

Kurz-Info

Martin-Luther-Straße 105, D-10825 Berlin
 Pressestelle
 Telefon (030) 90 13 74 18, Telefax (030) 90 13 82 81
 E-Mail: pressestelle@senwtf.verwalt-berlin.de
 Internet: www.berlin.de/wirtschaftssenat

Kulturwirtschaft/ Kreativwirtschaft in Berlin

Definition Kulturwirtschaft/ Kreativwirtschaft

Der Kultursektor umfasst gemäß dem traditionellen 3-Sektorenmodell den erwerbswirtschaftlichen, den öffentlich geförderten und den gemeinnützigen Kulturbereich. Die Begriffe Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft werden teilweise deckungsgleich, teilweise aber auch in unterschiedlichen Abgrenzungen verwendet. Unter dem Begriff „Kreativwirtschaft“ verstehen wir in Berlin den erwerbswirtschaftlichen Sektor und damit alle Unternehmen und Selbstständigen, die gewinnorientiert und in privater Rechtsform kulturelle Güter produzieren, vermarkten, verbreiten oder damit handeln. Auch gewerbliche Betriebsteile von Kulturinstitutionen zählen zur Kreativwirtschaft.

Die im folgenden benannten Unternehmen und Selbstständigen sind die wesentlichen Protagonisten der Kreativwirtschaft:

Teilmärkte der Kreativwirtschaft	Selbständige und Freiberufler	Unternehmen
Buch- und Pressemarkt	Schriftsteller/ Autoren/ Journalisten/ Pressefotografen	Buchverlage/ Druckereien Buchhandlungen
Film- und Fernsehwirtschaft	Schauspieler/ Moderatoren	Filmproduktionsfirmen/ Verleiher Kinos/ Rundfunk- und TV-Sender
Kunstmarkt	Maler/ Designer	Galerien/ Kunstgewerbe
Softwareentwicklung/ Telekommunikation	Web-Designer	Softwarehäuser/ Telekommunikations- dienstleister
Musikwirtschaft	Komponisten/ Musiker/ Tontechniker	Instrumentenhersteller Musikfachgeschäfte/ Musikverlage/ Veranstalter/ Clubs
Werbung	Werbegraphiker/ Werbetexter	Werbeagenturen/ Werbemittelverteiler
Architektur & Kulturelles Erbe	Restauratoren/ Architekten/ Stadtplaner	Architekturbüros
Darstellende Kunst	Bühnenkünstler/ Artisten/ Tänzer	Musicaltheater, Varietétheater

Noch immer gibt es keine verbindlichen Definitionen und eindeutige Abgrenzung der Begriffe Kulturwirtschaft bzw. Kreativwirtschaft, weder auf nationaler noch internationaler Ebene. Solange

sich keine allgemein akzeptierte Definition national bzw. EU-weit durchsetzt, wird das Land Berlin bei der Begriffssetzung einen pragmatischen Ansatz verfolgen.

Was ist neu an der vorliegenden Zahlenbasis?

Das Land Berlin hat die Daten aus amtlichen Statistiken (Umsatzsteuerstatistik/Beschäftigungsstatistik, etc.) auf Basis einer Studie des [Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung](http://www.diw.de) (www.diw.de) durch Primärerhebungen und Daten zu geringfügig Beschäftigten, Selbstständigen und freien Mitarbeiter ergänzt. Zusätzlich wurden die Umsatzdaten von überregional tätigen Unternehmen, die bisher nur am Hauptsitz des Unternehmens z. B. ProSiebenSat1 AG in München gezählt wurden, anhand der Beschäftigungsanteile in den einzelnen Ländern regionalisiert und liefern nun ein realitätsnäheres Bild der Umsätze in Berlin, aber auch in vergleichbaren Städten und Regionen in Deutschland. Diese Ergänzungen berücksichtigend wurden Zahlenreihen für Berlin, weitere Städte und das Bundesgebiet von 2000 bis 2005 aufgebaut. Wichtig für die Bewertung der Entwicklung ist, dass es sich bei dem Jahr 2000 noch um ein wirtschaftlich gesehen um ein Boomjahr handelte.

Daten zur Kreativwirtschaft in Berlin

Rund 22.600 zumeist kleine und mittelständische Unternehmen der Kreativwirtschaft erwirtschafteten in Berlin ein Umsatzvolumen von rund 18,6 Mrd. €. Damit erreichte die Kreativwirtschaft einen Anteil von über 20% am Bruttoinlandsprodukt der Berliner Wirtschaft. Die Kreativwirtschaft stellt mit ihren rund 90.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einen relevanten Arbeitsmarktfaktor in Berlin dar. Über 8% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (ohne Freiberufler und freie Mitarbeiter) arbeiten in den verschiedenen Teilmärkten der Kreativwirtschaft. Addiert man die Anzahl der geringfügig Beschäftigten, der freien Mitarbeiter und der Selbstständigen hinzu, sind in der Berliner Kreativwirtschaft rund 167.000 Menschen beschäftigt.

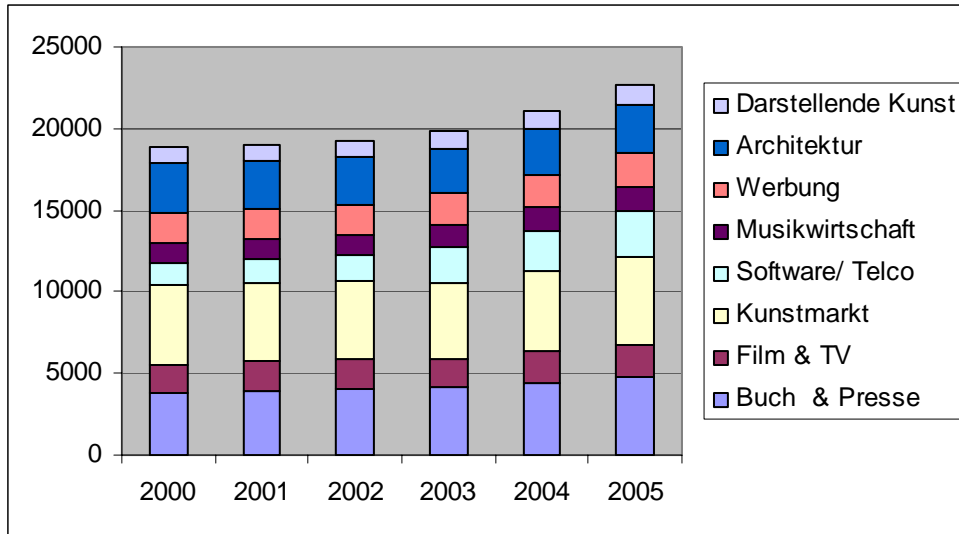
Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Umsätze, die Unternehmen und die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die Teilmärkte der Berliner Kreativwirtschaft verteilen, aber auch welchen Anteil der jeweilige Teilmarkt an der Kreativwirtschaft hat.

Kreativwirtschaft Berlin i.w.S. 2005	Anzahl Unternehmen	Anteil Teilmarkt in %	Umsätze In T€	Anteil Teilmarkt in %	Beschäftigte	Anteil Teilmarkt in %
Buch- und Pressemarkt	4.800	21,2	4.522.005	24,3	27.074	16,2
Film- und Fernsehwirtschaft	1.986	8,8	2.535.195	13,6	35.997	21,5
Kunstmarkt*	5.401	23,9	1.799.915	9,7	17.481	10,4
Software/ Telcos	2.732	12,1	6.613.604	35,6	27.871	16,6
Musikwirtschaft	1.515	6,7	1.033.338	5,6	13.564	8,1
Werbung/PR	2.103	9,3	907.106	4,9	17.857	10,7
Architektur	2.874	12,7	650.698	3,5	10.120	6,0
Darstellende Kunst	1.218	5,4	518.106	2,8	17.623	10,5
Gesamt	22.629	100	18.579.967	100	167.587	100

Quellen: Statistisches Landesamt Berlin und DIW, Darstellung SenWTF

Entwicklung der Unternehmenszahlen

Die meisten Unternehmen der Kreativwirtschaft waren 2005 im Kunstmarkt (24%) sowie im Buch- und Pressemarkt (21%) tätig. Die starke Position des Kunstmarktes erklärt sich u.a. durch die große Anzahl an Designateliers und selbstständigen Bildenden Künstlern innerhalb des Sektors.



Quelle: Statistisches Landesamt Berlin, Darstellung SenWTF

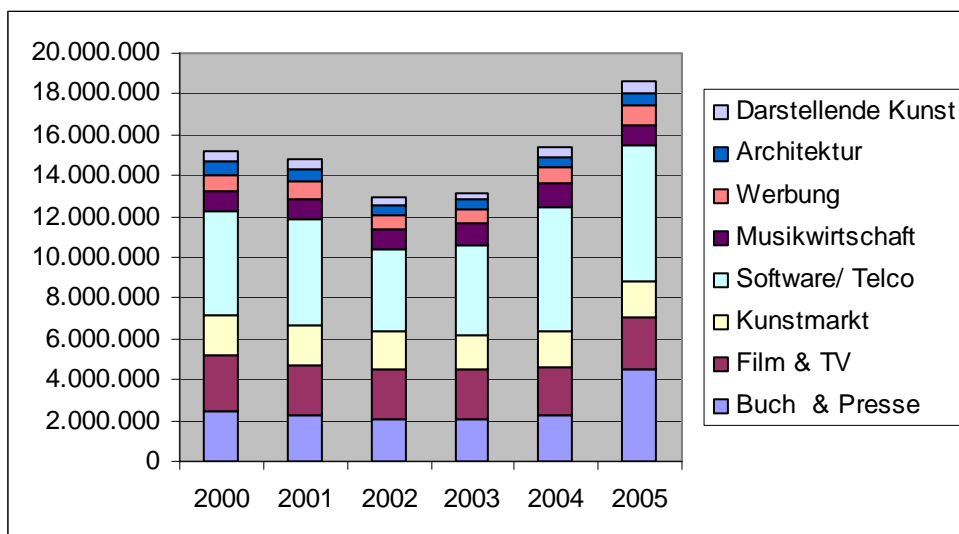
Die Anzahl der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen stieg von 2000 bis 2005 um rund 3.900 (rd. 19%) an, insbesondere in der Softwareentwicklung (+1.380 Unternehmen), im Buch- und Pressemarkt (+990) sowie im Kunstmarkt (+600). Dagegen ging die Zahl der Architekturbüros im gleichen Zeitraum deutlich zurück.

Berlin weist mit 6% - bezogen auf die Einwohnerzahl - die höchste Dichte an selbstständigen Künstlern in Deutschland auf. Die Anzahl der selbstständigen Künstler in Berlin ist seit 2000 um über 40% angestiegen.

Entwicklung der Umsatzzahlen

Zu den umsatzstärksten Teilmärkten der Kreativwirtschaft zählt die Softwarebranche (6,6 Mrd. € Umsatz/ 36%), der Buch- und Pressemarkt (4,5 Mrd. € / 24%), die Film- und Fernsehbranche (2,5 Mrd. € / 14%) sowie der Kunstmarkt mit 1,8 Mrd. € (10%).

Die Umsätze der Kreativwirtschaft sind seit 2000 um fast 23% (über 3,4 Mrd. €) auf rund 18,6 Mrd. € gestiegen.

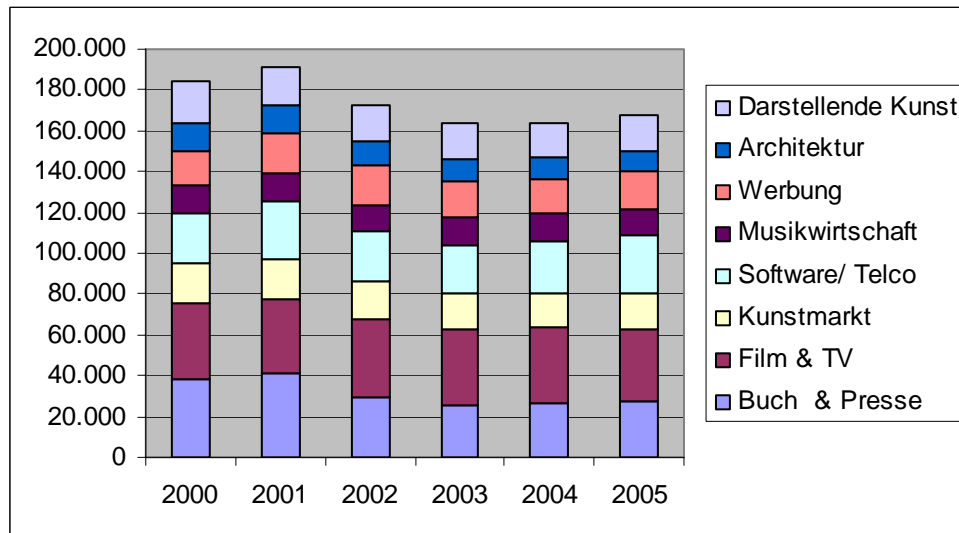


Quelle: Statistisches Landesamt Berlin, Darstellung SenWTF

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

Zu den Teilmärkten mit dem größten Beschäftigungspotenzial gehört die Film- und Fernsehbranche (36.000/ rd. 22%) gefolgt von der Softwarebranche und dem Buch- und Pressemarkt (jeweils über 27.000 Beschäftigte/ rd. 16%).

Die Anzahl der Beschäftigten in der Berliner Kreativwirtschaft ging - verglichen mit dem Medienboomjahr 2000 – bis 2005 um rund 16.000 (-9%) zurück. Entgegen diesem Trend haben die Unternehmen der Softwarebranche (+13%/ +3.300) und der Werbewirtschaft (+4%/ +760) in erheblichem Maße Beschäftigte eingestellt.



Quelle: Statistisches Landesamt Berlin, Darstellung SenWTF

Die Kulturwirtschaftsinitiative des Landes Berlin

Im Rahmen der Kulturwirtschaftsinitiative, die Mitte 2004 von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen sowie der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur gestartet wurde, werden Probleme und Potenziale der Kultur und Kreativwirtschaft in Berlin untersucht, die Schnittstellen beleuchtet sowie übergreifende Lösungen in der Kultur- und Wirtschaftsförderung entwickelt.

Die Berliner Kreativwirtschaft weist in zahlreichen Wirtschaftszweigen überdurchschnittliches Wachstum - insbesondere bei den selbstständigen Kulturschaffenden, aber auch bei Umsätzen und Beschäftigten auf.

Die Berliner Kreativwirtschaft wird durch viele junge und kleine Unternehmen geprägt. Über 50% der Unternehmen sind als KMUs zu bezeichnen. Diese zeichnen sich durch eine hohe Anpassungs- und Innovationsfähigkeit aus. Die Unternehmen beschleunigen den wirtschaftlichen Strukturwandel und schaffen neue Arbeitsplätze.

Schließlich ist die Kreativwirtschaft für die Hauptstadt einer der wichtigsten Image- und Standortfaktoren – vor allem für die Tourismusbranche (inzwischen über 13 Mio. Touristen jährlich) und für die Ansiedlung von Unternehmen.

Die Probleme der Kreativwirtschaft sind oftmals: Geringe Eigenkapitalausstattung, Finanzierungsschwäche, Managementdefizite und mangelnde Kenntnis von Förderprogrammen sowie Schwierigkeiten bei der internationalen Vermarktung. Aufgrund dieser Defizite können die Wachstums- und Internationalisierungschancen im Mittelstand bisher nicht voll genutzt werden.

In vielen Branchen wurden seither neue Handlungsansätze entwickelt und zahlreiche Infrastrukturprojekte umgesetzt, einige Beispiele dazu:

- Analyse des Potentials der Kreativwirtschaft sowie Identifizierung des wirtschaftspolitischen Handlungsbedarfs im Rahmen des ersten Kulturwirtschaftsberichts des Landes Berlin –

Download:

<http://www.berlin.de/imperia/md/content/senatsverwaltungen/senwaf/publikationen/kulturwirtschaft.pdf>

- Kommunikation von Best Practise-Beispielen aus allen kreativen Branchen über regelmäßige E-News, branchenbezogene Broschüren und Veranstaltungen
- Auszeichnung Berlins durch die UNESCO als „Stadt des Designs“ im Januar 2006
- Kooperation mit Netzwerken und Verbänden wie der Label Commission, der Club Commission, dem nationalen Musikexportbüro German Sounds sowie Initiierung des Roundtable Design und des Designnetzwerks Create Berlin wie auch zahlreicher Initiativen im IT- Bereich
- Ko-Finanzierung von B2B – Plattformen, die potentielle Auftraggeber und kreative Unternehmen zusammenbringen (Media meets Industry/ B2Design im Rahmen des DesignMai-Festivals/ Matchmaking während der Musikmesse Popkomm)
- Erschließung von neuen Auslandsmärkten über Unternehmenspräsentationen und Gemeinschaftsmessestände: z.B. auf den Musikmesse Midem in Cannes und Popkomm sowie auf Messen in Milano, Tokio und der Modemesse RendezVous in Paris
- Unterstützung von Existenzgründungen u.a. durch Informations- und Professionalisierungsmaßnahmen, branchenbezogene Veranstaltungen mit Bankenvertretern, Konferenzen im Musik- und Designbereich, einer Recruitingmesse im Designbereich sowie ein geplantes Coachingprogramm
- Aufbau einer Informationsplattform für Unternehmen der Kreativwirtschaft und Kulturschaffende („CreativeCityBerlin“) gemeinsam mit der Senatskanzlei/ Kultur und der Kulturprojekte Berlin GmbH, um Transparenz bei Dienstleistungsangeboten, Förderprogrammen und Ansprechpartnern zu schaffen
- Förderung der Zusammenarbeit von Kulturinstitutionen und der Kreativwirtschaft über Infrastrukturprojekte wie das Museumsportal
- Knowhow-Transfer, Professionalisierung und Entwicklung innovativer Produkte über das UdK – Projekt Designreaktor und das FHTW- Projekt Textilzelle
- Unterstützung bestehender Verkaufsplattformen im Design- und Modebereich; Berlinomat und Berliner Klamotten, Öffnung bestehender Förderprogramme wie Außenwirtschaftsförderprogramm für die Creative Industries sowie Entwicklung neuer Kredit- und Wachstumskapitalprogramme wie z. B. VC Kreativ Berlin, welches ab Ende 2007 starten soll
- Unterstützung von kulturwirtschaftlichen Gründerzentren bei Finanzierungsfragen und Bewerbung der Standorte.

Ansprechpartnerin in der Verwaltung:

Tanja Mühlhans, Telefon: 90 13 – 83 35, Telefax: 90 13 – 74 78, E-Mail

© Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, Quellenangabe erwünscht