bildenden Künstler/innen sind hier vertreten.

In der nun folgenden Beschreibung nach den einzelnen Berufsgruppen, werden neben dem zahlenmäßigen Umfang auch die Umsätze für die wirtschaftlich stärkeren und für die geringfügig Selbständigen angegeben. Da die Umsätze alle Einkunftsarten enthalten, also auch die gewerblichen und sonstigen Umsätze, werden ergänzend die jeweiligen Durchschnittseinkünfte aus freiberuflicher Tätigkeit gemäß der Einkommensstatistik 2010 für die Berufsgruppen angegeben.

2.5.3 Die Berufsgruppen der selbständigen Künstler- und Kulturberufe

Musikberufe

Zur Gruppe der Musikberufe zählen insgesamt 1.893 Selbständige, davon 333 wirtschaftlich stärkere Selbständige, 312 geringfügig Selbständige und 1.248 Freiberufler mit minimalen Einkünften. Alle Selbständigen zusammen erreichen im Jahr 2014 einen Umsatz von rund 41 Mio. Euro, der überwiegend durch die Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen erwirtschaftet wird.

Der durchschnittliche Umsatz je Musikberuf liegt bei den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bei 115.000 Euro im Jahr 2014. Dieser relativ hohe Wert verweist einerseits auf eine breite Streuung von wirtschaftlich kleineren Steuerpflichtigen und andererseits auf wenige jedoch weit überdurchschnittlich umsatzstarke Steuerpflichtige, die in der LH München ihren steuerpflichtigen Sitz haben. Zu bedenken ist weiterhin, dass der durchschnittliche Umsatzwert sowohl freiberufliche als auch gewerbliche Tätigkeiten und zusätzlich auch noch alle Betriebsausgaben umfasst.

Zu einer Einschätzung des freiberuflichen Einkommens aller selbständigen Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen weist die amtliche Statistik einen bayernweiten Durchschnittsbetrag von rund 33.100 Euro Einkünfte je Steuerpflichtiger aus,

den diese aus freiberuflicher Tätigkeit im Jahr 2010 erzielen konnten. Im Vergleich zum Jahr 2007¹⁰ mussten die Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen einen Verlust von durchschnittlich fast 5.000 Euro jährlich hinnehmen.

Besonders zu erwähnen ist, dass ein übergroßer Anteil der Musikberufe nicht aus der Umsatzsteuerstatistik ermittelt werden kann, sondern lediglich über die Künstlersozialkasse registriert wird. Der oben erwähnten Anzahl von 1.248 Freiberuflern mit minimalen Einkünften von wenigen hundert Euro im Monat, entsprechen zwei Drittel der erfassten Musikberufe.

Literatur-/Wortberufe

Zur Gruppe der Literatur-/Wortberufe zählen insgesamt 6.549 Selbständige, davon 2.645 wirtschaftlich stärkere Selbständige, 2.603 geringfügig Selbständige und 1.301 Freiberufler mit minimalen Einkünften. Alle Selbständigen zusammen erreichen im Jahr 2014 einen Umsatz von rund 206 Mio. Euro, der überwiegend durch die selbständigen Journalisten/innen und Pressefotografen/innen erwirtschaftet wird.

Der durchschnittliche Umsatz je Literatur-/Wortberuf liegt bei den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bei 72.000 Euro im Jahr 2014. Dieser durchschnittliche Umsatzwert enthält sowohl freiberufliche, wie auch gewerbliche Tätigkeiten und zusätzlich alle Betriebsausgaben.

Zu einer Einschätzung des freiberuflichen Einkommens aller Schriftsteller/innen weist die amtliche Statistik einen bayernweiten Durchschnittsbetrag von rund 35.900 Euro Einkünfte je Steuerpflichtigem aus, den diese aus freiberuflicher Tätigkeit im Jahr 2010 erzielen konnten. Im Vergleich zum Jahr 2007 mussten die Schriftsteller/innen einen Verlust von durchschnittlich fast 3.700 Euro im Jahr hinnehmen.

Die Gruppe der Journalisten/innen und Pressefotografen/innen erreicht ein durchschnittliches freiberufliches Einkommen von 25.900 Euro je Steuerpflichtigem. Auch diese Gruppe musste im Vergleich zum Jahr 2007 rund 2.600 Euro Verlust jährlich hinnehmen.

Die Gruppe der Übersetzer/innen/Dolmetscher/innen erreicht ein durchschnittliches freiberufliches Einkommen von 21.900 Euro je Steuerpflichtigem. Ebenfalls musste diese Gruppe im Vergleich zum Jahr 2007 rund 5.800 Euro Verlust jährlich hinnehmen.

¹⁰ Das Vergleichsjahr 2007 musste herangezogen werden, da für die Zwischenjahre 2008/2009 keine Daten von der amtlichen Statistik erhoben wurden.

Bildende Kunstberufe

Zur Gruppe der bildenden Kunstberufe zählen insgesamt 3.741 Selbständige, davon 588 wirtschaftlich stärkere Selbständige, 625 geringfügig Selbständige und 2.501 Freiberufler mit minimalen Einkünften.

Alle Selbständigen zusammen erreichen im Jahr 2014 einen Umsatz von rund 46 Mio. Euro. Der durchschnittliche Umsatz je bildendem Kunstberuf liegt bei den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bei 71.900 Euro im Jahr 2014. Dieser durchschnittliche Umsatzwert enthält sowohl freiberufliche, wie auch gewerbliche Tätigkeiten und zusätzlich alle Betriebsausgaben.

Zu einer Einschätzung des freiberuflichen Einkommens der bildenden Künstler/innen weist die amtliche Statistik einen bayernweiten Durchschnittsbetrag von rund 13.900 Euro Einkünfte je Steuerpflichtigem aus, den diese aus freiberuflicher Tätigkeit im Jahr 2010 erzielen konnten. Im Vergleich zum Jahr 2007 mussten die bildenden Künstler/innen einen Verlust von durchschnittlich fast 4.500 Euro jährlich hinnehmen.

Besonders zu erwähnen ist, dass ein übergroßer Anteil der bildenden Künstler/innen nicht aus der Umsatzsteuerstatistik ermittelt werden kann, sondern lediglich über die Künstlersozialkasse registriert wird. Der oben erwähnten Anzahl von rund 2.500 Freiberuflern mit minimalen Einkünften von wenigen hundert Euro im Monat, entsprechen zwei Drittel der erfassten bildenden Kunstberufe.

Bühnen-/Filmberufe

Zur Gruppe der Bühnen-/Filmberufe zählen insgesamt 3.378 Selbständige, davon 1.341 wirtschaftlich stärkere Selbständige, 1.358 geringfügig Selbständige und 679 Freiberufler mit minimalen Einkünften.

Alle Selbständigen zusammen erreichen im Jahr 2014 einen Umsatz von rund 890 Mio. Euro, der überwiegend durch die Filmemacher/innen/Filmproduzenten/innen erwirtschaftet wird. Der durchschnittliche Umsatz je Bühnen-/Filmberuf liegt bei den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bei 658.000 Euro im Jahr 2014. Dieser durchschnittliche Umsatzwert enthält sowohl freiberufliche, wie auch gewerbliche Tätigkeiten und zusätzlich alle Betriebsausgaben.

Zu einer Einschätzung des freiberuflichen Einkommens aller Bühnen-/Filmberufe weist die amtliche Statistik einen bayernweiten Durchschnittsbetrag von rund 23.500 Euro Einkünfte je Steuerpflichtigem aus, den diese aus freiberuflicher Tätigkeit im Jahr 2010 erzielen konnten. Im Vergleich zum Jahr 2007 mussten die Bühnen-/Filmberufe einen Verlust von durchschnittlich fast 2.300 Euro im Jahr hinnehmen.

Die Gruppe der Filmemacher/innen einschließlich Kameramänner/frauen etc. erreicht ein durchschnittliches freiberufliches Einkommen von 32.300 Euro je Steuerpflichtigem. Diese Gruppe musste im Vergleich zum Jahr 2007 rund 4.800 Euro Verlust jährlich hinnehmen.

Designberufe

Zur Gruppe der Designberufe zählen insgesamt 4.908 Selbständige, davon 2.264 wirtschaftlich stärkere Selbständige, 1.763 geringfügig Selbständige und 881 Freiberufler mit minimalen Einkünften.

Alle Selbständigen zusammen erreichen im Jahr 2014 einen Umsatz von rund 1,3 Mrd. Euro, der überwiegend durch die Werbegestalter/innen erwirtschaftet wird. Der durchschnittliche Umsatz je Designberuf liegt bei den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bei 575.000 Euro im Jahr 2014. Dieser durchschnittliche Umsatzwert enthält sowohl freiberufliche, wie auch gewerbliche Tätigkeiten und zusätzlich alle Betriebsausgaben.

Zu einer Einschätzung des freiberuflichen Einkommens aller Designberufe weist die amtliche Statistik einen bayernweiten Durchschnittsbetrag von rund 24.700 Euro Einkünfte je Steuerpflichtigem aus, den diese aus freiberuflicher Tätigkeit im Jahr 2010 erzielen konnten. Im Vergleich zum Jahr 2007 mussten die Designberufe einen Verlust von durchschnittlich fast 13.200 Euro im Jahr hinnehmen.

Die Gruppe der Werbegestalter/innen erreicht ein durchschnittliches freiberufliches Einkommen von 21.200 Euro je Steuerpflichtigem. Diese Gruppe musste im Vergleich zum Jahr 2007 rund 7.300 Euro Verlust jährlich hinnehmen.

Architekturberufe

Zur Gruppe der Architekturberufe (Hochbau- und Innenarchitekten) zählen insgesamt 3.031 Selbständige, davon 1.744 wirtschaftlich stärkere Selbständige, 1.029 geringfügig Selbständige und 257 Freiberufler mit minimalen Einkünften. Alle Selbständigen zusammen erreichen im Jahr 2014 einen Umsatz von rund 444 Mio. Euro. Der durchschnittliche Umsatz je Architekturberuf liegt bei den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bei 250.000 Euro im Jahr 2014. Dieser durchschnittliche Umsatzwert enthält sowohl freiberufliche, wie auch gewerbliche Tätigkeiten und zusätzlich alle Betriebsausgaben.

Zu einer Einschätzung des freiberuflichen Einkommens aller Architekturberufe weist die amtliche Statistik einen bayernweiten Durchschnittsbetrag von rund 40.200 Euro Einkünfte je Steuerpflichtigem aus, den diese aus freiberuflicher Tätigkeit im Jahr 2010 erzielen konnten.

Im Vergleich zum Jahr 2007 konnten die Architekturberufe einen minimalen Zuwachs von durchschnittlich fast 130 Euro jährlich erreichen.

Fotografen

Zur Gruppe der Fotografen/innen zählen insgesamt 1.407 Selbständige, davon 681 wirtschaftlich stärkere Selbständige, 581 geringfügig Selbständige und 145 Freiberufler mit minimalen Einkünften.

Alle Selbständigen zusammen erreichen im Jahr 2014 einen Umsatz von rund 66 Mio. Euro. Der durchschnittliche Umsatz je Fotograf/in liegt bei den wirtschaftlich stärkeren Selbständigen bei 93.000 Euro im Jahr 2014. Dieser durchschnittliche Umsatzwert enthält sowohl freiberufliche, wie auch gewerbliche Tätigkeiten und zusätzlich alle Betriebsausgaben.

Zu einer Einschätzung des freiberuflichen Einkommens aller Fotografen/innen weist die amtliche Statistik einen bayernweiten Durchschnittsbetrag von knapp 22.000 Euro Einkünfte je Steuerpflichtigem aus, den diese aus freiberuflicher Tätigkeit im Jahr 2010 erzielen konnten. Im Vergleich zum Jahr 2007 mussten die Fotografen/innen einen Verlust von durchschnittlich fast 8500 Euro jährlich hinnehmen.

2.5.4 Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Die zentrale empirische Erkenntnis gilt leider auch für das aktuelle Jahr 2014: mehr als 60 Prozent aller Künstler und Kulturberufler erzielen in der LH München nach wie vor einen Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro. Damit müssen sie weiterhin dem prekären Bereich zugeordnet werden.

Die Einkünfte aus freiberuflicher Tätigkeit sind im Durchschnitt bis auf eine Ausnahme alle gesunken. Die dargestellten Werte beziehen sich zwar auf Bayern insgesamt, sie werden jedoch durch die LH München maßgeblich bestimmt. Zwei Beispiele seien hier genannt: Die Gruppe mit den stärksten Durchschnittsverlusten sind die Designer, die innerhalb des Vergleichszeitraumes 2007 bis 2010 von einem durchschnittlichen Jahreseinkommen von 37.800 Euro auf 24.700 gesunken sind. Das bedeutet einen Verlust von mehr als 13.000 Euro im Jahr. Eine weitere erwähnenswerte Gruppe stellen die bildenden Künstler mit den kleinsten Jahresdurchschnittseinkommen dar, aber selbst sie mussten Einbußen hinnehmen. Erzielten sie im Jahr 2007 noch 18.400 Euro Jahreseinkommen, sank dieses zum Jahr 2010 auf 13.900 Euro. Die einzige Gruppe ohne Verlust stellen die Architekten, die im Jahr 2007 rund 40.100 Euro Durchschnittseinkommen erzielten und im Jahr 2010 mit rund 40.200 Euro zumindest nominell keine Einbußen zu verzeichnen hatten. Zur sachgerechten Einschätzung dieser Darstellungen muss allerdings berücksichtigt werden, dass die hier vorliegenden Befunde bislang erste Anhaltswerte darstellen. Späteren Untersuchungen muss es vorbehalten bleiben, die Einkommenssituation der Künstler und Kreativen umfassender und differenzierter zu beleuchten.

Dennoch können die vorliegenden Befunde für die Verantwortlichen in der LH München nicht zufriedenstellend sein – gehört München doch zu den auch international relevanten Städten bundesweit. Damit die Stärke der Künstler und Kulturberufe in der LH München erhalten bleibt oder auch gesteigert werden kann, sollten geeignete Maßnahmen initiiert werden, die den Trend der zunehmenden Einkommensverluste aufhalten können. Denn es gilt, was bereits im EMM-Bericht aus dem Jahr 2012 beschrieben wurde:

„Die Künstler- und Kulturberufe sind das Herzstück der Kultur- und Kreativwirtschaft. Denn sie stehen im Zentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ihre Tätigkeit - der so genannte schöpferische Akt - bildet den Ausgangspunkt für alle weiteren Aktivitäten der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer verschiedenen Teilmärkte. Vor der Verwertung stehen als zentrale Protagonisten Musiker/innen, Schriftsteller/innen, Autor/innen, bildende Künstler/innen, Schauspieler/innen, Regisseure/innen, Designer/innen, Architekten/innen, Journalisten/innen oder Werbetexter/innen. Als originäre Produzenten und Urheber, als Kunstschaffende oder Dienstleister stellen sie das Potenzial, ohne das keine Filmfirma, kein Musikkonzern, kein Buchverlag und ebenso kein Galerist etwas zu verwerten und zu verbreiten hätte. Ihre

besondere Stellung wird allerdings nicht ohne weiteres akzeptiert. Oft wird ihnen nur die Rolle von Zulieferern zugestanden – wenn sie denn überhaupt als eigenständige Akteursgruppe wahrgenommen werden.

Eine entscheidende Ursache hierfür dürfte darin liegen, dass die Gruppe der Kunstschaffenden und Kreativen innerhalb der Wertschöpfungskette der Kultur- und Kreativproduktion nach ökonomischen Maßstäben in aller Regel zu den kleinsten Akteuren zählt. Darüber hinaus verfügen Kunstschaffende vielfach über keine geeigneten organisatorischen Strukturen, um den Verwertern als eigenständiger, respektierter und vor allem gleichberechtigter Verhandlungspartner entgegen zu treten. Nicht zuletzt zeichnet sich die Kunst-, Kultur- oder Kreativszene vielfach durch eine schwer überschaubare kreative Vielfalt aus. Die damit verbundene „Überproduktion“ speist sich aus den Aktivitäten von unterschiedlich befähigten Kunstschaffenden und Kreativen mit differenziertem und diversifiziertem Ausbildungshintergrund, die wiederum miteinander konkurrieren. Künstler/innen und Kreative bewegen sich also in einem komplexen und komplizierten Feld, zu dem darüber hinaus die wirtschaftlichen Aktivitäten gehören. Die hier dargestellten Größen und Anhaltswerte für die verschiedenen Kulturberufsgruppen dürften deutlich machen, dass zum Einen sowohl die Anzahl der im Markt beruflich Tätigen weit unterschätzt wird. Zum anderen ist ein erheblicher Informationsbedarf bezüglich der wirtschaftlichen Lage der Kulturberufe festzustellen, der mit den wenigen hier vorgestellten Daten keineswegs erschöpfend behandelt werden konnte. Je ernsthafter diese Akteursgruppe als Entwickler experimenteller und kreativer Leistungen in den Blick der öffentlichen Aufmerksamkeit gerät, desto mehr wird sich nicht nur die Politik mit ihnen beschäftigen müssen.“¹¹

¹¹ EMM (2012). Zusammenfassender Kurzbericht mit statistischer Auswertung der Künstler-/Kulturberufe in der Landeshauptstadt München. S. 11.

3 Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München (Kernbereich)

In diesem Kapitel, der Betrachtung der einzelnen Teilmärkte, wird der Fokus ausschließlich auf den Kernbereich gerichtet. Die kleine Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren Mini-Selbständigen und geringfügig Beschäftigten wird in diesem Kapitel nicht berücksichtigt. Der Grund dafür liegt darin, dass oftmals für den Minibereich in der Feingliedrigkeit der Teilmärkte aus Datenschutzgründen keine verwertbaren Daten vorliegen.

Im Folgenden werden nun die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Form statistischer Kurzporträts vorgestellt. Arbeitsgrundlage sind die amtliche Statistik und die offizielle Wirtschaftszweigklassifikation. Auf dieser Basis werden alle zugänglichen amtlichen Wirtschafts- und Beschäftigungsdaten einbezogen und ausgewertet. Erst dadurch können so unterschiedliche Aktivitäten wie die eines Architekturbüros, einer Filmproduktion oder eines Designerbüros verglichen werden.

In der Strukturbeschreibung werden jeweils die Spezifika der Teilmärkte analysiert.

Im Vergleich der Teilmärkte wird die Entwicklung in der LH München derjenigen des Bundesgebiets gegenüber gestellt. Dabei ist folgendes zu beachten:

- Die Entwicklung im Beschäftigungsmarkt kann für den Zeitraum 2009 bis 2014 untersucht werden.
- Bei der Entwicklung der Selbständigen bzw. Unternehmen und deren Umsätzen kann der Vergleich für das Bundesgebiet nur bis zum Jahr 2013 vorgenommen werden, da im aktuell vorliegenden Bundesmonitoring zur Kultur- und Kreativwirtschaft (BMWI 2014) die Entwicklung bis zum Jahr 2014 noch nicht dokumentiert wird.

Insgesamt zeigen die statistischen Teilmärkteportraits die relevanten wirtschafts- und beschäftigungsbezogenen Entwicklungen und Schwerpunkte.

Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über die Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München nach Teilmärkten für die Jahre 2013 und 2014. Die Teilmärkte werden anschließend in den folgenden Kapiteln einzeln analysiert.

Abb. 3-1: Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München nach Teilmärkten, 2013 und 2014* – Kernbereich

Teilmarkt	Selbständige/ Unternehmen		Umsatz		Sozialversich.- Beschäftigte		Erwerbstätige	
	Anzahl 2013	Anzahl 2014*	in Mio.	in Mio.	Anzahl 2013	Anzahl 2014*	Anzahl 2013	Anzahl 2014*
			Euro 2013	Euro 2014*				
Musikwirtschaft	737	737	566	569	1.530	1.544	2.267	2.281
Buchmarkt	1.280	1.287	1.406	1.434	4.973	5.246	6.253	6.533
Kunstmarkt	801	795	237	252	263	248	1.064	1.043
Filmwirtschaft	1.542	1.552	1.662	1.677	3.156	3.361	4.698	4.913
Rundfunkwirtschaft	1.677	1.677	213	214	2.525	2.556	4.202	4.233
Markt f. darst. Künste	998	1.021	186	191	803	840	1.801	1.862
Designwirtschaft	3.532	3.547	1.391	1.459	5.338	5.452	8.869	8.998
Architekturmarkt	2.249	2.245	559	584	3.539	3.842	5.788	6.087
Pressemarkt	2.285	2.264	1.715	1.728	7.321	6.901	9.606	9.165
Werbemarkt	1.303	1.261	2.174	2.293	8.439	8.437	9.742	9.698
Software-/Games-Ind.	2.112	2.170	1.702	1.731	19.422	19.871	21.534	22.041
Sonstige	434	429	45	45	333	361	767	790
Summe mit DZ	18.949	18.985	11.855	12.176	57.642	58.659	76.591	77.644
Doppelzählung	3.629	3.638	1.427	1.494	4.928	4.963	8.556	8.601
Kultur-/Kreativ- wirtschaft	15.321	15.347	10.428	10.682	52.714	53.696	68.035	69.043
Anteil KKw an GW	17,7%	17,7%	3,8%	3,9%	7,0%	6,9%	8,1%	8,0%

Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; Kernbereich umfasst Selbständige bzw. Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz; sozialversicherungspflichtig Beschäftigte = Voll- und Teilzeit, aber ohne geringfügige (Mini-) Beschäftigung; Erwerbstätige = Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Kernbereich).
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

3.1 Musikwirtschaft (Kernbereich)

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

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

Struktur

Abb. 3-2: Strukturdaten der Musikwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Musikwirtschaft	737	569	1.544	2.281
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
Selbständige Musiker/innen etc.	33%	4%	1%	
Musik-/Tanzensembles	5%	1%	10%	
Tonstudios etc.	8%	2%	32%	
Tonträgerverlage	6%	55%	/	
Musikverlage	12%	5%	/	
**Theater-/Konzertveranstalter	9%	10%	21%	
**Private Musicalhäuser, Konzerthäuser etc.	1%	3%	16%	
*Erbr. v. Dienstleistungen f. d. darst. Kunst	14%	5%	6%	
Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	5%	12%	11%	
**Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.	2%	1%	1%	
Herstellung von Musikinstrumenten	5%	2%	2%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	4%	5%	3%	3%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; ** dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1; (/) = in Tonstudios enthalten.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

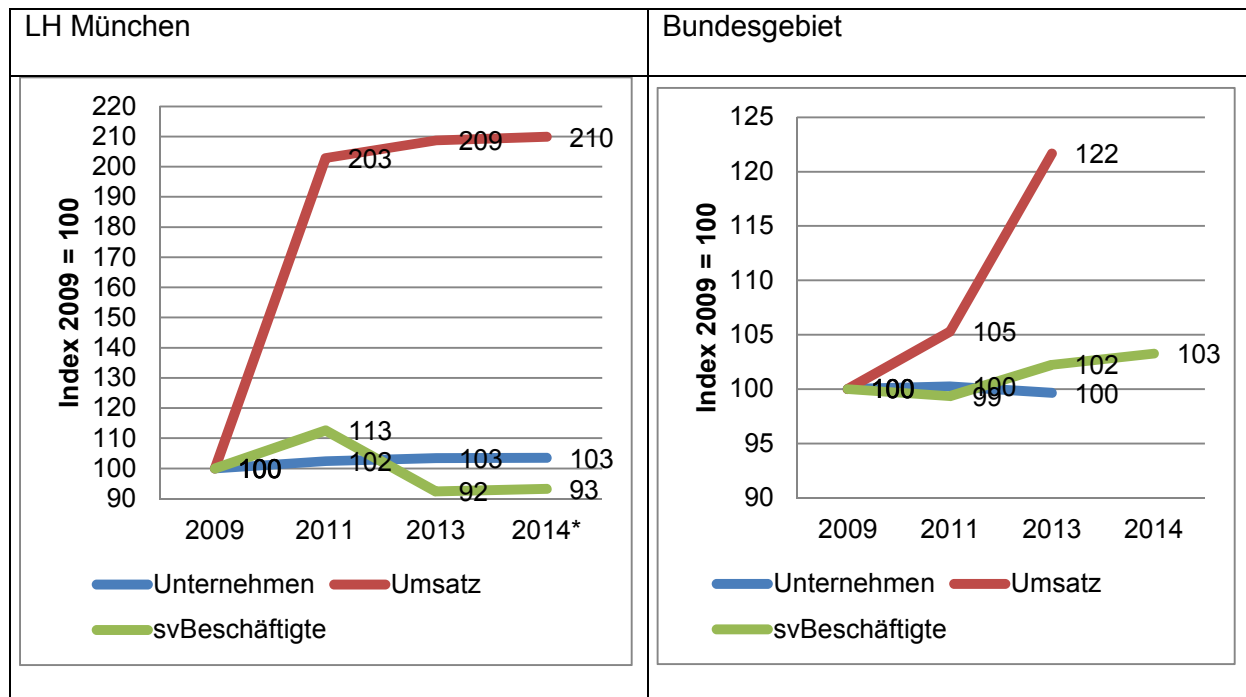
Die Musikwirtschaft erreicht ein **Umsatzvolumen** von rund 570 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 5 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München erzielten Umsatzes. Die wichtigsten Wirtschaftszweige sind die Tonträger-/Musikverlage einschließlich Tonstudios mit einem Anteil von 62 Prozent, die Musikeinzelhändler mit 12 Prozent und die Theater-/Konzertveranstalter mit 10 Prozent Anteil. Sie zeichnen für mehr als 80 Prozent des musikwirtschaftlichen Umsatzes verantwortlich. Die privaten Musicalhäuser und die Hersteller von Musikinstrumenten folgen in deutlichem Abstand mit jeweils einstelligen Umsatzanteilen. Für die selbständigen Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen werden 4 Prozent Umsatzanteil geschätzt.

Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmer** in der Musikwirtschaft liegt bei 737, das entspricht 4 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Erwartungsgemäß stellen die Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen mit einem Anteil von 33 Prozent der Selbständigen und Freiberufler die größte Gruppe. Ihnen folgen die Tonträger-/Musikverlage einschließlich Tonstudios mit 26 Prozent und die musikbezogenen Dienstleistungsunternehmen mit 14 Prozent Anteil bei den Unternehmen. Insgesamt wird die Musikwirtschaft von einer kleinteiligen Unternehmenslandschaft geprägt.

In der Musikwirtschaft sind knapp 2.300 Personen erwerbstätig, das entspricht einem Anteil von 3 Prozent der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Unter den Erwerbstätigen sind mehr als 1.500 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigte**. Das Ranking nach der Zahl der Beschäftigten führen wiederum die Tonträger-/Musikverlage einschließlich Tonstudios mit einem Anteil von 32 Prozent an, gefolgt von den Theater-/Konzertveranstaltern mit 21 Prozent und den privaten Musicalhäusern mit 16 Prozent. Der Musikeinzelhandel und die Musik-Tanzensembles sind noch mit Anteilen von 10 Prozent bis 11 Prozent in nennenswerter Weise beteiligt. Damit ist der Beschäftigungsmarkt der Musikwirtschaft auf eine breite Basis gestellt.

Entwicklung

Abb. 3-3: Entwicklung der Musikwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig, weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1. **Der starke Umsatzzuwachs ist durch statistische Umsetzungen v.a. bei Tonträger- und Musikverlagen verursacht.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

In der Musikwirtschaft zeigen die Entwicklungsverläufe beim Umsatz sehr ungewöhnliche Steigerungen. In der LH München steigt die Umsatzkurve vom Jahr 2009 auf das Jahr 2011 auf ein Plus von über 100 Prozent und in den Folgejahren minimal weiter. Dieser extreme Umsatzzuwachs in den Anfangsjahren ist allerdings kein wirtschaftliches Ergebnis, sondern er basiert auf einer statistischen Umsetzung von einzelnen Unternehmen, die aus anderen Wirtschaftszweigen den Tonträgerverlagen zugerechnet wurden. Ein ähnlicher Effekt, wenn auch nicht so deutlich ist bei der Bundeskurve zu beobachten. Auch dort ist der Umsatzzuwachs von 22 Prozent im gesamten Vergleichszeitraum kein wirtschaftlicher Zuwachs, sondern durch statistische Veränderungen der Unternehmenszuordnungen zu erklären. Ohne die statistische Verzerrung durch die Tonträger würde der Umsatz der Musikwirtschaft in der LH München im Vergleichszeitraum schätzungsweise um 7 Prozent ansteigen. Im Bundesgebiet würde er vergleichsweise um schätzungsweise 5 Prozent ansteigen. Bei der Entwicklung der Unternehmen ist in beiden Abbildungen eine Stagnation im Vergleichszeitraum zu beobachten. Bei der Entwicklung der Beschäftigung allerdings rutscht die LH München nach einem Zwischenhoch im Jahr 2011 in den Folgejahren ins Minus und verliert im Vergleichszeitraum 7 Prozent der Beschäftigten, während zugleich im

Bundesgebiet im gesamten Vergleichszeitraum die Zahl der Beschäftigten minimal um 3 Prozent wächst. Das liegt an den Tonträger-/Musikverlagen einschließlich Tonstudios, die ebenso wie auch der Musikeinzelhandel Arbeitsplätze abgebaut haben.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Insgesamt ist die Umsatzentwicklung in wirtschaftlicher Hinsicht mit 7 Prozent besser als im Bundesgebiet – die statistische Verzerrung wird hier nicht berücksichtigt – was aber nicht zu einem Beschäftigungsaufbau in der LH München geführt hat, im Gegensatz dazu haben die Beschäftigten im Bundesgebiet um 3 Prozent zugelegt. Aus kulturpolitischer Perspektive ist die Lage der selbständigen Komponisten/innen/Musikbearbeiter/innen einerseits erfreulich, denn die Zahl der Selbständigen wächst in diesem Wirtschaftszweig, zugleich aber stagniert der Umsatz seit dem Jahr 2011. Somit hat ein einzelner Komponist/Musikbearbeiter durchschnittlich weniger erwirtschaftet, als in früheren Jahren. Zusätzliche wirtschafts- und kulturpolitische Maßnahmen könnten die Entwicklung der Musikwirtschaft in der LH München unterstützen.

3.2 Buchmarkt (Kernbereich)

Der Buchmarkt zählt innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den mittleren Teilmärkten. Er verfügt über eine hohe eigene Marktidentität. Die wichtigsten Lieferanten der Literatur- und Wortproduktion, die selbständigen Schriftsteller/innen, Übersetzer/innen und Journalisten/innen arbeiten als ausgeprägte Individualisten meist außerhalb der verschiedenen Berufsverbände. Die Print- und Medienmärkte werden im Rahmen der vorliegenden Untersuchung als Pressemarkt und damit als eigener Teilmarkt behandelt.

Struktur

Abb. 3-4: Strukturdaten des Buchmarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Buchmarkt	1.287	1.434	5.246	6.533
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
Selbständige Schriftsteller/innen	61%	4%	1%	
Selbständige Übersetzer/innen	15%	1%	9%	
Buchverlage	11%	53%	71%	
Einzelhandel mit Büchern	8%	41%	17%	
Antiquariate	2%	0,5%	0,2%	
Buchbinderei etc.	3%	1%	2%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	7%	12%	9%	8%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig, weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

Der Buchmarkt erwirtschaftet einen **Umsatz** von rund 1,4 Mrd. Euro, das entspricht einem Anteil von 12 Prozent des Umsatzes an der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Davon entfallen auf die Buchverlage 53 Prozent, auf den Bucheinzelhandel 41 Prozent und auf die Schriftsteller/innen einschließlich Übersetzer/innen 5 Prozent. Der Anteil der Buchbindereien liegt bei rund 1 Prozent.

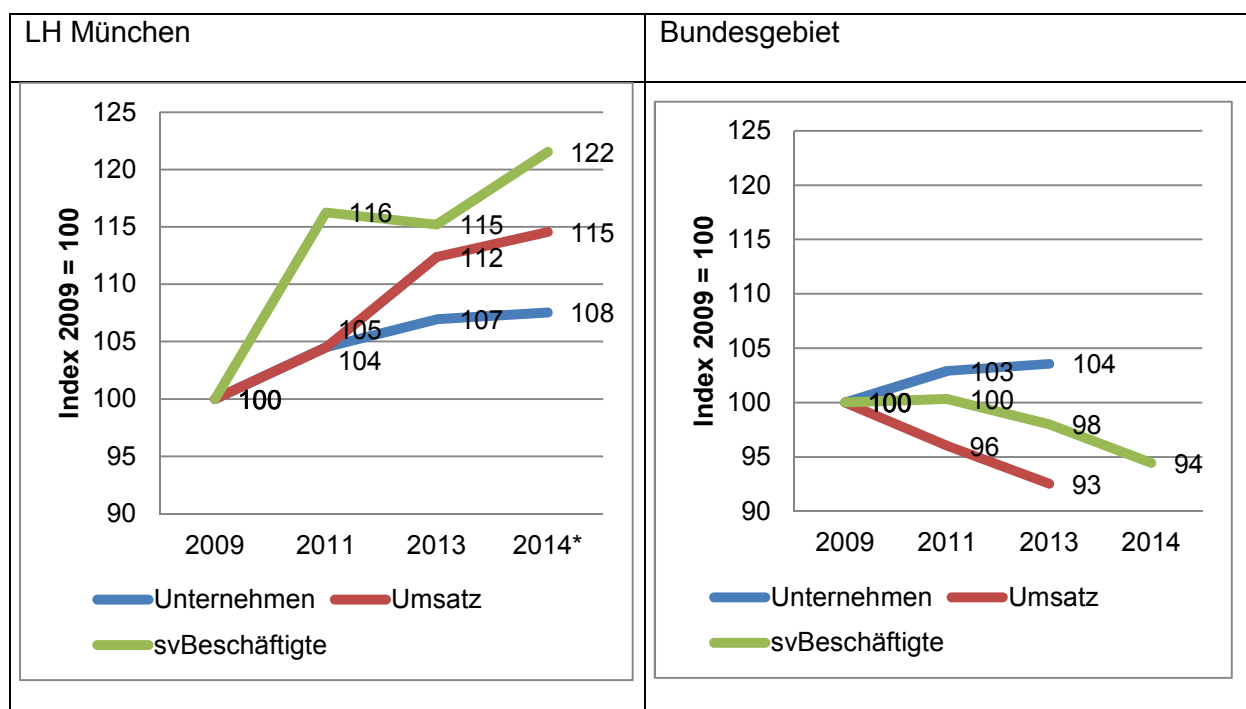
Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** im Buchmarkt liegt bei rund 1.300, das sind 7 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Erwartungsgemäß bilden die Schriftsteller/innen und Übersetzer/innen die größte Gruppe mit 76 Prozent aller Selbständigen im Buchmarkt. Die Buchverleger mit 11 Prozent und die Bucheinzelhändler mit 8 Prozent erreichen noch nennenswerte Anteile.

Im Buchmarkt sind rund 6.500 **Erwerbstätige** beschäftigt, dies entspricht 8 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen. In der Differenzierung nach den **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** arbeiten rund 5.200 Personen im Buchmarkt.

Diese werden zum überwiegenden Teil bei den Buchverlagen eingesetzt, alleine 71 Prozent der Beschäftigten sind dort zu finden. Im Buch Einzelhandel sind 17 Prozent beschäftigt, 9 Prozent in Übersetzungsbüros und 2 Prozent bei den Buchbindereien. Erwartungsgemäß gibt es bei den Schriftstellern/innen eher selten Beschäftigte, sie schlagen lediglich mit 1 Prozent zu Buche.

Entwicklung

Abb. 3-5: Entwicklung des Buchmarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig, weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Der Buchmarkt der LH München entwickelt sich trotz der allgemein schwierigen Situation im Vergleichszeitraum überraschend positiv. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten steigt in der LH München überdurchschnittlich an und erreicht am Ende des Vergleichszeitraums ein Plus von 22 Prozent. Die vergleichbare Kurve im Bundesgebiet hingegen zeigt eine kontinuierliche Schrumpfung bei der Beschäftigung an. Im Hinblick auf den Beschäftigungsmarkt kann sich die LH München also vom Bundestrend komplett abkoppeln. Auch bei der Unternehmensentwicklung erreicht die LH München mit einem Plus von 8 Prozent einen doppelt so starken Anstieg wie das Bundesgebiet. Die Umsatzkurve ist in der LH München ebenso deutlich positiv und erreicht ein Plus von 15 Prozent. Im Bundestrend zeigt die Entwicklungskurve negative Veränderungen von 7 Prozent im

Vergleichszeitraum an. Damit kann sich der Buchmarkt der LH München auch in wirtschaftlicher Hinsicht vollständig vom Bundestrend abkoppeln.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Die erstaunlich positiven Entwicklungstrends für den Buchmarkt der LH München sind vor dem Hintergrund der strukturell allgemein schwierigen Lage des Buchmarktes insgesamt sehr erfreulich. Die Umsatzentwicklung bei den selbständigen Schriftstellern/innen hat deutlich stärker zugenommen als die Zahl der selbständigen Schriftsteller/innen. Das bedeutet, die Schriftsteller/innen haben wahrscheinlich von der insgesamt positiven Lage des Buchmarktes in der LH München profitieren können. Lediglich der Buch Einzelhandel hat offenbar Absatzschwierigkeiten, sein Umsatz stagniert im Vergleichszeitraum.

3.3 Kunstmarkt (Kernbereich)

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

So wird der Kunsthandel in der amtlichen Statistik mit anderen artfremden wirtschaftlichen Aktivitäten zusammengelegt, wie zum Beispiel mit dem Verkauf von Geschenkartikeln, Hirschgeweihen, Briefmarken, etc. Deshalb kann der in Deutschland gültige Wirtschaftszweig „Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.“ nicht ausschließlich für den Kunstmarkt angewendet, sondern lediglich in anteiliger Verwendung geschätzt werden. Zusätzlich enthält dieser Wirtschaftszweig „selbständige bildende Künstler/innen“, dazu gehören sowohl freie als auch angewandte Künstlerberufe.

Struktur

Abb. 3-6: Strukturdaten des Kunstmarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Kunstmarkt	795	252	248	1.043
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
Selbständige bildende Künstler/innen	74%	17%	16%	
** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	9%	27%	29%	
Museumsshops, etc.	4%	42%	38%	
Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	12%	14%	18%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	4%	2%	0,4%	1%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig, weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1;

**WZ Nr. 47.78.3 wegen der bundesweiten Konzentration hier abweichend vom üblichen Anteil 20% anteilig mit 30% geschätzt.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

Der Kunstmarkt erzielt einen **Umsatz** von rund 250 Mio. Euro, das entspricht 2 Prozent des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Davon entfallen auf die Museumsshops und kommerziellen Kunstausstellungen 42 Prozent, auf die beiden Handelszweige Kunsthandel und Antiquitätenhandel jeweils 27 bzw. 14 Prozent und auf die bildenden Künstler/innen 17 Prozent.

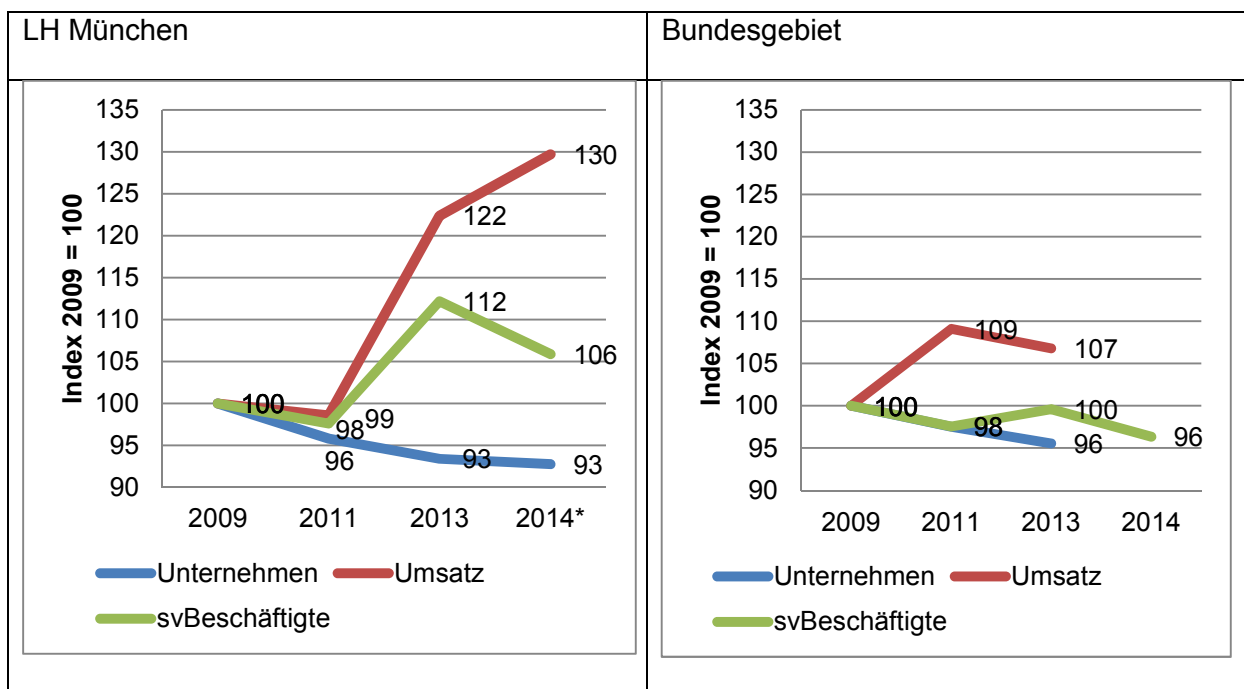
Die Zahl der **Selbständigen** und **steuerpflichtigen Unternehmen** liegt bei knapp 800, das entspricht einem Anteil von 4 Prozent an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.

Erwartungsgemäß stellen die bildenden Künstler/innen mit 74 Prozent die größte Gruppe, in großem Anstand folgen der Antiquitätenhandel mit 12 Prozent und der Kunsthandel mit 9 Prozent. Die Museumsshops etc. sind mit 3 Prozent der Unternehmen vertreten.

Die Zahl aller **Erwerbstätigen** liegt bei rund 1.000 Personen. Die Zahl der **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** ist im Gegensatz zu den meisten anderen Teilmärkten relativ klein, mit rund 250 Beschäftigten stellen sie ein Viertel der Erwerbstätigen im Kunstmarkt. In der Differenzierung nach den vier Kunstmarktzeigen fällt auf, dass die Museumsshops und kommerziellen Kunstausstellungen mit 38 Prozent den größten Anteil der Beschäftigung erreichen. An zweiter Stelle liegt der Kunsthandel mit 29 Prozent. Auffallend ist der relativ hohe prozentuale Anteil der Beschäftigung bei den bildenden Künstlern/innen mit 16 Prozent. Diese Zahl ist auf die wenigen finanzstarken Künstlerateliers beschränkt, die sich überhaupt Beschäftigte leisten können, denn das Gros der rund 590 bildenden Künstler/innen ist nicht in der Lage, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zu finanzieren.

Entwicklung

Abb. 3-7: Entwicklung des Kunstmarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig, weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Umsatzkurve des Kunstmarktes nimmt in der LH München einen erfreulichen Verlauf, nach einem geringen Minus bis zum Jahr 2011 steigt sie im Vergleichszeitraum um insgesamt 30 Prozent. Im Bundesgebiet hingegen steigt der Umsatz zunächst bis zum Jahr 2011 um 9 Prozent, um dann aber um 2 Prozentpunkte zu fallen. Auf Grund der besonders kleinteiligen Struktur des Kunstmarktes muss davon ausgegangen werden, dass positive oder negative Ergebnisse einzelner Kunsthändler schnell das Bild des gesamten Kunstmarktes beeinflussen können. Im Falle der LH München sind es aber mehr noch die Umsätze der Museumsshops und kommerziellen Kunstausstellungen, die den Markt prägen. Mehr als 100 Mio. Euro Umsatz verbucht alleine dieser Wirtschaftszweig. Angesichts so weltberühmter Museen wie z. B. der Alten Pinakothek oder der Neuen Pinakothek mit ihren umsatzträchtigen Museumsshops ist dies nachvollziehbar.

Bei der Entwicklung des Beschäftigungsmarktes zeigt der Kurvenverlauf in der LH München bis zum Jahr 2013 ein positives Ergebnis, zum aktuellen Jahr 2014 flacht der Verlauf allerdings ab. Immerhin hat die Beschäftigung in der LH München mit insgesamt 6 Prozent zugenommen, während die Beschäftigung im Bundesgebiet stagniert bzw. sogar um 4 Prozent bis zum Ende des Vergleichszeitraumes geschrumpft ist.

Die Zahl der Selbständigen und Unternehmen schrumpft allerdings in der LH München und liegt mit einem Minus von 7 Prozent noch unter derjenigen des Bundesgebiets von minus 4 Prozent. Das liegt vorwiegend an den selbständigen Künstlern/innen, deren Zahl im Zeitverlauf um 4 Prozent zurück gegangen ist. Zusätzlich hat es auch in den anderen drei Wirtschaftszweigen des Kunstmarktes einen Rückgang von Unternehmen gegeben.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Die wirtschaftliche Entwicklung des Kunstmarktes in der LH München ist insgesamt positiv zu bewerten. Die Schrumpfungsprozesse bei den bildenden Künstlern/innen und den Kunstmarktunternehmen deuten möglicherweise auf strukturelle Veränderungen hin: wirtschaftsschwächere Unternehmen werden vermutlich vom Markt verdrängt. Im Fall der bildenden Künstler ist jedoch von einem Vertrauensverlust in den Markt auszugehen. Hier sollte die Kulturpolitik mit geeigneten Maßnahmen gegensteuern.

3.4 Filmwirtschaft (Kernbereich)

Zur Filmwirtschaft zählen die selbständigen Künstler-/Kulturberufe der Bühnenkünstler/innen, die stellvertretend für die Vielzahl der Filmberufe stehen. Zu den produzierenden und verbreitenden Unternehmen gehören die Film-/TV- und Videofilmherstellung, die Filmverleih- und Videoprogrammanbieter und die Kinos. Zusätzlich aufgenommen werden die Wirtschaftszweige „Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.“ und die „Videotheken“. Als Besonderheit ist darauf hinzuweisen, dass die Filmproduktion ebenso die Produktion von Fernsehfilmen einschließt und diese nicht zusätzlich in der Rundfunkwirtschaft erfasst wird. Die Filmwirtschaft steht in enger Beziehung zur Rundfunkwirtschaft und anderen audiovisuellen Branchen.

Eine besondere Rolle spielen die Filmemacher/innen und Filmproduzenten/innen 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/innen und Bühnenkünstler/innen lediglich funktionsbezogen und nicht als Urheber einzustufen sind.

Struktur

Abb. 3-8: Strukturdaten der Filmwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio. Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Filmwirtschaft	1.552	1.677	3.361	4.913
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
**Selbständige Bühnen-, Film-, TV- Künstler/innen	47%	4%	1%	
Film-/TV-Produktion	40%	49%	65%	
Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	6%	1%	9%	
Filmverleih u.-vertrieb	4%	42%	17%	
Kinos	2%	2%	5%	
**Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern	1%	0,5%	1%	
Videotheken	1%	3%	2%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	8%	14%	6%	6%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; **dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

Die Filmwirtschaft erreicht insgesamt einen **Umsatz** von 1,7 Mrd. Euro, das entspricht 14 Prozent des gesamten Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Film-/TV-

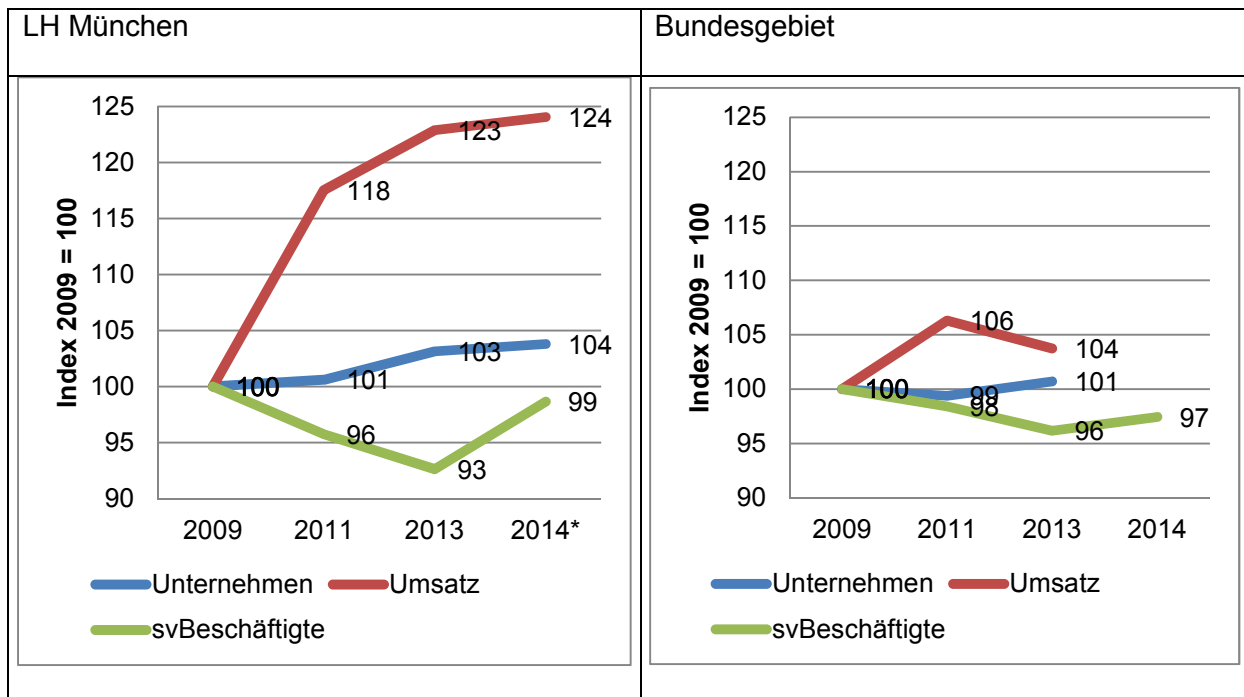
Produktion ist der stärkste Wirtschaftszweig, er erwirtschaftet 49 Prozent, dicht gefolgt vom Filmverleih/-vertrieb mit einem Anteil von 42 Prozent. Diese beiden Wirtschaftszweige dominieren die gesamte Filmwirtschaft in der LH München. Die restlichen Wirtschaftszweige spielen lediglich eine marginale Rolle, ihre Anteile liegen unter 5 Prozent.

Die Zahl der **Selbständigen** und **steuerpflichtigen Unternehmer** in der Filmwirtschaft liegt bei knapp 1.600, das entspricht einem Anteil von 8 Prozent in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die größte Gruppe stellen die selbständigen Bühnenkünstler/innen, die insgesamt einen Anteil von 47 Prozent erreichen, gefolgt von den Film/TV-Produzenten/innen, die mit einem Anteil von 40 Prozent stark vertreten sind. Die restlichen Filmwirtschaftszweige spielen mit 6 Prozent oder weniger Anteil eine geringe Rolle.

Die Filmwirtschaft beschäftigt rund 4.900 **Erwerbstätige**, das sind 6 Prozent der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In der Unterscheidung nach **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** sind rund 3.400 Personen in der Filmwirtschaft beschäftigt. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist wiederum die Film-/TV-Produktion, die 65 Prozent aller Arbeitsplätze anbieten kann. An zweiter Stelle folgt der Filmverleih/-vertrieb mit einem Anteil von 17 Prozent, kleinere Anteile erreichen die Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik mit 9 Prozent und die Kinos mit 5 Prozent. Die übrigen Filmwirtschaftszweige spielen lediglich eine marginale Rolle.

Entwicklung

Abb. 3-9: Entwicklung der Filmwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Umsatzentwicklung der Filmwirtschaft in der LH München ist überdurchschnittlich gut und kann einen Zuwachs von 24 Prozent verbuchen, der vor allem auf die beiden Wirtschaftszweige Film-/TV-Produktion und Filmverleih/-vertrieb zurückzuführen ist.

Besonders erwähnenswert ist das enorme Wachstum gegenüber dem Bundesgebiet, dieses erreicht am Ende des Vergleichszeitraums lediglich 4 Prozent. Damit ist die Filmwirtschaft der LH München im gleichen Zeitraum sechsmal so stark gewachsen wie im Bundesgebiet. Bemerkenswert ist der konstante Wachstumsverlauf, bei dem keine strukturellen Einbrüche zu verzeichnen sind, die es ansonsten in der Filmwirtschaft durchaus gibt.

Die Beschäftigungsentwicklung geht allerdings nicht mit der starken wirtschaftlichen Entwicklung einher, denn hier ist bis zum Jahr 2013 ein Beschäftigungsschwund von 7 Prozent zu beobachten, ein noch stärkerer Abbau als im Bundesgebiet, immerhin steigt die Zahl der Beschäftigten bis zum Ende des Vergleichszeitraumes wieder an und endet bei einem Minus von 1 Prozent. Zum überwiegenden Teil ist für diese Entwicklung die Film-/TV-Produktion verantwortlich, die zwischenzeitlich offenbar erhebliche Umsätze erzielt, ohne sozialversicherungspflichtig Beschäftigte dafür einstellen zu müssen.

Die Zahl der Selbständigen und Unternehmen wächst im Vergleichszeitraum in der LH München moderat, während sie im Bundesgebiet weitgehend stagniert. Dieser moderate Zuwachs geht allerdings fast vollständig auf das Konto der selbständigen Bühnen-, Film- TV-Künstler/innen, deren Zahl überdurchschnittlich zugenommen hat, während die meisten anderen Filmwirtschaftszweige Unternehmensrückgänge zu verzeichnen hatten.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Die Filmwirtschaft in der LH München ist in der wirtschaftlichen Entwicklung überdurchschnittlich stark. Dies basiert insbesondere auf den beiden Wirtschaftszweigen Film-/TV-Produktion und Filmverleih/-Vertrieb. Zugleich schrumpft die Anzahl der Unternehmen in diesen Wirtschaftszweigen, das weist auf einen Konsolidierungsprozess in der Filmwirtschaft der LH München hin. Aus kulturpolitischer Perspektive ist der positive Verlauf der selbständigen Bühnenkünstler/innen erfreulich, sowohl bei der Anzahl wie auch beim Umsatz legen sie erheblich zu. Erwähnenswert ist der kontinuierliche Rückgang des Umsatzes der Kinos im Vergleichszeitraum, während er bei den Videotheken zunimmt. Ob dies eine Veränderung des Konsumentenverhaltens widerspiegelt, muss die zukünftige Entwicklung zeigen.

3.5 Rundfunkwirtschaft (Kernbereich)

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/innen dem Rundfunkmarkt zugerechnet, da sie als Dienstleister in großen Teilen für diesen Sektor tätig sind.

Gemäß der Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft (Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz) werden der öffentlich-rechtliche sowie der gemeinnützige Rundfunk nicht zur Rundfunkwirtschaft gezählt, da sie durch Gebühren von Rundfunkteilnehmern und nicht über den Markt finanziert werden.

Struktur

Abb. 3-10: Strukturdaten der Rundfunkwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Rundfunkwirtschaft	1.677	214	2.556	4.233
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
**Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen/innen	99%	56%	3%	
Hörfunk-/TV-Veranstalter	1%	44%	97%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	9%	2%	4%	5%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; **dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

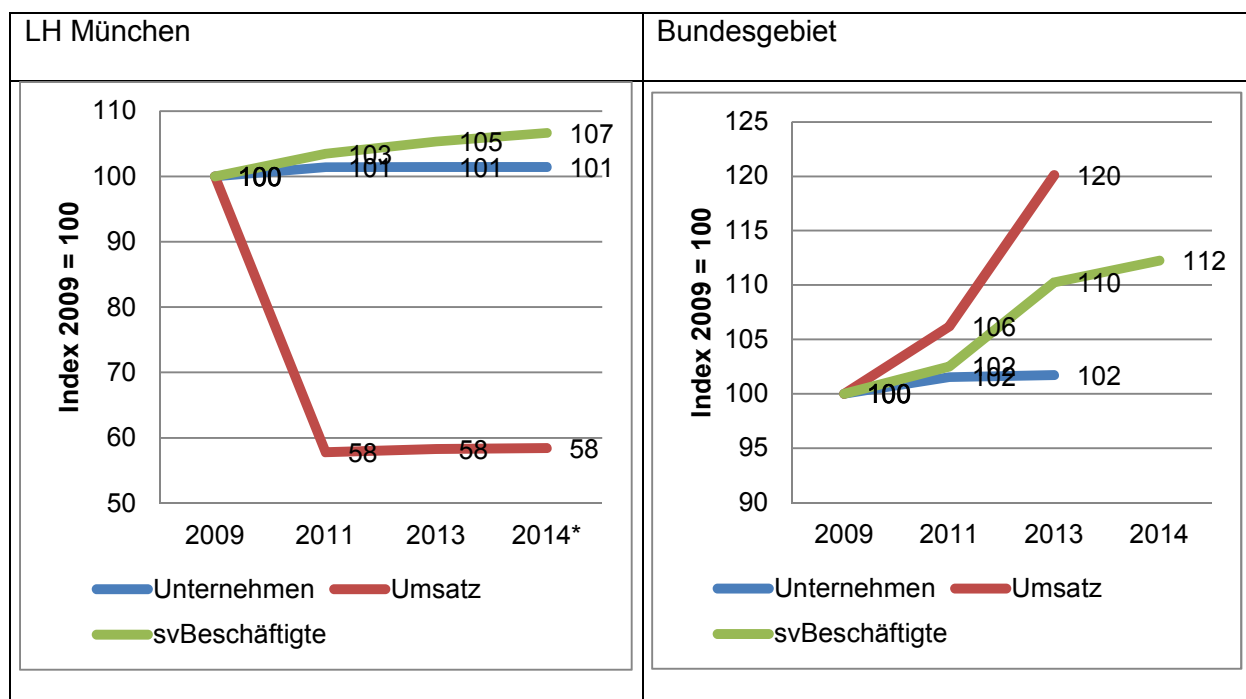
Die Rundfunkwirtschaft erreicht insgesamt einen **Umsatz** von rund 210 Mio. Euro, das entspricht 2 Prozent des gesamten Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der größere Anteil des Umsatzes entfällt auf die selbständigen Journalisten/innen, sie erreichen 56 Prozent, die restlichen 44 Prozent erwirtschaften die Hörfunk-/TV-Veranstalter. Dieses Verhältnis ist eher ungewöhnlich und deutet auf einen sehr kleinteiligen Markt für Hörfunk-/TV-Veranstalter in der LH München hin.

Die Zahl der **Selbständigen** und **Unternehmen** umfasst knapp 1.700, das entspricht einem Anteil von 9 Prozent an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft. Den Löwenanteil stellen die Journalisten/innen mit 99 Prozent, das restliche 1 Prozent entfällt auf die Hörfunk-/TV-Veranstalter.

Im Beschäftigungsmarkt mit rund 2.500 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** kehrt sich das Verhältnis wieder um. Den größten Anteil der Arbeitsplätze stellen die Hörfunk-/TV-Veranstalter mit 97 Prozent, während die Journalisten/innen lediglich 3 Prozent beisteuern. Nimmt man die Zahl der Selbständigen hinzu, sind in der Rundfunkwirtschaft rund 4.200 Erwerbstätige insgesamt aktiv, das entspricht einem Anteil von 5 Prozent an der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.

Entwicklung

Abb. 3-11: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Der Rundfunkmarkt auf Bundesebene zeigt durchweg positive Entwicklungsraten. Demgegenüber zeigt das Entwicklungsbild der LH München erklärungsbedürftige Verläufe. Die den Umsatz darstellende Entwicklungslinie zeigt bis zum Jahr 2011 ein Minus von mehr als 40 Prozent. Das stellt jedoch keine reale Marktentwicklung dar. Vielmehr ist dieser Einbruch durch eine statistische Umsetzung in der amtlichen Statistik verursacht. Ohne die

statistische Verzerrung würde der Umsatz in der Rundfunkwirtschaft der LH München im Vergleichszeitraum um 4 Prozent steigen.

Im Hinblick auf die Beschäftigungsentwicklung ist für die LH München ein Zuwachs von 7 Prozent im Vergleichszeitraum zu verzeichnen, das vergleichbare Plus für das Bundesgebiet beträgt 12 Prozent.

Die Anzahl der Unternehmen stagniert weitgehend im Vergleichszeitraum, sowohl in der LH München, wie auch bundesweit, dies spiegelt eher eine chancenarme Perspektive wider.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Die Rundfunkwirtschaft im Stadtgebiet München gehört zu den kleinsten Teilmärkten der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München. Dieser ungewöhnlich kleine Anteil steht in engem Zusammenhang mit den großen, bundesweit relevanten Rundfunk- und TV-Unternehmen, die im Münchener Umland angesiedelt sind. Vor diesem Hintergrund ist die ungewöhnlich geringe Größe des Teilmarktes Rundfunkwirtschaft in wirtschaftlicher Hinsicht in der LH München erklärbar. Die Gruppe der selbständigen Journalisten/innen ist davon jedoch ausgenommen, sie haben ein erhebliches Gewicht nicht nur in der Rundfunkwirtschaft, sie sind bezogen auf die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München die zweitgrößte Einzelgruppe. Ihre Anzahl stagniert weitgehend im Vergleichszeitraum ebenso wie ihr Umsatz, der nur ein minimales Plus zu verzeichnen hat.

3.6 Markt für darstellende Künste (Kernbereich)

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/innen in der Gruppe der selbständigen Künstlerberufe zusammengefasst. Sie stehen stellvertretend für die Urheber und/oder *Originärproduzenten*, die zumeist als erste die Prototypen und experimentellen Formen des Theaters oder aktuelle Darbietungen der Unterhaltungskunst entwickeln.

Struktur

Abb. 3-12: Strukturdaten des Markts für darstellende Künste in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Markt für darstellende Künste	1.021	191	840	1.862
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
**Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen	70%	32%	4%	
Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe	3%	9%	/	
Theaterensembles	1%	0,3%	6%	
**Theater- und Konzertveranstalter	6%	30%	39%	
**Private Musical-/Theaterhäuser, etc.	0%	8%	31%	
Varietés und Kleinkunsth Bühnen	0%	1%	/	
**Erbringung v. Dienstleistungen f. darst. Kunst	10%	14%	10%	
Kulturunterricht/Tanzschulen	9%	6%	11%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	5%	1%	2%	2%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; **dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.; (/) = keine Angaben.

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

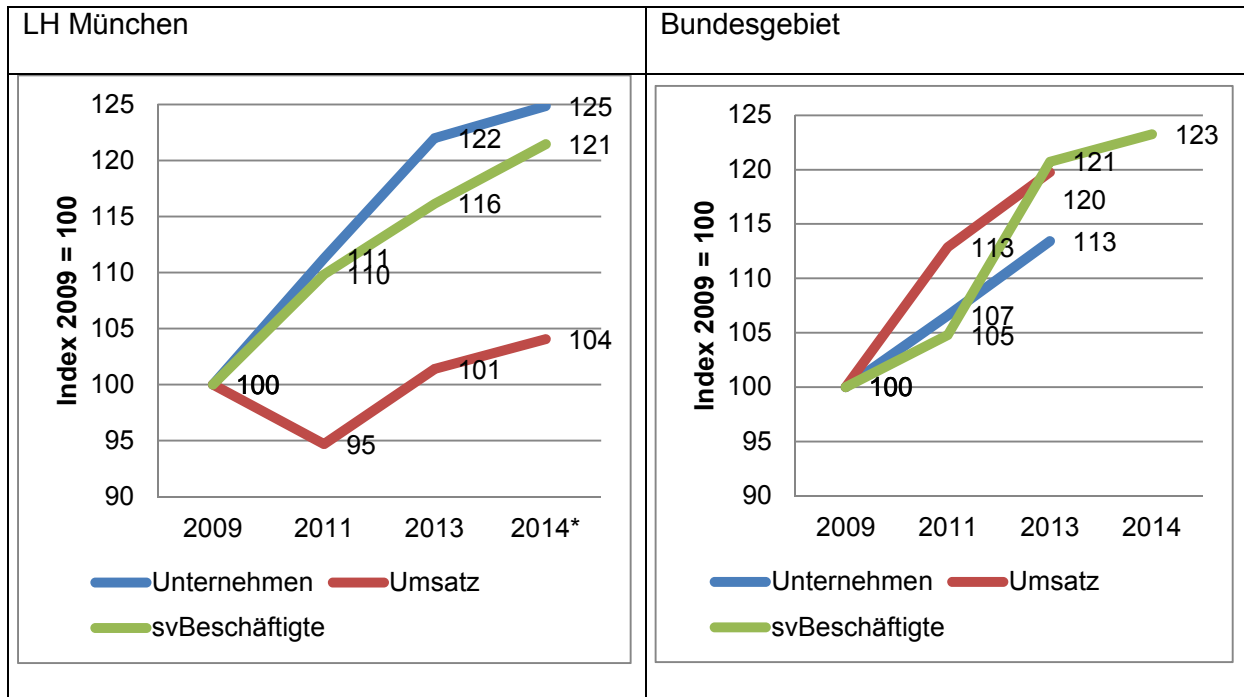
Der **Umsatz** im Markt für darstellende Künste liegt bei rund 190 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 1 Prozent am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die selbständigen Bühnenkünstler/innen liegen mit einem Anteil von 32 Prozent an der Spitze, gefolgt von den Theater-/Konzertveranstaltern mit 30 Prozent und den theaterbezogenen Dienstleistern mit 14 Prozent. Es ist ungewöhnlich, dass die selbständigen Bühnenkünstler/innen in der wirtschaftlichen Betrachtung vorne liegen, denn es kommt in der Kultur- und Kreativwirtschaft eher selten vor, dass die Originärproduzenten vor den Verwertern an der Spitze liegen. Dies lässt auf populäre Bühnenkünstler in der LH München mit außergewöhnlich hohen Umsätzen schließen. Weitere Wirtschaftszweige, wie private Theaterhäuser, Tanzschulen/Kulturunterricht und Zirkusbetriebe/Artisten/innen erreichen Umsatzanteile von jeweils 9 Prozent bis 6 Prozent. Die Varietés/Kleinkunsth Bühnen und Theaterensembles spielen in wirtschaftlicher Hinsicht kaum eine Rolle.

Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** liegt zusammen bei rund 1.000 oder 5 Prozent der kultur- und kreativwirtschaftlichen Unternehmen insgesamt. An der Spitze liegen erwartungsgemäß die Bühnenkünstler/innen mit einem Anteil von 70 Prozent, gefolgt von den theaterbezogenen Dienstleistern und den Tanzschulen/Kulturunterricht mit jeweils 10 Prozent bzw. 9 Prozent. Einen gewissen Umfang erreichen noch die Theater-/Konzertveranstalter mit 6 Prozent Anteil, die übrigen Wirtschaftszweige spielen lediglich eine geringe Rolle.

Insgesamt sind mehr als 1.800 **Erwerbstätige** im Markt für darstellende Künste tätig. Das entspricht 2 Prozent aller Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Rund 840 dieser Erwerbstätigen sind **sozialversicherungspflichtig beschäftigt**, das ist weniger als die Hälfte der Erwerbstätigen. Bezogen auf die einzelnen Wirtschaftszweige belegen die Theater- und Konzertveranstalter 39 Prozent, gefolgt von den privaten Theaterhäusern mit 31 Prozent, den Tanzschulen/Kulturunterricht mit 11 Prozent und den theaterbezogenen Dienstleistern mit 10 Prozent.

Entwicklung

Abb. 3-13: Entwicklung des Markts für darstellende Künste in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Entwicklung im Markt für darstellende Künste zeigt insgesamt sowohl in der LH München als auch im Bundesgebiet einen nahezu kontinuierlich positiven Verlauf. Besonders auffallend ist in der LH München die überraschend positive Entwicklung bei der Zahl der Selbständigen und Unternehmen. Mit einem Plus von 25 Prozent im Vergleichszeitraum ist hier ein überdurchschnittliches Wachstum zu verzeichnen. Die Verlaufskurve im Bundesgebiet ist ähnlich positiv. Ebenso stellt sich die Entwicklung der Beschäftigung positiv dar, die in der LH München ein Plus von 21 Prozent im Vergleichszeitraum erreicht. Die Entwicklung im Bundesgebiet nimmt einen noch besseren Verlauf, hier steigt die Beschäftigungskurve und legt bis zum Jahr 2014 sogar um insgesamt 23 Prozent zu. Lediglich in der wirtschaftlichen Entwicklung weicht die Umsatzkurve der LH München deutlich von der des Bundesgebietes ab. Während die wirtschaftliche Entwicklung kontinuierlich verläuft und ein Plus von 21 Prozent erreicht, ist die Umsatzkurve in der LH München nach einem Einbruch im Jahr 2011 bis zum Ende des Vergleichszeitraumes 2014 um 4 Prozent gestiegen. Diese schwache Umsatzentwicklung geht vor allem auf die Theaterveranstalter und die privaten Musicalhäuser zurück, deren Umsätze im Zeitverlauf um deutlich mehr als 35 Prozent eingebrochen sind. Teilweise konnten diese Einbrüche

durch die starken Zuwächse in den kleineren Wirtschaftszweigen im Markt für darstellende Künste kompensiert werden.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Aus wirtschaftspolitischer Perspektive ist das Auseinanderklaffen der positiven Beschäftigungsentwicklung und der schwachen wirtschaftlichen Entwicklung im Markt für darstellende Künste bemerkenswert. Denn die Umsätze der Theaterveranstalter und der privaten Musicalhäuser schrumpfen, während gleichzeitig Personal aufgebaut wurde. Ein Grund dafür könnte darin liegen, dass die Unternehmenssitze der Theaterveranstalter und privaten Musicalhäuser außerhalb des Stadtgebietes liegen und die Umsätze deshalb dort verbucht werden.

Aus kulturpolitischer Perspektive ist die positive Entwicklung der selbständigen Bühnenkünstler/innen erfreulich, sowohl bei der Anzahl wie auch beim Umsatz legen sie erheblich zu. Sehr gute Entwicklungen zeigt auch der Wirtschaftszweig Tanzschulen/Kulturunterricht, der sowohl bei der Anzahl, als auch beim Umsatz überdurchschnittlich zulegen konnte. Bei den selbständigen Artisten/innen etc. ist der Entwicklungsverlauf ähnlich positiv.

3.7 Designwirtschaft (Kernbereich)

Nach der klassischen Definition zählen zur Designwirtschaft die produzierenden Unternehmen des Industriedesigns, des Produkt-, Mode- und Grafikdesigns, sowie der Werbegestaltung. Neben dem Interior Design und der Innenarchitektur treten die Fotografen/innen und die Schmuckhersteller/innen hinzu. Da diese neuen Wirtschaftszweige hohe Anteile an designrelevanten Aktivitäten enthalten, werden auch sie zur Designwirtschaft gezählt. Darüber hinaus werden ebenso handwerkliche oder industriebezogene Aktivitäten einbezogen, die jedoch statistisch nicht eigenständig erfasst werden können. So wird unter dem Begriff „Fotograf“ nun ein erheblicher Teil der Fotodesigner/innen 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/innen – unter diese Rubrik fallen Schmuckdesigner/innen, 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 hier vorgelegte Abgrenzung dürfte deshalb noch nicht die gesamte Komplexität des Teilmarktes erfassen und lediglich das Zentrum der Designwirtschaft beschreiben. Ihre wirtschaftlichen Potenziale dürften daher letztlich deutlich größer sein als hier dargestellt werden kann.

Struktur

Abb. 3-14: Strukturdaten der Designwirtschaft in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Designwirtschaft	3.547	1.459	5.452	8.998
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
Industrie-, Produkt- und Mode-Design	8%	3%	6%	
Grafik- und Kommunikationsdesign	31%	7%	9%	
Interior Design und Raumgestaltung	7%	2%	3%	
**Büros für Innenarchitektur	13%	5%	4%	
**Werbegestaltung (Anteil 50%)	17%	78%	73%	
H.v. Schmuck, Gold- u. Silberschmiedwaren	4%	2%	2%	
Selbständige Fotografen/innen	19%	4%	3%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	19%	12%	9%	12%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; ** dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

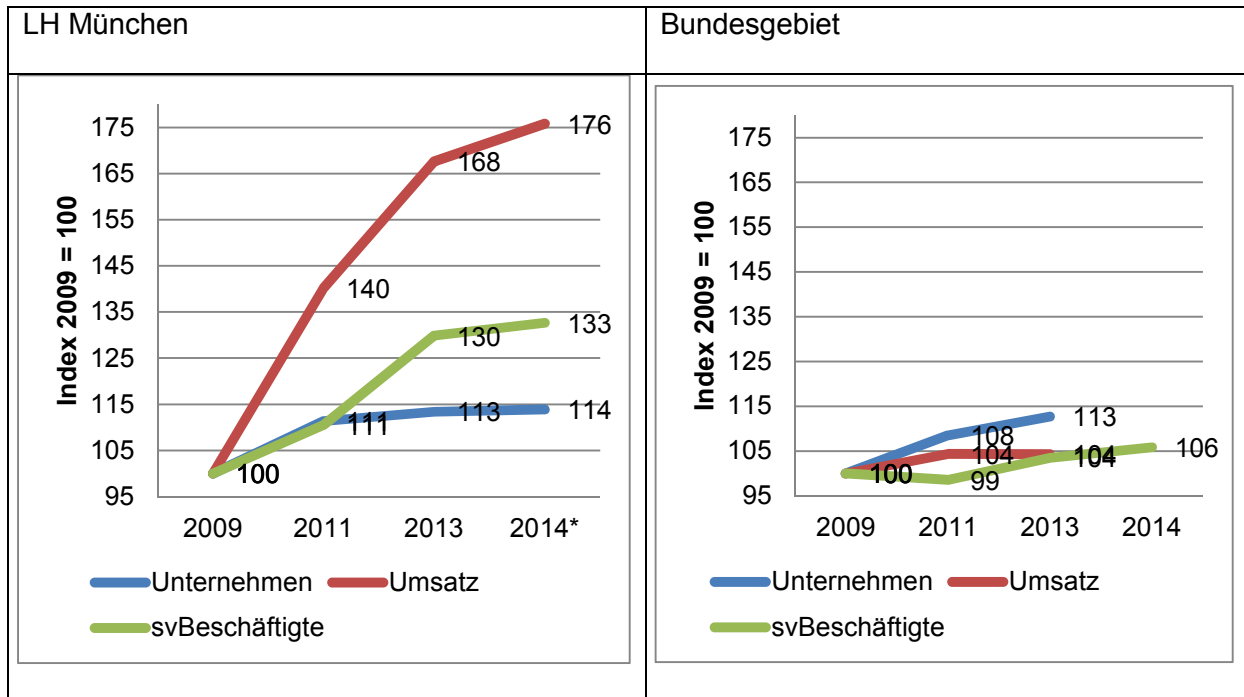
In der Designwirtschaft wird ein **Umsatzvolumen** von rund 1,5 Mrd. Euro erzielt. Das entspricht einem Anteil von 12 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreichten Umsatzes. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist die Werbegestaltung, die einen Anteil von 78 Prozent des gesamten Designumsatzes belegt. Alle anderen Wirtschaftszweige erreichen 7 Prozent und weniger.

Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** in der Designwirtschaft liegt bei rund 3.500 und erreicht damit einen Anteil von 19 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. 31 Prozent davon arbeiten als Grafik-/Kommunikationsdesigner/innen, 19 Prozent als Fotografen/innen, 17 Prozent als Werbegestalter/innen und 13 Prozent als Innenarchitekten/innen. Die restlichen Wirtschaftszweige des Teilmarktes erreichen Anteile von weniger als 10 Prozent.

Die Designwirtschaft beschäftigt rund 9.000 **Erwerbstätige**, das sind 12 Prozent aller Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Darin enthalten sind die **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** mit einer Anzahl von rund 5.400 Personen. Der Wirtschaftszweig Werbegestaltung beschäftigt alleine 73 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Designwirtschaft. Die übrigen Wirtschaftszweige im Teilmarkt erreichen jeweils Anteile von weniger als 10 Prozent.

Entwicklung

Abb. 3-15: Entwicklung der Designwirtschaft in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Entwicklung der Designwirtschaft verläuft in allen drei Kategorien in der LH München weit überdurchschnittlich, gemessen an der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München insgesamt. Beim Umsatz steigt die Verlaufskurve steil an bis zu einem Plus von 76 Prozent zum Ende des Vergleichszeitraumes im Jahr 2014. Die Werbegestalter/innen als Hauptträger der Umsatzentwicklung können ihren Umsatz kontinuierlich steigern und am Ende verdoppeln. Auch die anderen Wirtschaftszweige, wie die Industrie-, Produkt-, Modedesigner, die Grafik- und Kommunikationsdesigner und die Innenarchitekten können überdurchschnittliche Umsatzzuwächse im gleichen Zeitraum erzielen. Die einzigen Wirtschaftszweige, die Umsatzverluste zu verzeichnen haben, sind Innenausstatter/innen/Interieurdesigner/innen und Schmuckdesigner/innen, die bis zur Hälfte ihres Umsatzes verlieren. Da sie am Gesamtumsatz jedoch nur mit 4 Prozent beteiligt sind, fallen ihre Verluste für die Designwirtschaft kaum ins Gewicht. Im Vergleich zur Entwicklung der LH München ist der Verlauf der Umsatzentwicklung im Bundesgebiet mit vier Prozent verschwindend gering.

Die Verlaufskurve der Unternehmen ist in der LH München weitgehend identisch mit dem Bundesgebiet, beide erreichen ein Plus von 13 Prozent bzw. 14 Prozent. Die Ursache für

das Plus in der LH München liegt bei den Grafik- und Kommunikationsdesignern/innen, sowie bei den Industrie-, Produkt-, Modedesignern/innen, die ein starkes und stetiges Wachstum im Vergleichszeitraum verbuchen und damit die Verluste bei den Werbegestaltern/innen und Schmuckdesignern/innen mühelos kompensieren können.

Die Beschäftigungsentwicklung steigt in der LH München wiederum überdurchschnittlich an mit einem beachtlichen Plus von 33 Prozent, im Bundesgebiet erreicht sie lediglich ein Plus von 6 Prozent. Damit wächst der Beschäftigungsmarkt der Designwirtschaft in der LH München im Vergleichszeitraum um mehr als das Fünffache des vergleichbaren bundesweiten Beschäftigungsmarktes. Das Wachstumsbild spiegelt das gleiche Bild wider wie in der wirtschaftlichen Entwicklung: Der Hauptträger ist auch hier die Werbegestaltung, die im Vergleichszeitraum ein Plus von 26 Prozent erreicht. Die kleineren Designzweige sind ebenfalls weitaus dynamischer und erreichen ein Plus von deutlich mehr als 100 Prozent in der Beschäftigung. Lediglich die Fotografen/innen verlieren rund 25 Prozent der Beschäftigung im Vergleichszeitraum.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Insgesamt ist für die Designwirtschaft in der LH München eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik festzustellen. Das gilt nicht nur für Umsatz und Beschäftigung, sondern auch für die Entwicklung der Selbständigen und Unternehmen.

In wirtschafts- und beschäftigungsbezogener Hinsicht koppelt sich die Entwicklung in der LH München eindeutig von der bundesweiten Designwirtschaft ab. Möglicherweise ist es den Designern/innen in der LH München stärker gelungen, sich auf die Nachfrage des Marktes einzustellen. Denn schaut man sich die Entwicklung in der Differenzierung an, scheint sich ein Trend zu manifestieren: Je mehr die Designzweige sich auf moderne Anforderungen einstellen können, desto stärker kann ihre Entwicklung im Markt sein. Bleiben sie jedoch ihrem eher konventionellen Angebot verhaftet, scheitern sie auf Dauer an der fehlenden Nachfrage im Markt.

3.8 Architekturmarkt (Kernbereich)

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

Struktur

Abb. 3-16: Strukturdaten des Architekturmarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Architekturmarkt	2.245	584	3.842	6.087
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
Architekturbüros für Hochbau	57%	63%	99%	
**Büros für Innenarchitektur	21%	12%	/	
Architekturbüros für Orts-, Landesplan., etc.	13%	16%	/	
Architekturbüros für Garten-/Landschaftsgest.	6%	8%	/	
Selbständige Restauratoren/innen	4%	1%	1%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	12%	5%	7%	8%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; **dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1; (/) in Hochbau enthalten.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

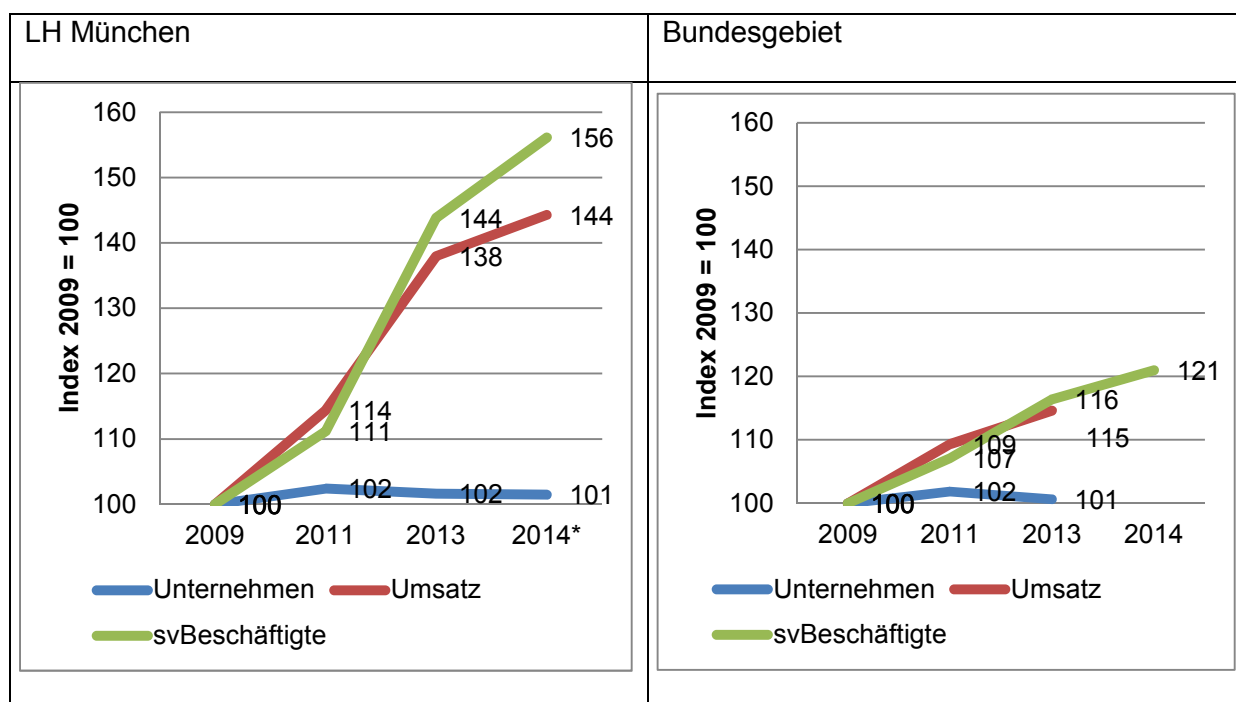
Rund 580 Mio. Euro **Umsatz** erwirtschaftet der Architekturmarkt insgesamt, das entspricht einem Anteil von 5 Prozent des gesamten kultur- und kreativwirtschaftlichen Umsatzes. Die Hochbauarchitekten tragen mit 63 Prozent den größten Umsatzanteil, gefolgt von den Architekturbüros für Orts- und Regionalplanung mit 16 Prozent und den Innenarchitekten mit 12 Prozent. Die restlichen Wirtschaftszweige erzielen weniger als 10 Prozent.

Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Büros** liegt bei rund 2.200, das entspricht einem Anteil von 12 Prozent der kultur- und kreativwirtschaftlichen Unternehmen. Auch hier sind die Hochbauarchitekten mit 57 Prozent am stärksten vertreten. Die Innenarchitekten folgen mit 21 Prozent und die Architekturbüros für Orts- und Regionalplanung mit 13 Prozent. Die restlichen Wirtschaftszweige liegen jeweils unter 10 Prozent.

Insgesamt verfügt der Architekturmarkt über rund 6.000 **Erwerbstätige**, das entspricht einem Anteil von 8 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen. Rund 3.800 davon sind **sozialversicherungspflichtig beschäftigt**, die vier Wirtschaftszweige des Architekturmarktes beschäftigen 99 Prozent, 1 Prozent entfällt auf die selbständigen Restauratoren.

Entwicklung

Abb. 3-17: Entwicklung des Architekturmarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Der Architekturmarkt zeigt in der LH München sowohl beim Umsatz, wie auch bei der Beschäftigung überragende Werte. Der Umsatz steigt im Vergleichszeitraum um insgesamt 44 Prozent. Bezogen auf den bundesweiten Umsatzverlauf, der bei 15 Prozent am Ende des Vergleichszeitraums liegt, ist der Münchener Architekturmarkt mehr als doppelt so stark gewachsen. Diese sehr gute Entwicklung korrespondiert mit der Beschäftigungsentwicklung in der LH München, sie erreicht am Ende des Vergleichszeitraumes ein Wachstumsplus von 56 Prozent und ist damit ebenfalls mehr als doppelt so stark wie im Bundesgebiet, in dem 21 Prozent erreicht werden. Hingegen lässt sich bei der Unternehmensentwicklung keine starke Wachstumsdynamik feststellen. Sie verläuft auf stagnierendem Niveau und bewegt sich damit auf gleicher Linie wie die bundesweite Entwicklung.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Insgesamt kann für den hervorragend aufgestellten Architekturmarkt der LH München vermutet werden, dass die relativ stagnierende Entwicklung der Unternehmen auf einen geschlossenen Markt hindeutet, der vermutlich wenig Raum für Newcomer bietet.

Der regional zu beobachtende Trend von einem Austausch der Hochbauarchitekten zugunsten der Innenarchitekten ist auch in der LH München erkennbar: Während von den Hochbauarchitekten einige vom Markt verschwinden, wächst die Zahl der Innenarchitekten, die sich in der LH München ansiedeln.

3.9 Pressemarkt (Kernbereich)

Zum Pressemarkt zählen die selbständigen Journalisten/innen sowie die Korrespondenz- und Nachrichtenbüros, außerdem die Wirtschaftsgruppe Presseverlage, zu der neben den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen die sonstigen Verlage mit Landkarten, Kunstdruckwerken etc. und die Adressbuchverlage gehören. Zusätzlich wird der Einzelhandel mit Zeitungen und Zeitschriften in den Teilmarkt aufgenommen.

Struktur

Abb. 3-18: Strukturdaten des Pressemarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Pressemarkt	2.264	1.728	6.901	9.165
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
**Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen/innen	73%	7%	1%	
Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	4%	3%	8%	
Verlegen v. Adressbüchern und Verzeichnissen	0,3%	5%	4%	
Verlegen von Zeitungen	1%	48%	21%	
Verlegen von Zeitschriften	3%	20%	54%	
Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	10%	14%	6%	
Einzelhandel m. Zeitschriften u. Zeitungen	9%	3%	5%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	12%	14%	12%	12%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; **dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

Der **Umsatz** des Pressemarktes liegt bei mehr als 1,7 Mrd. Euro, das entspricht 14 Prozent des gesamten kultur- und kreativwirtschaftlichen Umsatzes. Auf die Zeitungsverlage entfallen 48 Prozent Anteil, auf die Zeitschriftenverlage 20 Prozent und auf das sonstige Verlagswesen 14 Prozent. Der Zeitschriftenhandel spielt mit 3 Prozent nur eine marginale Rolle, ebenso wie die Korrespondenz- und Nachrichtenbüros mit 3 Prozent und die Pressefotografen/innen, die im Pressemarkt insgesamt ebenfalls nur eine untergeordnete Rolle spielen.

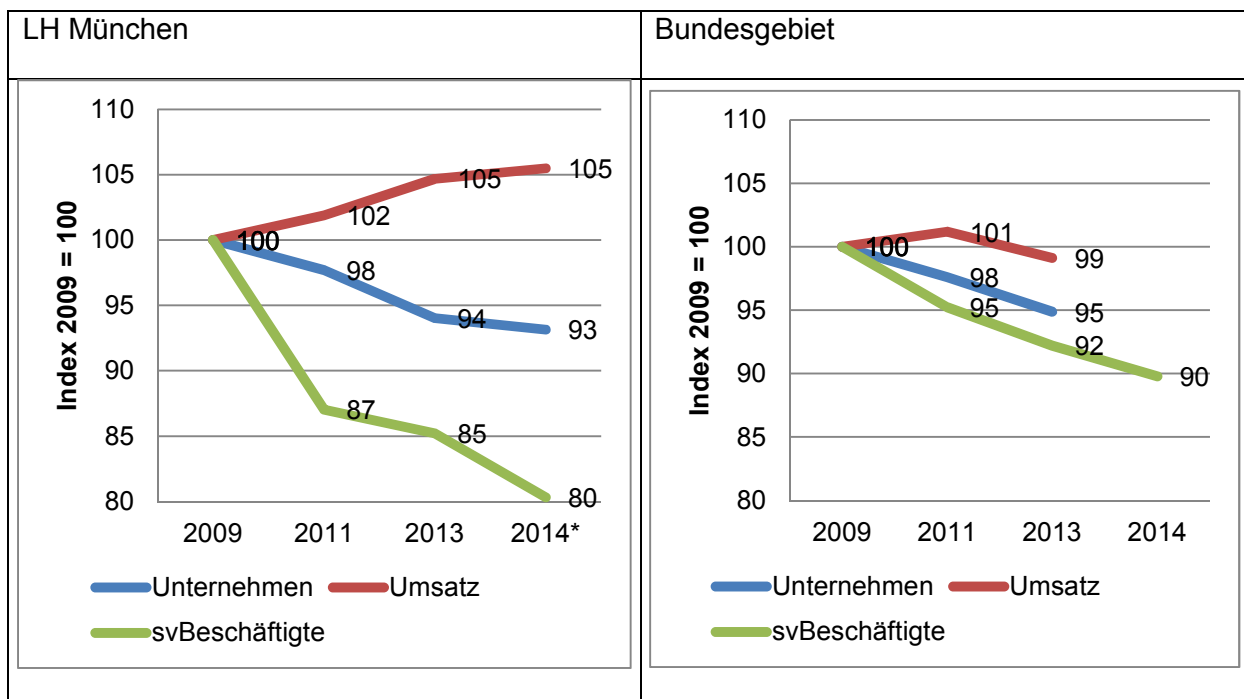
Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** erreicht ein Volumen von rund 2.300 und belegt damit 12 Prozent an allen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der überwiegende Anteil geht mit 73 Prozent auf das Konto der selbständigen Journalisten/innen. Mit großem Abstand folgen das sonstige Verlagswesen mit

10 Prozent und der Presseeinzelhandel mit 9 Prozent. Die übrigen Wirtschaftszweige spielen nur eine marginale Rolle.

Rund 9.200 **Erwerbstätige** sind im Pressemarkt tätig, das entspricht 12 Prozent aller in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen. Davon sind 6.900 **sozialversicherungspflichtig beschäftigt**. Bei den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen zusammen arbeiten 75 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die restlichen fünf Wirtschaftszweige beschäftigen jeweils weniger als 10 Prozent.

Entwicklung

Abb. 3-19: Entwicklung des Pressemarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Entwicklung des Pressemarktes in der LH München kann lediglich beim Umsatz im Vergleichszeitraum ein Plus von 5 Prozent verbuchen. Bundesweit stagniert der Umsatz nahezu. Die Unternehmensentwicklung verläuft in der LH München und im Bundesgebiet weitgehend gleich und muss am Ende des Vergleichszeitraumes 2013 ein Minus von 6 Prozent in der LH München und von 5 Prozent bundesweit hinnehmen. Dramatisch verläuft die Entwicklung der Beschäftigung. Ein kontinuierlicher Abbau im Pressemarkt spiegelt die strukturellen Veränderungen dieses Teilmarktes wider, die sowohl den lokalen, wie auch den bundesweiten Pressemarkt erschüttern. Diese Strukturbereinigung betrifft die LH München

allerdings noch stärker als das Bundesgebiet, wie der Rückgang von 20 Prozent anzeigt. Im Bundesgebiet beträgt der Rückgang minus 10 Prozent.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Trotz des positiven Umsatzverlaufs, der sich vor allem auf die Zeitungsverlage stützt, ist der Pressemarkt der LH München im Rahmen der allgemeinen strukturellen Veränderungen dieses Teilmarktes zu bewerten. Insgesamt zeigt der Pressemarkt einen dramatischen strukturellen Wandel, der zur Zeit wahrscheinlich durch wirtschaftspolitische Maßnahmen kaum abgemildert werden kann.

3.10 Werbemarkt (Kernbereich)

Zum Werbemarkt zählen die beiden Wirtschaftszweige Werbeagenturen einschließlich Werbegestaltung, sowie Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und 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.

Struktur

Abb. 3-20: Strukturdaten des Werbemarkts in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Werbemarkt	1.261	2.293	8.437	9.698
	%-Anteil	%-Anteil	%-Anteil	
**Werbeagenturen/Werbegestaltung	95%	99%	94%	
Vermarkt. u. Vermittl. v. Werbezeit. etc.	5%	1%	6%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	7%	19%	14%	12%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; **dieser Wirtschaftszweig wird auch anderen Teilmärkten zugeordnet; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

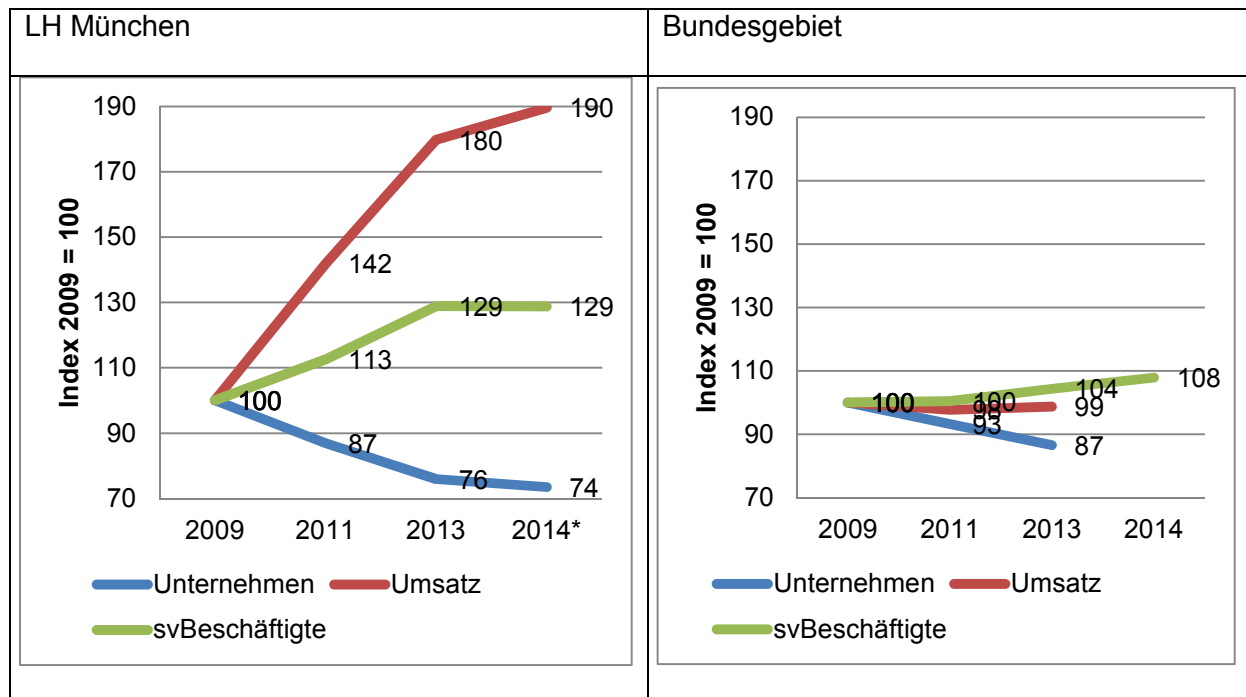
Der **Umsatz** des Werbemarktes erreicht rund 2,3 Mrd. Euro, das sind 19 Prozent des gesamten kultur- und kreativwirtschaftlichen Umsatzes.

Die Zahl der **Selbständigen und steuerpflichtigen Unternehmen** liegt bei rund 1.300, das entspricht einem Anteil von 7 Prozent an allen Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Zahl der **Erwerbstätigen** liegt bei rund 9.700, das entspricht 10 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Erwerbstätigen. Davon sind rund 8.400 **sozialversicherungspflichtig beschäftigt**, das sind 14 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Entwicklung

Abb. 3-21: Entwicklung des Werbemarkts in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Der Werbemarkt in der LH München stellt sich uneinheitlich dar. Die wirtschafts- und beschäftigungsbezogene Dynamik ist überdurchschnittlich positiv, während zugleich die Zahl der Selbständigen und Unternehmen rapide zurückgeht. Die Umsatzentwicklung der LH München kann sich eindeutig vom Bundestrend abkoppeln, sie erreicht ein Plus von 90 Prozent, während die bundesweite Entwicklung beim Umsatz stagniert. Die gute wirtschaftliche Entwicklung korrespondiert mit einem Beschäftigungsaufbau. Die Beschäftigung in der LH München wächst im Vergleichszeitraum mit 29 Prozent mehr als dreimal so stark wie im Bundesgebiet mit 8 Prozent. Bei der Entwicklung der Selbständigen und Unternehmen ist der Verlauf insgesamt negativ. Die LH München schneidet mit einem Minus von rund 25 Prozent noch schlechter ab als das Bundesgebiet, das einen Rückgang von 13 Prozent zu verzeichnen hat. Es ist zu vermuten, dass dieser Entwicklungsverlauf das Verschwinden von zahlreichen kleinen Werbebüros widerspiegelt, deren Produkte und Dienstleistungen nicht mehr nachgefragt werden. Stattdessen können sich vermutlich eher mittlere und große Werbeagenturen mit Beschäftigten auf dem Markt behaupten, deren Angebote der geänderten Nachfrage Rechnung tragen.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Die wirtschaftliche Entwicklung im Werbemarkt der LH München befindet sich in einem Konsolidierungsprozess. Der starke Verlust von Soloselbständigen bei gleichzeitiger Zunahme mittelständisch- bzw. gewerblich strukturierter Unternehmen deutet auf eine Marktberreinigung hin, die durch wirtschaftspolitische Maßnahmen wenig beeinflusst werden kann.

3.11 Software-/Games-Industrie (Kernbereich)

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 diesem zufolge die Entwicklung und das Verlegen von Softwareprodukten jedweder Art. Zu ihr gehören beispielsweise Computerspiele, Konsolenspiele, Videospiele, Mobile Games, Online Games, Browser Games, Social Games etc.¹². Durch den wachsenden Markt mit Online- und Browserspielen wächst auch die Bedeutung von Online-Plattformen. Viele Spielefirmen haben ihr Geschäftsmodell folgerichtig erweitert und sind auch als Content-Provider tätig. Der Branchenverband GAME 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. In Anlehnung an die europäische Debatte¹³ werden daher folgende Wirtschaftszweige einbezogen: Verlegen von Computerspielen u. sonstiger Software, Webportale sowie Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen u. sonstiger Software.

Struktur

Abb. 3-22: Strukturdaten der Software-/Games-Industrie in der LH München, 2014* – Kernbereich

Wirtschaftszweig	Selbständige/ Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio. Euro	sozialvers. Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Software-/Games-Industrie	2.170	1.731	19.871	22.041
Computerspiel-/Sonstige Softwareverlage	3%	11%	8%	
Webportale	2%	2%	10%	

¹² Aufzählung in Anlehnung an GAME Bundesverband e.V., in BMWI (2009), S. 118.

¹³ ESSnet Culture (2011); European Cluster Observatory (2011); UNESCO (2009).

Softwareentwicklung u. Internetpräsentationen	95%	87%	82%	
%-Anteil Teilmarkt an Kultur- und Kreativwirtschaft	11%	14%	34%	28%

Hinweise: * Schätzung bzw. vorläufig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1; (/) = keine Angaben.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Bei der Interpretation der Strukturdaten ist folgende Erläuterung zu berücksichtigen: Die Zuordnung der Gamesunternehmen zu den drei Wirtschaftszweigen wird von den Steuerbehörden und der Bundesagentur für Arbeit eher uneinheitlich gehandhabt. Dies hat unterschiedliche Zuordnungen zur Folge, die den relativ unbekannteren Berufs- und Geschäftsfeldern geschuldet sind. Die Gamesunternehmen werden beispielsweise in der Regel vorwiegend den Softwareunternehmen zugeordnet. Dabei wird oftmals nicht unterschieden, ob es sich in fachlicher Hinsicht z. B. um Spielesoftware, Sprachsoftware, Bürosoftware oder eine der zahlreichen andern Softwarearten handelt. Darüber hinaus ist es z. B. für einen Finanzbeamten in der Regel noch weniger möglich, etwa einen Entwickler, einen Publisher oder einen Contentprovider zuzuordnen. Deshalb können derzeit lediglich die summarischen Strukturdaten für die Software-/Games-Industrie angegeben werden, ohne die Games- bzw. Computerspielebranche einzeln auszuweisen.¹⁴

Für das Jahr 2014 ergeben sich folgende Schätzwerte:

Die Software-/Games-Industrie erwirtschaftet einen **Umsatz** von rund 1,7 Mrd. Euro, das sind 14 Prozent des gesamten in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreichten Umsatzes. Den weitaus größten Anteil stellt mit 87 Prozent die Softwareentwicklung/Internetpräsentation. Auf die Computerspiel-/sonstige Softwareverlage bzw. Webportale entfallen 13 Prozent.

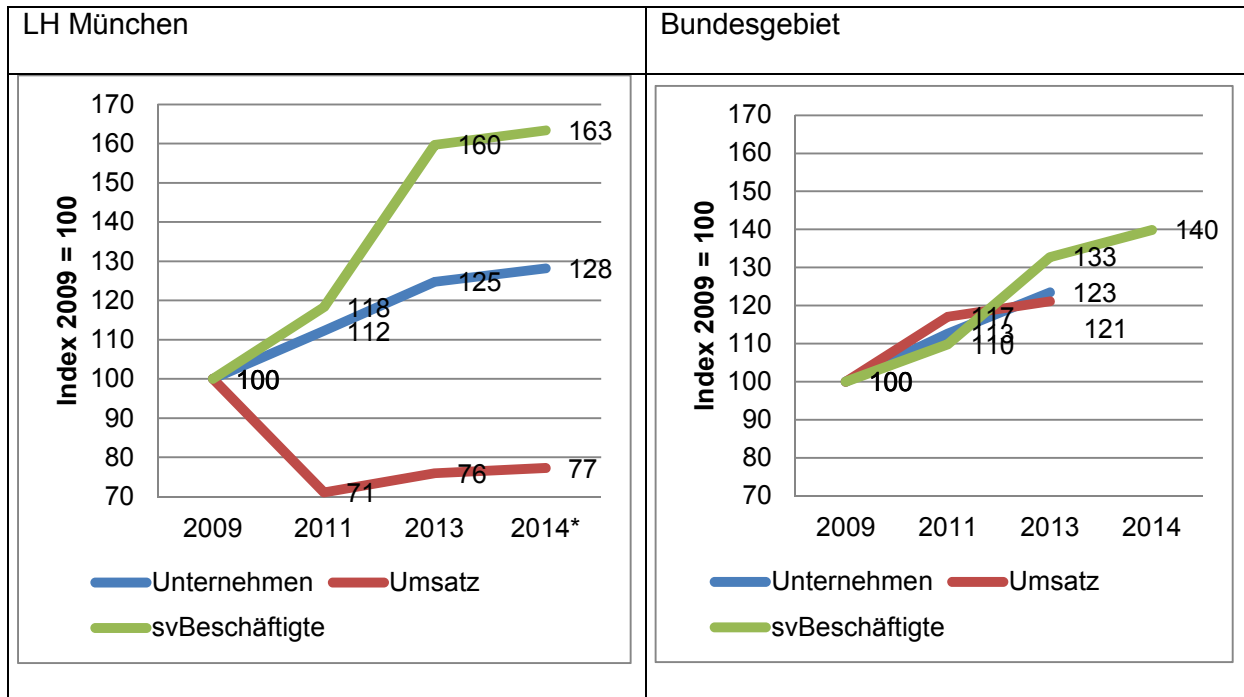
Im Teilmarkt gibt es insgesamt rund 22.000 **Erwerbstätige**, ihr Anteil liegt bei 28 Prozent der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen. Unter ihnen sind rund 19.900 **sozialversicherungspflichtig beschäftigt**. 82 Prozent der Beschäftigten arbeiten in der Softwareentwicklung und der Erstellung von Internetpräsentationen. Die restlichen 18 Prozent entfallen auf die Computerspiel- und sonstigen Softwareunternehmen bzw. Webportale.

Die Zahl der **Selbständigen** und **steuerpflichtigen Unternehmen** liegt bei rund 2.200, das entspricht einem Anteil von 11 Prozent an allen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

¹⁴ Inzwischen gibt es Bemühungen bei den Wirtschaftsministerien der Länder und den einschlägigen Fachverbänden, die ungenügende Datenpraxis mit Hilfe eines Forschungsprojektes zu verbessern.

Entwicklung

Abb. 3-23: Entwicklung der Software-/Games-Industrie in der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet, 2009-2013 (2014) – Kernbereich



Hinweise: *Schätzung bzw. vorläufig; svBeschäftigte = sozialversicherungspflichtig; weitere Erläuterungen siehe Abb. 3.1.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Die Entwicklung der Unternehmen in der Software-/Games-Industrie erreicht in der LH München ein Plus von 25 Prozent bzw. 28 Prozent im Vergleichszeitraum und zeigt damit einen ähnlichen Verlauf wie im Bundesgebiet. Dort beträgt die Veränderungsrate plus 23 Prozent. Der Beschäftigungsmarkt in der LH München überragt die ohnehin schon sehr positive Entwicklung des Bundesgebietes von 40 Prozent Zuwachs mit einem Plus im gleichen Zeitraum von 63 Prozent. Beide Entwicklungsraten sind auch innerhalb der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München die stärksten.

Die Umsatzentwicklung hingegen steht in einem merkwürdigen Gegensatz zu den Trends bei Beschäftigung und Unternehmen. In der LH München bricht die Umsatzkurve bis 2011 dramatisch ein und entwickelt sich anschließend nur minimal in eine positive Richtung. Es ist hier jedoch stark zu vermuten, dass diese Entwicklungslinie nicht den realen Marktverlauf widerspiegelt, sondern im Bereich der Softwareentwicklung im Zuge der statistischen Umsetzung eines oder mehrerer Unternehmen in der amtlichen Statistik verursacht wurde. Im Vergleich der Jahre 2009 und 2011 wäre der Umsatz der Softwareentwicklung von rund 2,1 Mrd. Euro auf 1,4 Mrd. Euro gesunken und demnach wären 700 Mio. Euro vom Markt verschwunden. Ohne die unterstellte Marktverzerrung durch die statistische Umsetzung wäre

der Umsatz im gesamten Vergleichszeitraum etwa um 13 Prozent gestiegen. Dies entspricht zumindest mehr den realen Verläufen von Unternehmens- und Beschäftigungsentwicklung im Vergleichszeitraum.

Wirtschafts- und kulturpolitische Bewertung

Aufgrund der derzeit noch unzureichenden Datenbasis in der amtlichen Statistik sind bezüglich der Gamesentwickler und Publisher im engeren Sinne noch keine weiteren Analysen möglich. Insgesamt aber gehört die Software-/Games-Industrie bislang zu den stark prosperierenden Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, sowohl für die LH München als auch bundesweit.

4 Zusammenfassung

Die vorliegende Analyse bestätigt die Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München erneut in ihrer ganzen Vielfalt und Dynamik (siehe EMM 2012, 2. Teilbericht). Auf Basis der statistischen Befunde lassen sich folgende Schwerpunkte und Trends zusammenfassen:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München ist eine der führenden Standortregionen in Deutschland. Von herausragender Bedeutung ist insbesondere das Beschäftigungsvolumen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München. 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 LH München. Einige Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München weisen eine überragende bundesweite Marktdominanz auf.

4.1 Empirische Befunde im Überblick

Kernbereich

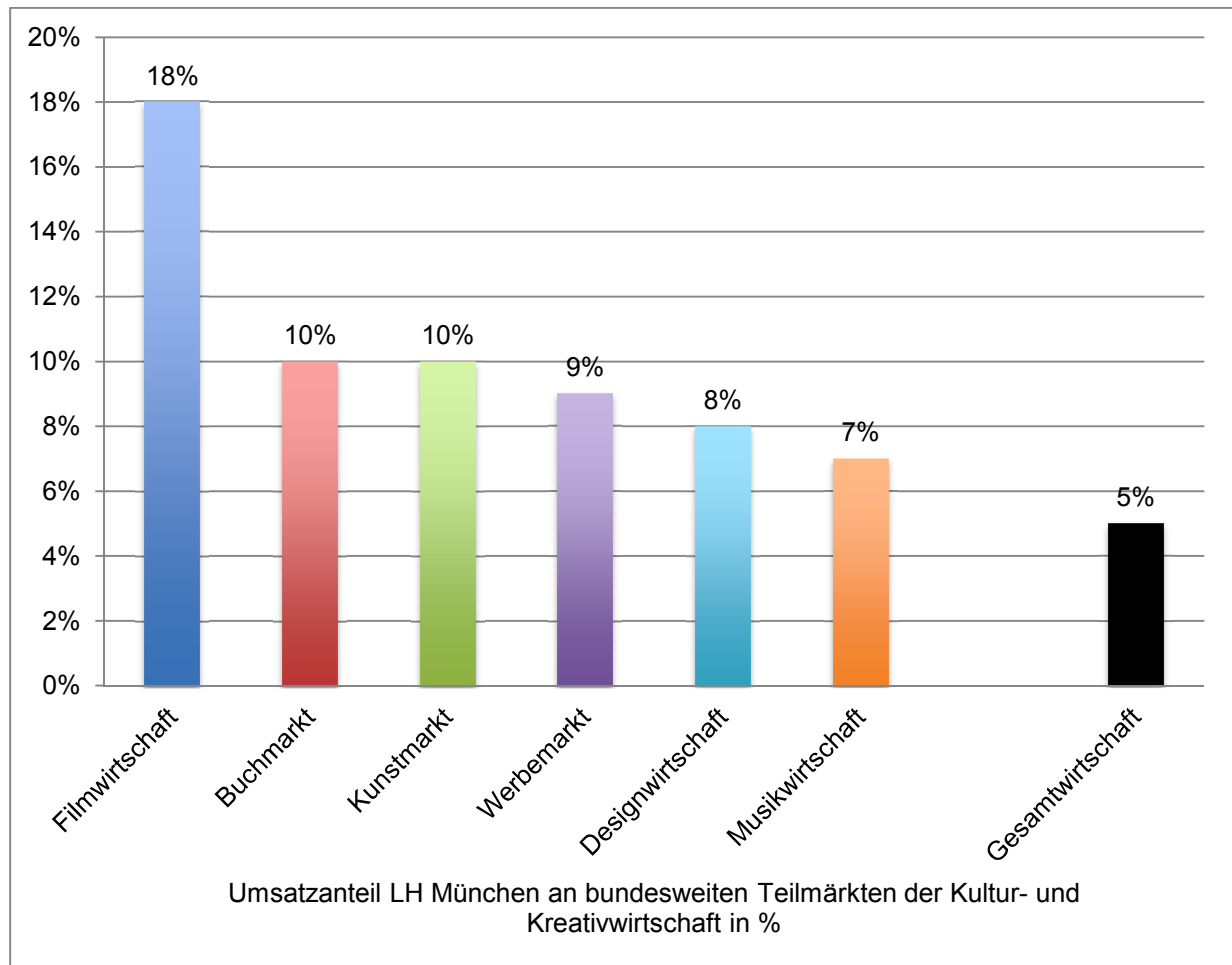
Im Jahr 2014¹⁵ existieren im Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München rund 15.400 **Selbständige und Unternehmen**. Damit erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 17,7 Prozent an der Gesamtwirtschaft der LH München. Der vergleichbare Bundeswert liegt mit 7,6 Prozent deutlich darunter. Ein Grund für die starke Konzentration der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München 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 LH München erwirtschaftet im Jahr 2014* einen **Umsatz** von rund 10,7 Mrd. Euro. Damit erzielt die Branche einen Anteil von 3,9 Prozent an der gesamten Wirtschaftsleistung der LH München - ein deutlich besseres Ergebnis als der vergleichbare Bundeswert von 2,6 Prozent (Jahr 2013). Diese Wirtschaftsleistung bezieht sich auf die in der LH München rechtlich selbständigen Kultur- und Kreativunternehmen.

Der Grund für die herausgehobene Marktposition der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Vergleich zum Bundesgebiet liegt in der starken Stellung einzelner Teilmärkte. Dazu zählen insbesondere die Filmwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt, aber auch die Musikwirtschaft, die Designwirtschaft und der Werbemarkt, deren Firmen jährlich überdurchschnittlich starke Wirtschaftsleistungen erzielen.

¹⁵ Schätzung bzw. vorläufige Werte

Abb. 4-1: Herausragende Marktposition der Münchner Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesgebiet in ausgewählten Teilmärkten, 2013



Lesehilfe: Die Münchner Filmwirtschaftsfirmen erzielen 18 Prozent des bundesweiten Umsatzes in der Filmwirtschaft. Zum Vergleich: die Gesamtwirtschaft Münchens erwirtschaftet rund 5 Prozent des bundesweiten Umsatzes der Gesamtwirtschaft (Produktions-, Handels- und Dienstleistungssektor).
 Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Ein interessantes Merkmal ist mit den drei erst genannten Teilmärkten und der Musikwirtschaft 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 Teilmärkte der Architektur- oder Software-/Games-Märkte eine geringere Rolle innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München. Diese kulturelle oder künstlerisch ausgeprägte Stellung der LH München ist innerhalb des gesamten Bundesgebietes ein Alleinstellungsmerkmal. Denn in vielen vergleichbaren Standortregionen Deutschlands dominieren oftmals die kreativen Teilmärkte wie die Software-/Games-Industrie oder der Pressemarkt, hingegen zählen die kulturellen Teilmärkte in der Regel zu den kleineren Teilmärkten. Dieses Alleinstellungsmerkmal der LH

München beruht zumindest in Teilen auf der jahrzehntelangen Tradition einzelner Kulturmärkte. So zählten Filmwirtschaft oder Buchmarkt bereits in den 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts zu den bundesweit herausragenden Kulturmärkten.

Die Zahl der **Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München erreicht im Jahr 2014* mit rund 69.000 Menschen einen neuen Höchststand. Als arbeitsintensives Wirtschaftsfeld belegt die Kultur- und Kreativwirtschaft einen überragenden Anteil von 8,0 Prozent an der gesamten Wirtschaft in der LH München. Der Vergleichswert der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundesgebietes liegt mit 3,2 Prozent (Jahr 2013) 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.

Ein Blick auf den **Beschäftigtenmarkt** im Jahr 2014* bestätigt die starke Stellung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München. Mit rund 53.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und einem Anteil von 6,9 Prozent an der Gesamtwirtschaft liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft in der LH München wiederum über dem Vergleichswert des Bundesgebietes (Anteil 2,7 Prozent, Jahr 2013). Gemessen an den absoluten Beschäftigungsgrößen sind der Pressemarkt, der Werbemarkt sowie die Software-/Games-Industrie mit jeweils 6.900 bis 19.900 Beschäftigten die größten Teilmärkte innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München. Diese Dominanz der drei Teilmärkte innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München entspricht einer ähnlichen Dominanz in der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft.

Minibereich

Erstmals wird für die Untersuchung der LH München neben dem oben dargestellten Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft – der durch die Umsatzsteuergrenze von 17.500 Euro Jahresumsatz und die Festlegung auf die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten definiert ist – auch der sogenannte **Minibereich** oder die **kleine Kultur- und Kreativwirtschaft** analysiert. Dieser Bereich umfasst alle Selbständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz und die geringfügig Beschäftigten (sogenannte Minijobber mit bis zu 450 Euro/Monat). Für die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München können folgende Eckdaten zum Jahr 2014* ermittelt werden: im Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft sind rund 12.400 Mini-Selbständige tätig, die einen Anteil von 22 Prozent an der (Mini)-Gesamtwirtschaft in der LH München stellen. Sie erzielen einen (Mini)-Umsatz von 82 Mio. Euro und erreichen einen Anteilswert von 17 Prozent an der (Mini)-Gesamtwirtschaft. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten liegt bei rund 7.500 Minijobs. Zusammengefasst stehen

damit im Minibereich weitere rund 19.900 Mini-Selbständige und Mini-Jobs in der LH München für die Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung.

Zusammenfassende Bewertung unter Berücksichtigung des Lokalisationsquotienten

In **zusammenfassender Bewertung** kann festgestellt werden, dass die Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München in allen Kategorien jeweils über den Kennzahlen der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft liegen. Die überdurchschnittliche Position der LH München kann durch den sogenannten Lokalisationsquotienten in konzentrierter Form verdeutlicht werden. Der Lokalisationsquotient 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 einer Region eine außerordentliche Bedeutung haben, wenn die jeweilige Kennzahl über dem Wert 1 liegt.

Abb. 4-2: Der Lokalisationsquotient der Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München 2010, 2014*

	Lokalisationsquotient (LQ)	
	2010	2014*
Unternehmen	2,3	2,3
Wirtschaftsleistung (Umsatz)	1,4	1,6
Erwerbstätigkeit	2,5	2,6
Beschäftigung (sozialversicherungspflichtig)	2,5	2,6

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

Die Werte liegen in allen vier untersuchten Feldern (Unternehmen, Wirtschaftsleistung, Erwerbstätigkeit und Beschäftigung) zwischen 1,6 und 2,6 LQ für das Jahr 2014. Sie zeigen damit eine überdurchschnittliche Präsenz der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München innerhalb der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft an. Die vergleichbaren LQ-Werte aus dem Jahre 2010 belegen, dass die LH München bereits zu diesem Zeitpunkt ein bundesweiter Konzentrationsstandort für die Kultur- und Kreativwirtschaft war. Bei drei der vier LQ-Werte können zum aktuellen Wirtschaftsjahr höhere Werte gemessen werden, was darauf hinweist, dass die LH München innerhalb dieses Zeitraumes ihre herausragende Stellung steigern konnte.

Lediglich der LQ-Wert zu den Unternehmen konnte nicht gesteigert werden. Zwar ist der LQ-Wert von 2,3 bereits ein sehr hoher Wert, zum Beispiel kann dieser Wert nur noch von Berlin

erreicht werden, nicht jedoch von anderen vergleichbaren Metropolstädten. Dennoch signalisiert der gleichbleibende Wert zum Jahr 2014, dass bei der Zahl der Unternehmen keine besondere Dynamik entwickelt werden konnte. Tatsächlich hat die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München zwar einen Unternehmenszuwachs erreicht, dieser ist in den Vergleichsjahren 2009 bis 2014 jedoch relativ schwach ausgefallen, so dass der LQ-Wert stagniert. Da angenommen werden darf, dass Berlin in den kommenden Jahren weiterhin ein Anziehungsort für junge Akteure und neue Unternehmen bleiben wird, hat die LH München hier eine besondere Aufgabe, in künstlerische, kulturelle und kreative Szenen zu investieren. Insgesamt kann jedoch aus den drei anderen LQ abgeleitet werden, dass die LH München zu den stärksten Standorten in der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft zählt.

Die LH München ist seit langem als High-Tech-Standort bekannt, ebenso zählt die Medienwirtschaft zu den anerkannten Wirtschaftsfeldern innerhalb der Gesamtwirtschaft der LH München. Inzwischen wird auch die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München zunehmend wahrgenommen und erreicht mehr und mehr öffentliche Aufmerksamkeit, die ihr zu Recht zukommt. Insbesondere die bundesweit starken Kulturwirtschaftsbranchen der Film- und Musikwirtschaft sowie der Buch- und Kunstmärkte ermöglichen der LH München Alleinstellungsmerkmale, die die Kultur- und Kreativwirtschaft stärker mit künstlerischen und kulturellen Kernen verbindet. Kunst- Kultur- und Kreativproduktionen sind die Inhalte der zukünftigen Kultur- und Kreativwirtschaft, die nicht zuletzt auch weit in die digitale Wirtschaft ausstrahlen werden.

4.2 Zentrale Leitthemen für die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München

Abschließend werden ausgewählte spezifische Charakteristika der Kultur- und Kreativwirtschaft herausgestellt, die für die LH München prägend sind oder in Zukunft die Leitthemen bestimmen werden.

Innovationsfaktor der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein vielseitiger Branchenkomplex mit zahlreichen heterogenen Akteuren. Dies ist zwar einerseits notwendig für die Entwicklung von spezifischen Produkten und besonderen Dienstleistungen, die die Kultur- und Kreativwirtschaft oftmals charakterisieren, andererseits fehlt ihr aber ein klarer Identifikationskern, wie ihn das Auto noch für die Automobilindustrie darstellt. Zu den wichtigsten aktuellen Forschungsfragen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zählt die Innovationsfrage.

Ob Produkte und Dienstleistungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft auch als Innovationsleistungen anerkannt werden können, ist noch nicht geklärt. Vielfach werden kreative Leistungen allenfalls als Annex in Form von Designleistungen in anderen Wirtschaftsbranchen wahrgenommen. So wird der innovative Wert eines Autos nach wie vor in erster Linie mit seinen technologischen Komponenten verbunden. Innovationen werden üblicherweise nach Forschungs- und Entwicklungsausgaben, Patentanmeldungen und nach hochqualifiziertem Personal gemessen. Maschinenbau und Fahrzeugbau, Elektrotechnik und pharmazeutische Industrie zählen regelmäßig zu den forschungsstärksten Industriebranchen und gelten damit als klassische Innovationstreiber in der deutschen Volkswirtschaft.

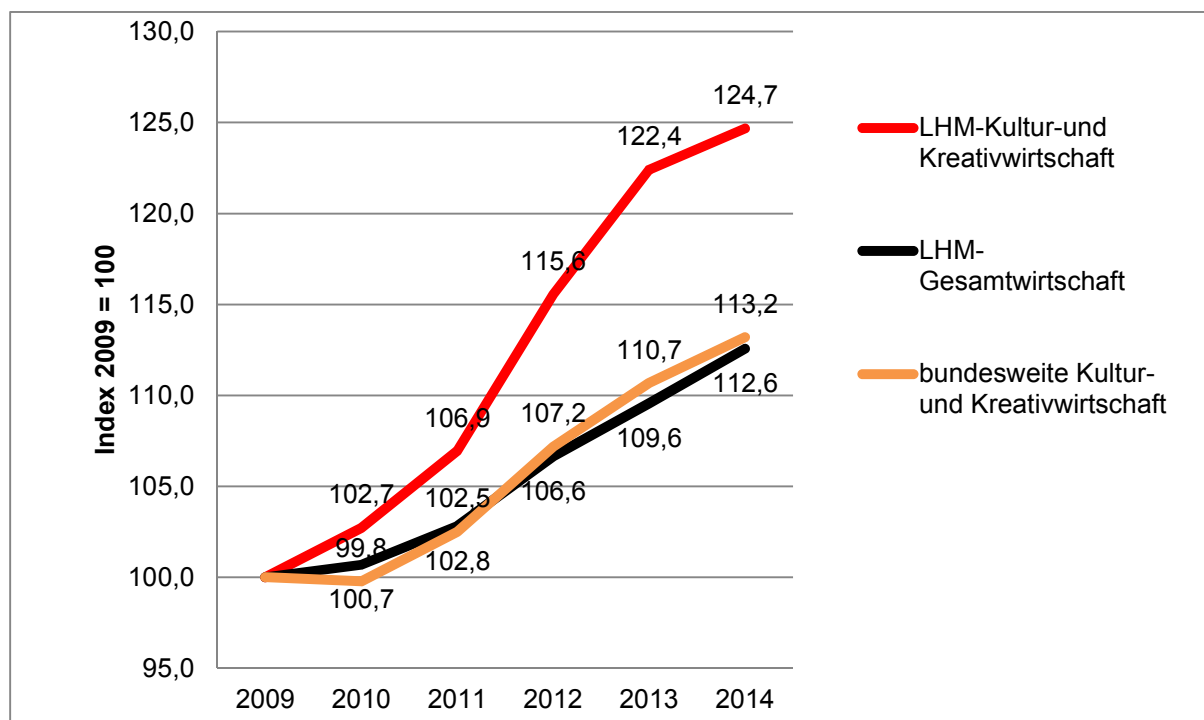
Immerhin ist in jüngerer Zeit ein wachsendes Verständnis für die möglichen innovativen Effekte der kreativen Arbeiten und Dienstleistungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zu beobachten. Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird zunehmend als innovativer Impulsgeber für die regionale Wirtschaft anerkannt, weil sie als regional verankerte Branche, in großen Teilen unverwechselbare, originäre Werke und Dienstleistungen schafft. Kunst-, Kultur- und Kreativproduktion kann vor allem dort wachsen und gedeihen, wo bereits langjährige Strukturen vorhanden sind. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München weist bereits jahrzehntelange Entwicklungsprozesse auf.

Wachstumsfaktor der Kultur- und Kreativwirtschaft

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 LH München existieren alle genannten Player und Akteure, die eine produktive Weiterentwicklung der Branche schaffen können.

Abb. 4-3: Die Wachstumsdynamik der Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München im Vergleich zur Gesamtwirtschaft und zur bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft

Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung 2009-2014*



Lesehilfe: Die Kultur- und Kreativwirtschaft wächst in der LHM fast doppelt so schnell wie die Gesamtwirtschaft. So ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig (sv) Beschäftigten im gesamten Zeitraum um fast 24,7 Prozent gestiegen, die vergleichbare Zahl der Gesamtwirtschaft lediglich um 13,2 Prozent. Dieser Vergleich ist von besonderer Aussagekraft, da die sv-Beschäftigung als besonders „harte“ Datenbasis gilt. Sie enthält keine Minijobs, sondern kann mit den „Normalarbeitsplätzen“ der gewerblichen Wirtschaft verglichen werden. Der Vergleich zum Bundesgebiet macht darüber hinaus die regionale Dynamik sichtbar, die die Kultur- und Kreativwirtschaft der LHM in den vergangenen Jahren erreicht hat. Die bundesweite Kultur- und Kreativwirtschaft kann ebenfalls mit 12,6 Prozent Beschäftigungszuwachs nur die Hälfte der Wachstumsdynamik der LHM erreichen.

*Schätzung bzw. vorläufig.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

Sozialer Faktor der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die städtische, regionale und internationale Bedeutung des Themas Kultur- und Kreativwirtschaft wächst. Die Konzentration auf rein ökonomische bzw. marktwirtschaftliche Positionen werden der Kultur- und Kreativwirtschaft und dem Kultur- und Kreativsektor inzwischen nicht mehr gerecht, denn neben der ökonomischen Wertschöpfungskette gewinnen die Schlüsselbegriffe der **sozialen Stabilität** (Arbeitsmarkt für Viele) und der **künstlerisch/kreativen Prozesse** (künstlerische Innovation, Flexibilität, Vitalität) zunehmend an Beachtung.

Die Chancen und Profile, die der Arbeitsmarkt Kultur- und Kreativsektor bieten kann, sind für Europa oder Deutschland noch nicht ansatzweise ausgelotet. Die Heterogenität des kulturellen Arbeitsmarktes mit seinen unterschiedlichsten Beschäftigungsformen führt noch allzu oft zu einer prekären Einschätzung der Lage. Alle Beschäftigten – vom Vollzeit- bis zum Kurzzeit-Tätigen, vom Hochqualifizierten bis zum geringfügig Qualifizierten – können im Arbeitsmarkt des Kultur- und Kreativsektors einen fairen Platz finden, wenn Politik und Gesellschaft die besondere Qualität dieses Sektors verstehen lernen, wenn die Politik die Leitplanken für einen zukünftig arbeitsgetriebenen Arbeitsmarkt entwickelt. Dann entsteht wertvolle Arbeit, die unsere Gesellschaft braucht. Und Arbeit für viele Menschen – das wird das zentrale Thema in München aber auch in allen anderen Städten und Regionen werden. Das Kulturreferat der LH München¹⁶ hat dieses Generalthema als eine der ersten kommunalen Institutionen bereits erkannt und bietet wertvolle Ansätze zur Weiterentwicklung einer pragmatischen Wirtschafts- und Kulturpolitik für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Imagefaktor der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein wichtiger Imagefaktor für die LH München. Als herausragende Standortregion für künstlerische, kulturelle und kreative Produktionen und Dienstleistungen verfügt die LH München 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 der Verbindung von exzellenten Produktionssektoren und kulturwirtschaftlichen Dienstleistungssektoren verfügt die LH München über beste Voraussetzungen, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen.

¹⁶ Küppers, Hans.-Georg. (2014). Zum Wert der Kultur, Vortrag im Rahmen des Kulturpolitischen Forums , Tutzing vom 12.-14.9.2014.

Internationalisierungsfaktor mit Hilfe der Wissenschaft

Um die Weiterentwicklung der konzeptionellen Grundlagen der Kultur- und Kreativwirtschaft auch international zu thematisieren, ist die LH München in einer sehr guten Startposition. Die Debatte kann zunehmend in einem fachlichen Kontext geführt werden, weil die internationale Beachtung des Themas wächst. Wertschöpfungsanalysen zum Thema Kunst und Produktion aus jüngerer Zeit belegen dies (zum ersten Mal in einer offiziellen Analyse der U.S. Regierung¹⁷, in der ersten englisch-sprachigen Analyse der chinesischen Regierung zur Kultur- und Kreativwirtschaft¹⁸ oder auch im neuen UN Creative Economy Report 2013¹⁹).

Die internationale Bedeutung des Themas wächst. Für die LH München und die Region kann deshalb die Auseinandersetzung um die Kultur- und Kreativwirtschaft auf einer wissenschaftlich fundierten Basis erweitert werden. Im Austausch und in der Fortentwicklung der Leitthemen der Kultur- und Kreativwirtschaft kann die LH München eine Moderatorenrolle einnehmen und sowohl auf städtischer, wie regionaler Ebene und mit internationalen Experten, die Fachdiskussion stärken und Entwicklungen in Kultur, Kreativität und Wirtschaft vorantreiben.

¹⁷ U.S. Department of Commerce (2013).

¹⁸ Xiang, Hardy Yong and Walker, Patricia (*Editors*) (2014).

¹⁹ UN Report (2013).

5 Anhang

5.1 Quellenangaben

Bayerisches Landesamt für Statistik (o.J.). Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahre, Sonderauswertung.

BMWI (2009). Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Forschungsbericht Nr. 577. Kurzbericht eines Forschungsgutachtens im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft. Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der "Kulturwirtschaft" zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Köln, Bremen, Berlin. Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. <http://www.bmwi.de/DE/Mediathek/publikationen,did=289974.html> (gesehen am 18.04.2016).

BMWI (2012). Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010, Berlin.

BMWI (2014). Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013, Berlin. <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Navigation/Mediathek/publikationen,did=666730.html> (gesehen am 18.04.2016).

Bundesagentur für Arbeit (o.J.). Beschäftigungsstatistik = Statistik der Bundesagentur für Arbeit verschiedene Jahre, Sonderauswertung.

EMM (2012). Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München (2. Teilbericht Europäische Metropolregion München).

EMM (2012). Zusammenfassender Kurzbericht mit statistischer Auswertung der Künstler-/Kulturberufe in der Landeshauptstadt München (4. Teilbericht). <http://www.wirtschaft-muenchen.de/publikationen/publikationen.php?op=show&id=30> (gesehen am 18.04.2016).

EU-Kommission Eurostat (2011). ESSnet Culture = ESSnet on Culture Statistics - Final Report Luxemburg.

European Cluster Observatory (2011). Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries, Europa Innova Paper No. 16. <http://www.clusterobservatory.eu/common/galleries/downloads/CreativeAndCulturalIndustries.pdf> (gesehen am 18.04.2016).

Küppers, H.-G. (2014). Zum Wert der Kultur, Vortrag im Rahmen des Kulturpolitischen Forums, 12.-14.9.2014.

http://www.kupoge.de/newsletter/anlagen/160/Tagungsdokumentation_Kulturwerte_Tutzing.pdf (gesehen am 18.04.2016).

Statistisches Bundesamt (2009). Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008 (WZ-2008).

U.S. Department of Commerce (2013). U.S. Bureau of Economic Analysis and National Endowment for the Arts. Preliminary Report on Impact of Arts and Culture on U.S. Economy (<http://www.bea.gov/newsreleases/general/acpsa/acpsa0115.pdf>)

UN Report (2013). United Nations/UNDP/UNESCO. Creative Economy Report 2013. Special Edition. <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> (gesehen am 18.04.2016).

UNESCO (2009). The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS). <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/framework-cultural-statistics-culture-2009-en.pdf> (gesehen am 18.04.2016).

WMK (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. http://www.wirtschaftsministerkonferenz.de/WMK/DE/termine/Sitzungen/09-12-14-15-WMK/09-12-14-15-leitfaden-9.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (gesehen am 18.04.2016).

WMK (2011). Wirtschaftsministerkonferenz. 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.

Xiang, Hardy Yong and Walker, Patricia (Editors) (2014). China Cultural and Creative Industry Reports 2013, Springer Heidelberg, New York, London.

5.2 Abgrenzungen

Abb. 5-1: Statistische Zuordnung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf Teilmärkten und Wirtschaftszweigen (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 Kleinkunsth Bühnen
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)

32.12	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren
74.20.1	Selbständige Fotografen/innen
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

Hinweise: Die mit * versehenen Wirtschaftszweige werden verschiedenen Teilmärkten zugeordnet. Die mit ** markierten Kunsthandel- und designrelevanten 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, sodass keine Doppelerfassung erfolgt.

5.3 Glossar

- **Beschäftigte:** Mit dem Begriff der Beschäftigten werden ausschließlich die abhängig Beschäftigten erfasst. Dazu zählen die Voll- und Teilzeitbeschäftigten mit sozialversicherungspflichtigem Arbeitsvertrag, die Mini-Beschäftigten (Mini-Jobs) bzw. die sogenannten geringfügig entlohnt Beschäftigten. Außerdem bilden die Beschäftigten eine Teilgruppe der Erwerbstätigen. Die Beschäftigten werden in der Regel über die Bundesagentur für Arbeit erfasst und in der Beschäftigungsstatistik (= Statistik der Bundesagentur für Arbeit) dokumentiert.
- **Erwerbstätige:** Die Gruppe der Erwerbstätigen umfasst alle Selbständigen und abhängig Beschäftigten.

- **Index:** Der Index einer Zeitreihe wird auf der Basis eines Ausgangsjahres berechnet, um eine regelmäßige Entwicklung in vergleichender Form darstellen zu können. In der Kultur- und Kreativwirtschaft wird meist das Ausgangsjahr 2009 gewählt, weil ab diesem Zeitpunkt die derzeit gültige Wirtschaftszweigklassifikation (WZ- 2008) für die meisten statistischen Datenquellen in Deutschland eingeführt wurde.
- **Kernbereich:** Im Kernbereich werden die Selbständigen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Beschäftigten, soweit sie einen sozialversicherungspflichtigen Arbeitsvertrag besitzen, zusammengefasst. Die Selbständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Mini-Beschäftigten werden in einem eigenen Bereich, dem Minibereich zusammengefasst.
- **Minibereich:** Im Minibereich werden die Selbständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Mini-Beschäftigten in einem eigenen Bereich zusammengefasst.
- **Selbständige:** Die Selbständigen umfassen alle Erwerbstätigen, die auf eigene Rechnung Dienstleistungen und Produkte für andere Abnehmer oder für den Markt erstellen. Die Selbständigkeit kann in freiberuflicher Form (meist bei selbständigen Künstlern der Fall) oder in gewerblicher Form erfolgen. Ein Selbständiger wird einerseits als steuerpflichtiger Unternehmer (in der Umsatzsteuerstatistik) definiert, andererseits als Berufstätiger, der einkommensteuerpflichtig ist (und in der Einkommensteuerstatistik erfasst wird).
- **Teilgruppe:** In einer Teilgruppe werden wirtschaftliche Aktivitäten in der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammengefasst, die nach statistischen Gruppen aggregiert sind. Zum Beispiel werden die Aktivitäten der Buchverlage, Presseverlage oder Softwareverlage zu einer größeren Gruppe Verlage zusammengefasst. Diese Aggregationen werden meist dann notwendig, wenn für die feiner gegliederten Wirtschaftszweige aus Datenschutzgründen keine Daten zur Verfügung gestellt werden können. Die Gliederung der Teilgruppen in der Kultur- und Kreativwirtschaft wird deshalb entsprechend der Datenverfügbarkeit angepasst. Das Teilgruppenkonzept wird als Ersatzmodell für das Teilmärktekonzept eingesetzt.
- **Teilmärkte:** Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft bilden die einzelne Kultur- bzw. Kreativbranche ab, wie z. B. die Musikwirtschaft oder den Kunstmarkt. Jedem Teilmarkt ist eine definierte Sammlung von Wirtschaftszweigen zugeordnet, die als Empfehlung von der Wirtschaftsministerkonferenz festgelegt werden. Das Teilmärktekonzept setzt allerdings eine hohe Datenqualität in der feinsten Untergliederung voraus, d.h. es werden oftmals statistische Daten für die fünfstellige Tiefengliederung der Wirtschaftszweige benötigt. Diese Tiefengliederung ist häufig durch Datenschutzsperren behindert, in diesem Fall muss auf das Teilgruppenkonzept zurückgegriffen werden.
- **Umsatz:** Der Umsatz eines Unternehmens oder Selbständigen umfasst alle steuerpflichtigen Umsätze ohne Umsatzsteuer (wie in der Umsatzsteuerstatistik festgelegt). In der Regel werden alle Umsatzarten (19%, 7%, steuerfrei) erfasst.
- **Unternehmen:** Ein Unternehmen ist eine rechtliche selbständige Einheit und im Sinne der Umsatzsteuerstatistik eine steuerpflichtige Körperschaft (unabhängig ob als Einzelunternehmen oder als GbR, GmbH, AG, Genossenschaft). In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die steuerpflichtigen Unternehmen zum überwiegenden Teil als steuerpflichtige Selbständige

(Künstler/innen, Journalisten/innen etc.) oder Einzelunternehmer tätig. Diese sind meist als inhabergeführte Unternehmen aktiv. Ein Unternehmen kann in der Form eines Büros (Architektur), eines Ateliers (Künstler/in), einer Agentur (Werbung) oder auch Firma (Film) auftreten. Für die Erfassung der Selbständigen im Konzept der Erwerbstätigen werden die selbständigen Unternehmer dem Selbständigen (als Beruf) gleichgestellt, da unterstellt wird, dass der Unternehmer in der Regel als Inhaber berufstätig ist.

5.4 Impressum

Auftraggeber

Europäische Metropolregion München e.V.

mit Unterstützung des FilmFernsehFonds Bayern, der Landeshauptstadt München (Kulturreferat und Referat für Arbeit und Wirtschaft), der IHK für München und Oberbayern sowie der Handwerkskammer für München und Oberbayern

Auftragnehmer

Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

www.kulturwirtschaft.de

Michael Söndermann, Projektleitung und Gesamttext

Ingo Brünglinghaus, Datenerhebung

Gertrud Bockers-Söndermann, Redaktion

Redaktionsschluss

Köln, März 2016