

Mitteilung

der Landesregierung

Bericht der Landesregierung zu einem Beschluss des Landtags; hier: Kulturwirtschaft in Baden-Württemberg

Landtagsbeschluss

Der Landtag hat am 21. Juli 2018 folgenden Beschluss gefasst (Drucksache 16/225):

Die Landesregierung zu ersuchen,

- 1. dem Landtag im Sommer 2018 einen weiteren Bericht mit einer aktuellen Datengrundlage vorzulegen sowie*
- 2. Handlungsempfehlungen in den Bericht mit aufzunehmen.*

Bericht

Mit Schreiben vom 13. Dezember 2018, Az.: III-3451, berichtet das Staatsministerium wie folgt:

I. Vorbemerkung

Der Landtag hatte am 28. Februar 2008 (Drucksache 14/2340) den Beschluss gefasst, „die Landesregierung zu ersuchen, jährlich einen aktuellen kurzen Bericht über die Entwicklung der Kulturwirtschaft in Baden-Württemberg vorzulegen“. Mit der Vorlage des 4. Berichts im Wirtschaftsausschuss des Landtags wurde am 6. Juli 2016 beschlossen, das Berichtsintervall auf zwei Jahre zu verlängern (Drucksache 16/225).

Der von der Landesregierung jetzt vorgelegte 5. Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg enthält zum einen aktualisierte Eckdaten zur

Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg und deren elf Teilmärkten. Ergänzend werden Aussagen zu den direkten und indirekten Effekten der Designwirtschaft für die Gesamtwirtschaft getroffen.

Um diesen Bericht auf der Basis einer profunden Datenanalyse erstellen zu können, hat das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau zwei Studien in Auftrag gegeben, die in der Anlage beigelegt sind.

Dies war notwendig, um die mittlerweile veraltete Datengrundlage für die Berichterstattung über die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg zu aktualisieren. Mit der Erstellung der Studie zu diesem Thema wurde das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, beauftragt. Dieses Institut wird auch vom Bundeswirtschaftsministerium mit dem jährlichen Monitoring für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland beauftragt und verfügt somit über eine fundierte Fachkompetenz auf diesem Gebiet. Da zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Studie noch nicht für alle untersuchten Indikatoren amtliche Statistiken für das Jahr 2017 vorlagen und die Werte daher geschätzt werden mussten, konnte das ZEW auf seine Erfahrungen bei der Erstellung des nationalen Monitorings zurückgreifen.

Zur Untersuchung der direkten und indirekten Effekte der Designwirtschaft für die Gesamtwirtschaft hat das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau einen Gemeinschaftsauftrag an das Büro für Kulturwirtschaftsforschung in Köln und das Büro Designers Business in Berlin vergeben. Beide Büros verfügen über eine bundesweit anerkannte Expertise auf den Gebieten der Designwirtschaft bzw. der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zudem haben diese Büros eine neue Methode zur Ermittlung der Bedeutung der Designberufe für die Gesamtwirtschaft entwickelt.

Die Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft, die diesem Bericht der Landesregierung zugrunde gelegt wird, folgt der Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz aus dem Jahr 2009:

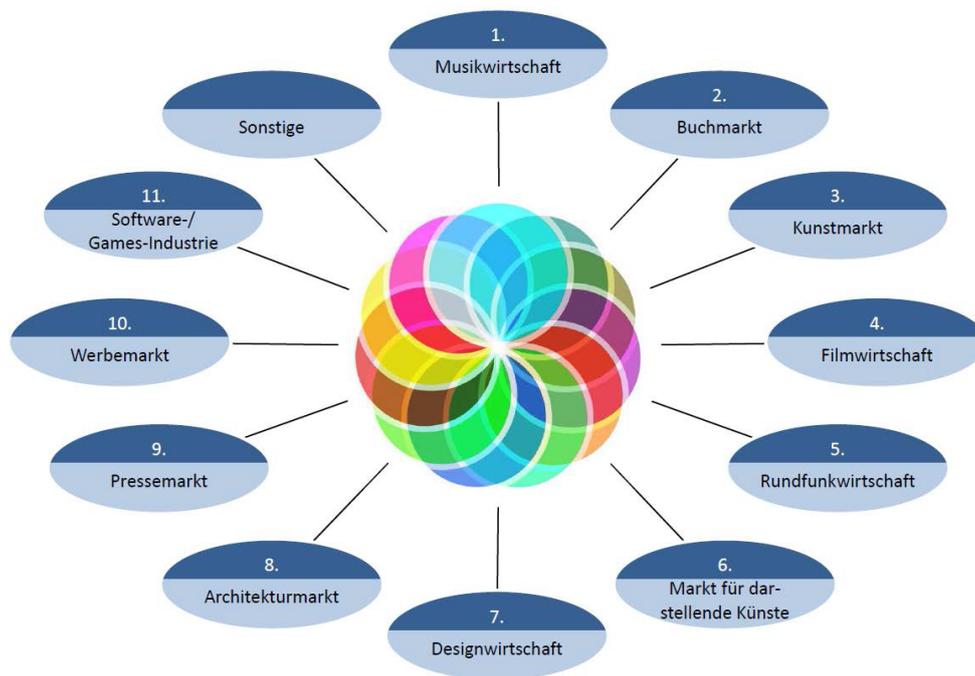
„Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“¹

Das wesentliche Kriterium dieser Definition ist der erwerbswirtschaftliche Charakter der Unternehmen. Zu diesem Kreis der Unternehmen gehören alle marktwirtschaftlichen Unternehmen, die mehrwertsteuerpflichtig sind oder die einfach mit Kunst, Kultur und Kreativität Geld verdienen wollen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird in elf Teilmärkte untergliedert (siehe Abbildung 1). Einige Wirtschaftszweige werden gemäß der Definition der Wirtschaftsministerkonferenz mehreren Teilmärkten zugerechnet, bspw. die Theater- und Konzertveranstalter den Teilmärkten Musikwirtschaft sowie dem Markt für darstellende Künste.² Unternehmen aus diesen Wirtschaftszweigen der amtlichen Statistik werden bei der nachfolgenden Darstellung der Teilmärkte also doppelt berücksichtigt.

¹ Wirtschaftsministerkonferenz (2009), Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten, Köln.

² Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (2018), Die Kultur und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg, Stand August 2018, S. 56 f.

Abbildung 1: Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft³

II. Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg

Im Jahr 2017 erwirtschafteten insgesamt 226.618 Erwerbstätige in 30.621 Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Umsatz von rund 24,4 Milliarden Euro.

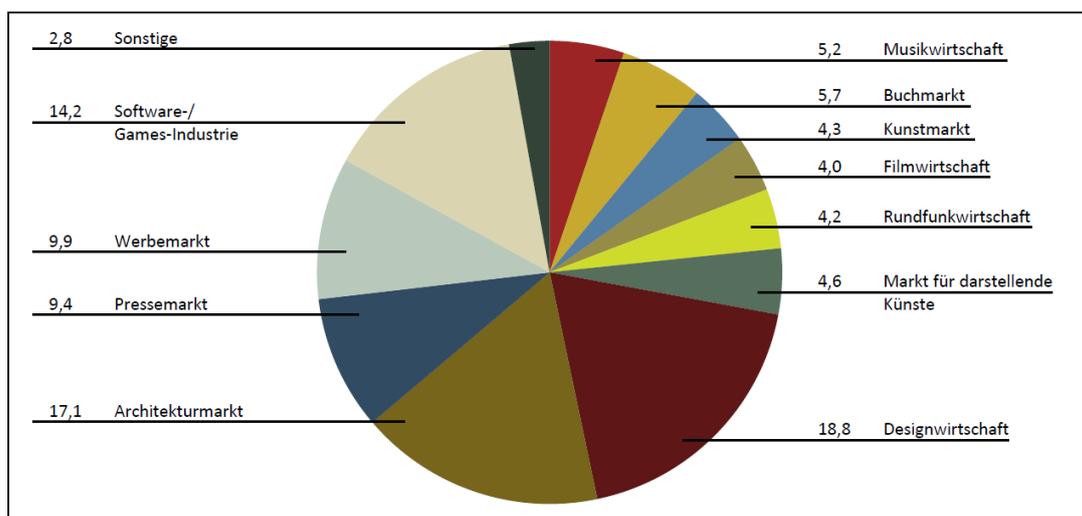
1. Entwicklung der Anzahl der Unternehmen

In Baden-Württemberg waren im Jahr 2017 insgesamt 30.621 Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv. Damit hat sich im Vergleich mit 2016 die Zahl der Unternehmen im Land um 1,3 Prozent verringert. Der Anteil der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an allen Unternehmen in Baden-Württemberg betrug 2017 6,8 Prozent (Vorjahr: 6,9 Prozent).

Der Teilmarkt mit den meisten Unternehmen in Baden-Württemberg ist die Designwirtschaft. Diesem Bereich wurden 2017 18,8 Prozent aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg zugerechnet.⁴ An zweiter Stelle rangierte der Architekturmarkt mit einem Anteil von 17,1 Prozent. Die Software-/Games-Industrie folgte auf Rang drei, ihr Anteil lag bei 14,2 Prozent. Im Kunstmarkt, in der Rundfunkwirtschaft und in der Filmwirtschaft war die Zahl der Unternehmen am geringsten: In diesen Teilmärkten waren jeweils rund 4 Prozent aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv.

³ Ebd., S. 8.

⁴ Alle Angaben zu Teilmärkten inklusive Mehrfachzählungen einzelner Wirtschaftszweige in den einzelnen Teilmärkten.

Abbildung 2: Anteil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2017 (in Prozent)⁵

2. Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

Im Jahr 2017 erreichte die Gesamterwerbstätigenzahl in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württembergs insgesamt 226.618 Menschen. Das entspricht einem Zuwachs von 10.054 Erwerbstätigen oder 4,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit waren 3,6 Prozent aller Gesamterwerbstätigen in Baden-Württemberg in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv.

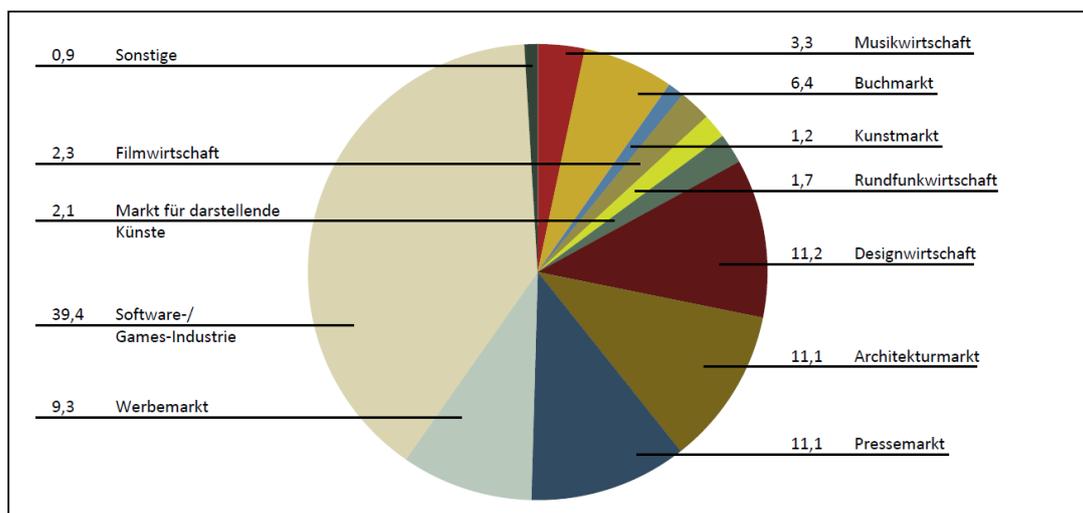
Von diesen Personen waren 141.213 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Vorjahr 135.762 Personen, +4,0 Prozent) und 30.621 Freiberufler und Selbstständige mit einem Jahresumsatz von mindestens 17.500 Euro (Vorjahr 31.028, -1,3 Prozent). Diese zusammengenommen 171.833 Personen bilden die Gruppe der sogenannten Kernerwerbstätigen, deren Anzahl im Jahresvergleich um 3,0 Prozent gewachsen ist. Der Anteil der Selbstständigen an den Kernerwerbstätigen betrug 17,8 Prozent.

Zur Ermittlung der Gesamterwerbstätigenzahl werden zudem 54.784 geringfügig Beschäftigte hinzugezählt (Vorjahr 49.775, +10,1 Prozent). Zwischen 2012 und 2016 war die Zahl der geringfügig Beschäftigten anhaltend rückläufig – dieser Trend wurde nun unterbrochen.

Bei den Beschäftigtenzahlen sind die Unterschiede zwischen den elf Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg sehr groß. Die meisten Beschäftigten arbeiteten im Jahr 2017 in der Software-/Games-Industrie: 39,4 Prozent aller Kernerwerbstätigen, d. h. Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne Mini-Selbstständige, waren hier erwerbstätig. Mit weitem Abstand und einem Anteil von jeweils etwa 11 Prozent folgten die Designwirtschaft (Platz 2), der Architekturmarkt (Platz 3) und der Pressemarkt (Platz 4) nahezu gleichauf. Der Teilmarkt mit den wenigsten Kernerwerbstätigen in Baden-Württemberg war der Kunstmarkt mit einem Anteil von 1,2 Prozent.

⁵ Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (2018), Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg, S. 27.

Abbildung 3: Anteil Kernerwerbstätige (Selbstständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017 (in Prozent)



Erstmals wurden auch sogenannte Mini-Selbstständige mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro separat erfasst. Diese Gruppe ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft erfahrungsgemäß sehr stark vertreten. Dies gilt auch für Baden-Württemberg, wie die Daten belegen. Demnach belief sich ihre Zahl 2017 auf 34.352. Damit stellte die Kultur- und Kreativwirtschaft 7,4 Prozent aller Mini-Selbstständigen in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl der Mini-Selbstständigen leicht um rund 400 Personen zurückgegangen.

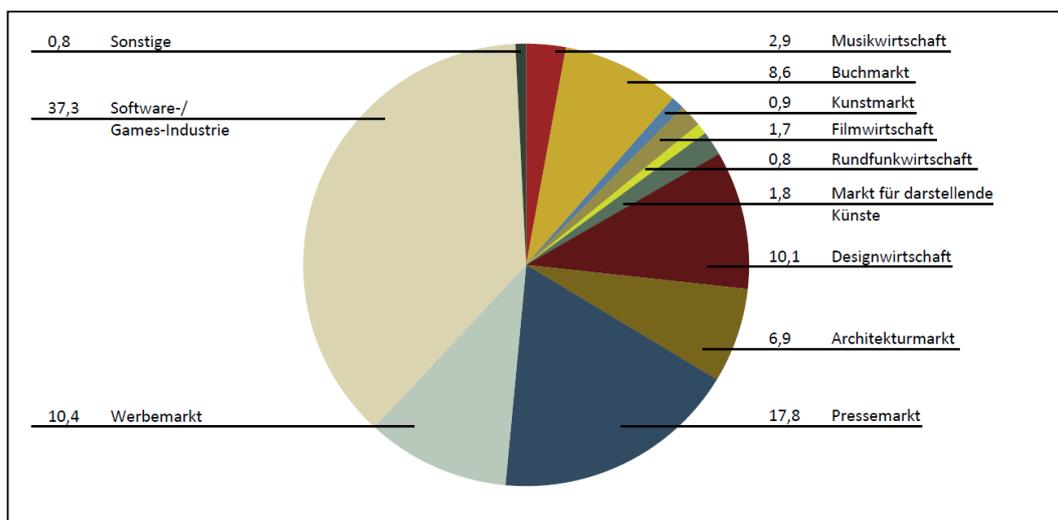
Die meisten Mini-Selbstständigen gibt es im Teilmarkt der Designwirtschaft: 17,8 Prozent aller Mini-Selbstständigen waren 2017 in diesem Teilmarkt aktiv. Es folgten die Software-/Games-Industrie mit einem Anteil von 13,4 Prozent sowie der Architekturmarkt mit einem Anteil von 9,1 Prozent.

3. Entwicklung der Umsätze und der Bruttowertschöpfung

Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erzielten im Jahr 2017 Umsätze von rund 24,4 Milliarden Euro, das entspricht einem Plus von 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit entfielen auf die Kultur- und Kreativwirtschaft rund 2,3 Prozent aller Umsätze in der Gesamtwirtschaft. Gegenüber dem Jahr 2016 blieb dieser Anteil praktisch unverändert.

Bei den Teilbranchen liegt mit großem Abstand die Software-/Games-Industrie an erster Stelle. Sie erwirtschaftete 37,3 Prozent der Umsätze und damit über ein Drittel der gesamten Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit deutlichem Abstand folgten der Pressemarkt mit einem Anteil von 17,8 Prozent sowie nahezu gleichauf mit 10,4 Prozent bzw. 10,1 Prozent der Werbemarkt und die Designwirtschaft.

⁶ Ebd., S. 27.

Abbildung 4: Anteil des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017⁷

Das ZEW hat den Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung für das Jahr 2016 geschätzt, neuere Daten aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung liegen noch nicht vor. Demnach betrug die Bruttowertschöpfung im Jahr 2016 16,1 Milliarden Euro, das entspricht einem Zuwachs von 7,3 Prozent gegenüber dem Jahr 2015. Die Kultur- und Kreativwirtschaft trug damit 3,8 Prozent zur gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung bei.

4. Struktur der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Struktur der Kultur- und Kreativwirtschaft ist traditionell durch kleine und Kleinstunternehmen geprägt. Dies bestätigt auch die vorliegende Studie.⁸ Demnach lag die durchschnittliche Unternehmensgröße in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg 2017 bei 5,6 Kernerwerbstätigen, verglichen mit 10,9 Kernerwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft.

Jeder Kernerwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft trug im Jahr 2016 durchschnittlich mit 96.700 Euro zur Bruttowertschöpfung bei und erwirtschaftete einen Umsatz von 144.300 Euro. Dieser statistische Pro-Kopf-Umsatz lag deutlich unter dem in der Gesamtwirtschaft erzielten Pro-Kopf-Umsatz in Höhe von 217.100 Euro. Umgekehrt stehen die Vorzeichen jedoch bei der Bruttowertschöpfung: Hier waren es in der Gesamtwirtschaft lediglich 87.400 Euro pro Kopf, also 9.300 Euro weniger als in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dies deutet darauf hin, dass im Vergleich zur Gesamtwirtschaft in der Kultur- und Kreativwirtschaft oftmals weniger auf Vorleistungen zurückgegriffen wird und mehr eigener Arbeitsinput notwendig ist.

⁷ Ebd., S. 18.

⁸ Ebd., S. 10.

5. Zusammenfassender Überblick wichtiger Kennzahlen zu den elf Teilmärkten

Tabelle 1: Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg nach Teilmärkten in 2017⁹

	Anzahl Unternehmen ^{a)}	Umsätze (in Mio. EUR) ^{b)}	Kernerwerbstätige ^{c)}	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ^{d)}	Mini-Selbstständige ^{e)}
Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg	30.621	24.427	171.833	141.213	34.352
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>450.825</i>	<i>1.074.245</i>	<i>5.017.564</i>	<i>4.566.739</i>	<i>466.549</i>
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>6,8%</i>	<i>2,3%</i>	<i>3,4%</i>	<i>3,1%</i>	<i>7,4%</i>
Aufgliederung nach Teilmärkten					
<i>(einzelne Wirtschaftszweige wurden mehreren Teilmärkten zugerechnet und daher doppelt gezählt)</i>					
1. Musikwirtschaft	1.838	753	6.110	4.272	2.952
2. Buchmarkt	2.035	2.253	11.854	9.819	3.066
3. Kunstmarkt	1.518	244	2.136	618	2.710
4. Filmwirtschaft	1.412	440	4.205	2.793	2.977
5. Rundfunkwirtschaft	1.477	210	3.210	1.732	2.241
6. Markt für darstellende Künste	1.629	471	3.968	2.339	3.382
7. Designwirtschaft	6.663	2.654	20.808	14.145	7.344
8. Architekturmarkt	6.062	1.823	20.662	14.600	3.744
9. Pressemarkt	3.321	4.677	20.586	17.265	2.914
10. Werbemarkt	3.504	2.737	17.177	13.673	3.125
11. Software-/Games-Industrie	5.031	9.804	73.026	67.996	5.547
12. Sonstige	991	202	1.698	707	1.347
<i>Nachrichtlich: Summe</i>	<i>35.481</i>	<i>26.268</i>	<i>185.440</i>	<i>149.959</i>	<i>41.349</i>

Werte basieren auf Schätzungen des ZEW; a) Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz; b) unbereinigter Umsatz; c) Freiberufler, Selbstständige und sozialversicherungspflichtige Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte; d) sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Voll- und Teilzeitkräfte, ohne geringfügig Beschäftigte); e) Freiberufler und Selbstständige mit einem Umsatz unter 17.500 Euro pro Jahr

⁹ Ebd., S. 50 ff.

III. Die Bedeutung der Designwirtschaft in Baden-Württemberg für die Gesamtwirtschaft

Die Designwirtschaft ist eine bedeutende Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Mit rund 21.000 Kernerwerbstätigen und einem Umsatzvolumen in Höhe von 2,7 Milliarden Euro im Jahr 2017 gehört sie zu deren wichtigsten Teilmärkten.

Diese statistisch begründete Definition der Designwirtschaft im engeren Sinne deckt jedoch nur einen Teil jener Wertschöpfung ab, die durch Design geleistet wird. Insbesondere auch in den Teilmärkten Architektur, Werbung sowie Kunsthandwerk spielt Design eine wichtige Rolle. Die direkten Auswirkungen dieser Teilmärkte auf die Wirtschaft Baden-Württembergs waren bereits in Tabelle 1 zusammengefasst und werden zudem in der zweiten Studie, die dieser Berichterstattung beiliegt, ausführlich dargestellt.¹⁰

Darüber hinaus ist das Design jedoch auch in anderen Wirtschaftsbereichen ein wichtiger Wertschöpfungsfaktor, beispielsweise im Industrie- und Produktdesign, im Service Design oder im Bereich der User Experience von digitalen (und analogen) Technologien.¹¹ Viele Unternehmen beschäftigen hierfür eigene Inhouse-Designer, Großkonzerne beschäftigen hierfür teilweise ganze Abteilungen. Diese indirekten wirtschaftlichen Effekte der Designberufe wurden ebenfalls in der Studie des Büros für Kulturwirtschaftsforschung und von DesignersBusiness ausführlich untersucht.

Grundlage hierfür war jedoch nicht die Zuordnung der einzelnen Unternehmen zu Wirtschaftszweigen, sondern diese Untersuchung folgt einer Berufsperspektive und betrachtet die wirtschaftlichen Effekte der Designberufe, unabhängig von den einzelnen Wirtschaftszweigen.

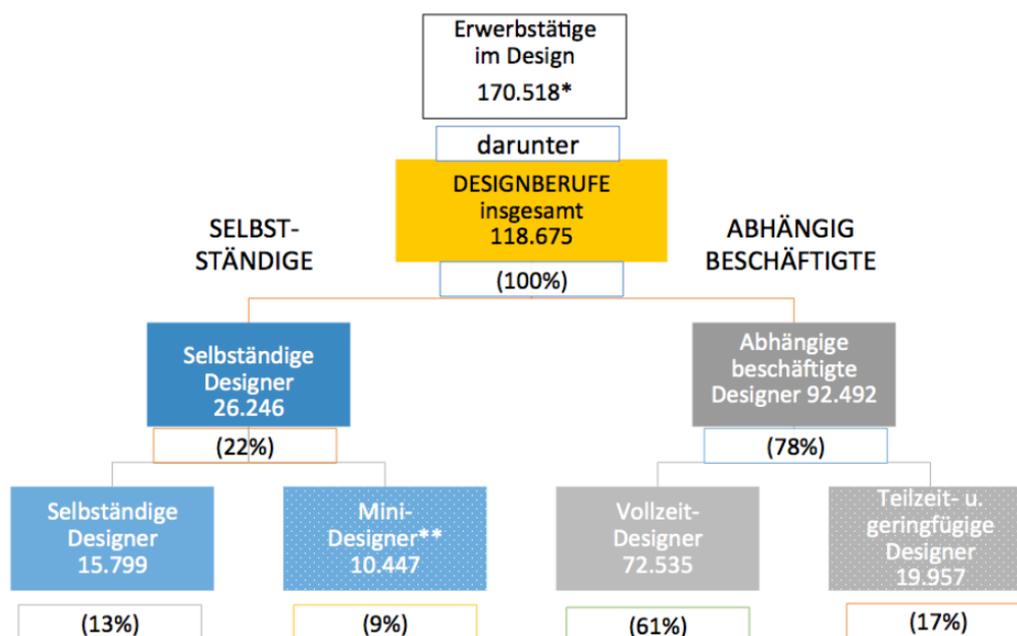
Nach dieser neuen, erstmals angewandten Methode gab es im Jahr 2016 tatsächlich insgesamt 118.675 Erwerbstätige in den Designberufen und weitere 51.843 Beschäftigte, die als Nicht-Designer in den relevanten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Designwirtschaft, Architekturmarkt, Werbemarkt und Kunsthandwerk) arbeiteten, wie z. B. Bürokräfte.¹²

Eine wesentliche Erkenntnis aus der Studie ist somit, dass die Zahl der Erwerbstätigen im Designbereich – d. h. über alle Branchen der Gesamtwirtschaft hinweg – mit 170.518 etwa fünfmal größer ausfällt, als die herkömmliche Betrachtung des Teilmarktes Designwirtschaft es nahelegt, die der Klassifikation nach Wirtschaftszweigen folgt (34.500 Personen).

¹⁰ Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln, und DesignersBusiness, Berlin (2018): Designwirtschaft in Baden-Württemberg 2018, S. 23 ff.

¹¹ Ebd., S. 20 f.

¹² Ebd., S. 51.

Abbildung 5: Anzahl der Designberufe in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2016/2017 – Selbstständige und abhängig Beschäftigte¹³

* einschließlich rund 51.800 Beschäftigte in der Designwirtschaft und ihren komplementären Teilmärkten Architektur, Werbung und Kunsthandwerk, die nicht als Designer tätig sind, z. B. Büropersonal etc.; Selbstständige/Freiberufler ab 17.500 Euro Jahresumsatz; Vollzeitbeschäftigte in sozialversicherungspflichtiger Stellung;

** Mini-Selbstständige bis 17.500 Euro Jahresumsatz, die sofern im Nebenerwerb tätig evtl. auch doppelt erfasst sind; Teilzeitbeschäftigte einschließlich Midi-Beschäftigte in sozialversicherungspflichtiger Stellung, geringfügige Beschäftigte (ausschließliche „Minijobs“ und nicht im Nebenberuf).

Unter den 118.675 Beschäftigten in den Designberufen im Jahr 2016 waren 26.246 Selbstständige. Ihr Anteil betrug damit ca. 22 Prozent und lag etwa doppelt so hoch wie der Anteil der Selbstständigen in der Gesamtwirtschaft. Diese 118.675 Personen erwirtschafteten im Jahr 2016 zusammen 22,3 Milliarden Euro Umsatz, d. h. das Achtfache dessen, was der Teilmarkt Designwirtschaft im engeren Sinne erwirtschaftete (2,7 Milliarden Euro).

Somit hat die neue Studie mit ihrer Analyse der indirekten wirtschaftlichen Effekte der Designberufe erstmals zu Tage gefördert, dass die Bedeutung des Designs für den gesamten Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg wesentlich größer ist als bisher angenommen.¹⁴

IV. Handlungsfelder zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft, insbesondere der Designwirtschaft in Baden-Württemberg

1. Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft stellt aus Sicht der Landesregierung eine wichtige Säule des Wirtschaftsstandorts dar. Sie ist die wichtigste Branche im Cross-Innovation-Bereich und treibt die Digitalisierung und die Gründungskultur anderer Branchen voran. Die vorliegende Studie des ZEW zeigt, dass die Kultur- und

¹³ Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (2018), Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg, S. 51.

¹⁴ Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln, und DesignersBusiness, Berlin: Designwirtschaft in Baden-Württemberg 2018, S. 63.

Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg sich in Summe als Gesamtbranche konstant bis positiv entwickelt. Allerdings zeigt sie auch auf, dass sich die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg sehr unterschiedlich entwickeln. Grund dieser unterschiedlichen Entwicklung ist nicht zuletzt der digitale Wandel, der beispielsweise im Buchmarkt die bisherigen Geschäftsmodelle von Verlagen und Buchhandel ernsthaft bedroht und der wiederum der Software-/Games-Industrie starke Zuwächse beschert.

Für die Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft im umfassenden Sinne ist als landesweites Kompetenzzentrum die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG) tätig. Diese Landesgesellschaft vergibt als Kulturförderer Einzelprojektförderungen für die Filmwirtschaft sowie die Games-Industrie und bietet im Sinne der Wirtschaftsförderung sehr gut nachgefragte Fortbildungs-, Beratungs- und Vernetzungsangebote für die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt an. Daneben ist die MFG als Koordinator für das Netzwerk Kreativwirtschaft Baden-Württemberg tätig, das eine Plattform für die vielfältigen regionalen und kommunalen Initiativen und Einrichtungen darstellt, die sich im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft engagieren. Die MFG finanziert sich durch Gesellschafterbeiträge, die paritätisch vom Land und vom SWR erbracht werden, sowie Zuwendungen des Landes. Alle Landesmittel für die MFG werden aus dem Haushalt des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst zur Verfügung gestellt. Es ist hinsichtlich der Ausrichtung der MFG von großer Bedeutung, Baden-Württemberg als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft durch geeignete Maßnahmen weiter zu stärken.

Aufgrund ihrer wirtschaftlichen Bedeutung wurde die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Initiative Wirtschaft 4.0 des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau als eigenständige Säule aufgenommen. Gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft werden derzeit Vorschläge erarbeitet, wie die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer digitalen Entwicklung gestärkt werden sollen. Dies gilt sowohl in Bezug auf die eigenen Produkte und Dienstleistungen als auch in Bezug auf ihr hohes Potenzial als digitaler Innovationstreiber für andere Wirtschaftsbranchen.

Als Teil der Initiative Wirtschaft 4.0 und im Rahmen der Landesstrategie digital@bw setzt das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau bereits das Projekt „Applikationszentrum Virtual and Augmented Reality“ um. Es verfolgt das Ziel, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen bei der Einführung und Anwendung neuer V/AR-Technologien zu unterstützen und bisherige Anwendungshindernisse in der Wirtschaft zu beseitigen. Dies erfolgt u. a. durch die Schaffung von Anwendungsleuchttürmen, die als erfolgreiche und greifbare Beispiele für die Entscheidungsfindung sowie als Vorbilder bzw. als Machbarkeits- und Wirtschaftlichkeitsnachweis zur Nachahmung anregen sollen. Das Vorhaben wird durch die Partner Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, Universität Stuttgart (IAT), Virtual Dimension Center Fellbach sowie Filmakademie Baden-Württemberg umgesetzt. Dafür stellt das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau in den Jahren 2018 bis 2020 insgesamt zwei Millionen Euro zur Verfügung.

Um den Kreativwirtschaftsstandort Baden-Württemberg weiter zu stärken, hat das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst im Rahmen der Digitalisierungsstrategie des Landes eine Virtual Reality-Offensive gestartet, die maßgeblich vom Animationsinstitut an der Filmakademie und der MFG Baden-Württemberg umgesetzt wird. Mit gezielten Programmen werden im Rahmen von „VirtualReality@bw“ junge Kreative unterstützt und die Start-up-Kultur im Animations- und VR-Sektor zielgerichtet gefördert.

2. Designwirtschaft

Die jetzt erhobenen Daten weisen aus, dass die Designwirtschaft in Baden-Württemberg in weiten Teilen gut aufgestellt ist.

Kompetenzzentrum, Förderinstitution und Dialogplattform für die baden-württembergische Designwirtschaft hin zur Industrie ist seit vielen Jahren das Design Center Baden-Württemberg, welches seit 1962 in der Design- und Wirtschaftsförderung des Landes aktiv ist. Angesichts der weiterhin starken Ausprägung der

Designwirtschaft in Baden-Württemberg hat dieses teilbranchenspezifische Kompetenzzentrum auch weiterhin hohe Relevanz.

Die vom Büro für Kulturwirtschaftsforschung und dem Büro „DesignersBusiness“ vorgelegte Studie gibt wertvolle Anregungen für die Stärkung des Designstandorts Baden-Württemberg. Aus Sicht der Landesregierung könnten insbesondere folgende Maßnahmen weiter geprüft werden:

1. Erhöhung der Sichtbarkeit der Designwirtschaft durch regelmäßige Bereitstellung von Daten und Fakten zur wirtschafts-, innovations- und regionalpolitischen Wirkung

Nachdem die bereits jetzt vom Design Center Baden-Württemberg (DCBW), dem Kompetenzzentrum des Landes für Design, regelmäßig herausgegebenen Publikationen zu Themenfeldern wie „Innovationstreiber Industriedesign – aus Baden-Württemberg“, „Transforming Industrial Design – Erfolgsfaktoren für Produktentwicklung und Industriedesign“, „Materialansichten – Materialkompetenz aus Baden-Württemberg“ sowie Publikationen zu den Kongressen „Cross Culture – Forum für Produkt- und Markenführung auf internationalen Märkten“ auf große Resonanz stoßen, könnten diese Aktivitäten noch verstärkt werden.

2. Weiterer Ausbau der Netzwerke zwischen allen Akteuren der Designwirtschaft und weitere Förderung des Dialogs von kleinen und mittleren Unternehmen mit der Designwirtschaft

Es wäre wünschenswert, den Dialog zwischen Industrie, Wirtschaft und Designwirtschaft mit Unterstützung des Design Centers Baden-Württemberg weiter zu intensivieren. Formate wie die „Design Center Roadshow“, Kooperationsveranstaltungen mit Regierungspräsidien, Industrie- und Handelskammern und Hochschulen des Landes und besonders der Internationale Designpreis Baden-Württemberg Focus Open könnten landesweit noch bekannter gemacht werden.

3. Intensivierung der Verzahnung von technischen und gestalterischen Innovationen

Um den Austausch zwischen Designwirtschaft und Forschung noch weiter zu forcieren, sollten bereits bestehende Dialogformate (Vortragsveranstaltungen, Workshops etc.) weiter entwickelt werden.

Es wird zu prüfen sein, welche finanziellen und personellen Ressourcen erforderlich sind und bereitgestellt werden können, um die oben genannten Aktivitäten nicht nur fortzusetzen, sondern zu intensivieren und weitere Handlungsfelder zu bearbeiten.

V. Fazit

Die Studien haben ergeben, dass bezogen auf alle Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg die Designwirtschaft mit einem Anteil von 18,8 Prozent besonders stark ausgeprägt ist. Designwirtschaft und Industriebereiche befruchten sich in Baden-Württemberg bereits heute in erheblichen Maße gegenseitig und tragen so zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes bei.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studien machen deutlich, dass durch die heterogene Struktur der Kultur- und Kreativwirtschaft teilmarktspezifische Herausforderungen bestehen. Die von den Gutachtern entwickelten Handlungsempfehlungen werden im Einzelnen geprüft und mit den landesweit und regional tätigen Ansprechpartnern im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft erörtert, um die bereits bestehenden Unterstützungsangebote weiterzuentwickeln bzw. den Bedarf für eventuell neue Angebote zu identifizieren.



Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg

Studie im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft,
Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg

Mannheim, 15. August 2018

Janna Axenbeck · Daniel Erdsiek · Jörg Ohnemus

Projektteam:

Janna Axenbeck

Dr. Daniel Erdsiek

Dr. Jörg Ohnemus

Unter Mitarbeit von:

Ruth Hinz

Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im vorliegenden Bericht weitestgehend die grammatisch maskuline Form verallgemeinernd verwendet. Diese Formulierung umfasst gleichermaßen weibliche wie männliche Personen, die damit selbstverständlich gleichberechtigt angesprochen sind.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
Tabellenverzeichnis	6
1 Einleitung	7
1.1 Auftrag	7
1.2 Definition	8
2 Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg	9
2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg	9
2.2 Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft	13
2.3 Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft	16
2.4 Wertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft	19
2.5 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft	23
2.6 Mini-Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft	29
2.7 Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft	33
2.8 Kulturelle und kreative Beschäftigung in Baden-Württemberg	36
3 Die baden-württembergische Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesvergleich	42
3.1 Unternehmen	42
3.2 Umsätze	44
3.3 Kernerwerbstätige	46
4 Fazit	48
5 Anhang	50
5.1 Ausführliche Tabellen	50
5.2 Methodische Hinweise	55
5.2.1 Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland	55
5.2.2 Bezugsgrößen und statistische Quellen	58
5.2.3 Literaturverzeichnis	60

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.1: Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft	8
Abbildung 2.1: Entwicklung der Kennzahlen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg 2009-2017* (Index 2009 = 100).....	12
Abbildung 2.2: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent).....	13
Abbildung 2.3: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2017* in Prozent).....	14
Abbildung 2.4: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017* (Index 2009 = 100)	15
Abbildung 2.5: Anteil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017* (in Prozent)	15
Abbildung 2.6: Entwicklung des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent).....	16
Abbildung 2.7: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2017* in Prozent)	17
Abbildung 2.8: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009- 2017* (Index 2009 = 100)	18
Abbildung 2.9: Anteil des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017* (in Prozent)	18
Abbildung 2.10: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2009-2016* (in Milliarden Euro).....	20
Abbildung 2.11: Beitrag der Teilmärkte zur Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014- 2016* (in Milliarden Euro).....	21
Abbildung 2.12: Anteil der einzelnen Teilmärkte an der gesamten Bruttowertschöpfung der Kultur und Kreativwirtschaft 2016* (in Prozent).....	22
Abbildung 2.13: Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2017*	23
Abbildung 2.14: Struktur und Entwicklung der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017* (in Tausend)	24
Abbildung 2.15: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent).....	25
Abbildung 2.16: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2017* in Prozent).....	26
Abbildung 2.17: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2009-2017* (Index 2009 = 100)	27
Abbildung 2.18: Anteil Kernerwerbstätige (Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017* (in Prozent)	27
Abbildung 2.19: Kernerwerbstätige (Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) im Branchenvergleich 2017* (in Tausend)	28
Abbildung 2.20: Entwicklung der Anzahl der Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2009 bis 2017*	29
Abbildung 2.21: Anteil der Mini-Selbständigen der einzelnen Teilmärkte an der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg in 2017* (in Prozent)	31
Abbildung 2.22: Anteil der Mini-Selbständigen an allen Selbständigen in Baden-Württemberg 2017* (in Prozent)	32
Abbildung 2.23: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017 (in Prozent).....	34

Abbildung 2.24: Frauenanteil in verschiedenen Beschäftigtengruppen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft 2009-2017 (in Prozent)	35
Abbildung 2.25: Anteil kulturell und kreativ Tätiger unter den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft (in Prozent)	38
Abbildung 2.26: Entwicklung des Anteils Erwerbstätiger mit kulturellen und kreativen Berufen in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen 2013 und 2017 (in Prozent)	39
Abbildung 2.27: Die Kultur- und Kreativökonomie in Baden-Württemberg in 2013, 2015 und 2017 – sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte	40
Abbildung 2.28: Anteil kulturell und kreativ Tätiger in ausgewählten Branchen außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft (in Prozent)	41
Abbildung 3.1: Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Anzahl an Unternehmen in Baden-Württemberg und in Deutschland 2011-2016/2017* (in Prozent)	43
Abbildung 3.2: Entwicklung der Anzahl an Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg und in Deutschland (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2016 in Prozent)	43
Abbildung 3.3: Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Umsatz in Baden-Württemberg und in Deutschland 2011-2016/2017* (in Prozent)	44
Abbildung 3.4: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg und in Deutschland (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2016 in Prozent)	45
Abbildung 3.5: Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an den Kernerwerbstätigen in Baden-Württemberg und in Deutschland 2011-2016/2017* (in Prozent)	46
Abbildung 3.6: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg und in Deutschland (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2016 in Prozent)	47

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2009 bis 2017*	11
Tabelle 2.2: Struktur und Entwicklung der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017*	24
Tabelle 2.3: Mini-Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg nach Teilmärkten, 2010 bis 2017*	30
Tabelle 2.4: Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2009 bis 2017 (in Prozent)	35
Tabelle 2.5: Kulturell und kreativ Tätige in Baden-Württemberg in 2013, 2015 und 2017 – sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte	36
Tabelle 5.1: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Anzahl der Unternehmen, 2009 bis 2017*	50
Tabelle 5.2: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Umsätze (in Millionen Euro), 2009 bis 2017*	50
Tabelle 5.3: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Kernerwerbstätige, 2009 bis 2017*	51
Tabelle 5.4: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB), 2009 bis 2017	51
Tabelle 5.5: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: geringfügig Beschäftigte (GB), 2009 bis 2017	52
Tabelle 5.6: Umsatz pro Kernerwerbstätigem (in Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2017*	52
Tabelle 5.7: Wertschöpfung pro Kernerwerbstätigem (in Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2016	53
Tabelle 5.8: Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2017 (in Prozent)	53
Tabelle 5.9: Frauenanteil bei geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2017 (in Prozent)	54
Tabelle 5.10: Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten	56

1 Einleitung

1.1 Auftrag

Die Kultur- und Kreativwirtschaft besitzt in Baden-Württemberg eine lange Tradition. Um Fortschritte messen und auf neue Herausforderungen reagieren zu können, ist eine tiefgehende Analyse zum Stand der Kultur- und Kreativwirtschaft regelmäßig notwendig. Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg hat das ZEW mit der Durchführung einer diesbezüglichen Studie beauftragt. Das Ergebnis ist der vorliegende Monitoring-Bericht. Er enthält weite Einblicke in die wirtschaftliche Entwicklung der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Entwicklungsprozesse werden darüber hinaus im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft Baden-Württembergs und zu anderen Branchen gezeigt. Als Grundlage der Studie dienen Daten der Bundesagentur für Arbeit sowie aus der Umsatzsteuerstatistik und der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg. Die hieraus gewonnenen Kernindikatoren werden in der Regel für den Zeitraum 2009 bis 2017 abgebildet. Aufgrund der zeitlichen Verzögerungen bei der Veröffentlichung der Umsatzsteuerstatistik ist es notwendig, Daten zur Anzahl an Unternehmen und zum Umsatz für das Jahr 2017 zu schätzen. Entsprechende Werte sind jeweils markiert. Leider liegen für die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung nur teilweise Zahlen für das Jahr 2016 und 2017 vor, weswegen hier bereits Werte für 2016 geschätzt werden mussten. Eine Schätzung für das Jahr 2017 war nicht möglich.

Folgende Fragestellungen stehen im Fokus des Berichts:

- Welche ökonomische Bedeutung besitzt die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft Baden-Württembergs und im Vergleich zu anderen Branchen?
- Was zeichnet die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Besonderen aus?
- Wie haben sich der Umsatz, die Wertschöpfung, die Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten sowie die Art der Beschäftigung innerhalb die Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer Teilmärkte entwickelt?
- Wie hoch ist der Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft und ist dieser von der Art der Beschäftigung abhängig?
- Wie viel kulturell und kreativ Tätige arbeiten in anderen Branchen und wie viele Beschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft gehen keiner kulturellen oder kreativen Tätigkeit nach?

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, führt bereits seit 2013 gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), Karlsruhe, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) ein jährliches Monitoring der Kultur- und Kreativwirtschaft für Deutschland durch.¹ Der Bericht über die baden-württembergische Kultur- Kreativwirtschaft baut auf Wissen aus diesem Projekten auf.

Die unterschiedlichen Datenquellen und Berechnungsmethoden werden im Abschnitt 5.2 im Anhang erläutert.

¹ Siehe beispielsweise Bertschek et al. (2018).

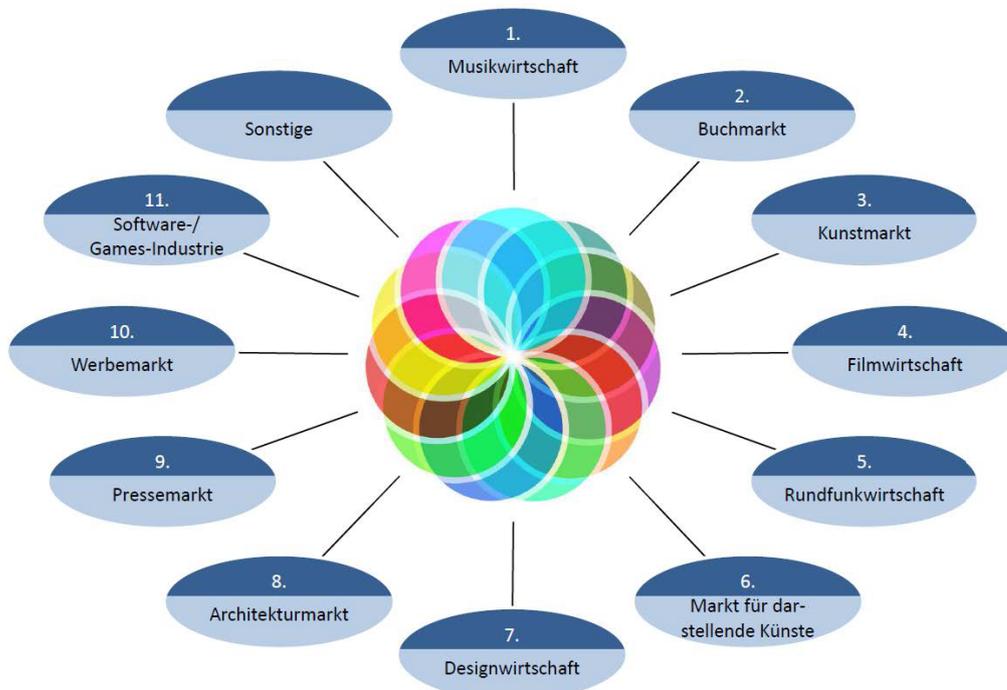
1.2 Definition

Die diesem Bericht zugrunde liegende Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft folgt der Wirtschaftsministerkonferenz, die den Fokus auf erwerbswirtschaftliche Unternehmen legt.²

„Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“ Das wesentliche Kriterium der Definition ist der erwerbswirtschaftliche Charakter der Unternehmen. Zu diesem Kreis der Unternehmen gehören demnach alle marktwirtschaftlichen Unternehmen, die Mehrwertsteuerpflichtig sind oder die mit Kunst, Kultur und Kreativität Geld verdienen wollen. Nicht zu diesem Kreis zählen all jene Unternehmen oder Einrichtungen, die sich weitgehend nicht durch den Markt finanzieren, sondern durch öffentliche Finanzierung getragen, durch Gebührenfinanzierung unterhalten oder durch gemeinnützige Gelder bzw. private Geldgeber gefördert werden. Eine solche Unterscheidung zwischen erwerbswirtschaftlichen oder marktwirtschaftlichen Unternehmen einerseits und nichtmarktwirtschaftlichen Unternehmen andererseits ist aus ordnungs- und steuerungsrechtlichen Gründen für die Lage in Deutschland von besonderer Bedeutung.

Die Definition der Wirtschaftsministerkonferenz unterteilt die Kultur- und Kreativwirtschaft in elf echte Teilmärkte zuzüglich einem Teilmarkt „Sonstige“ (siehe Abbildung 1.1). Weitergehende Informationen zur Zusammensetzung und Gewichtung der einzelnen Teilmärkte befinden sich im Abschnitt 5.2.1 im Anhang

Abbildung 1.1: Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2009.

² Siehe Wirtschaftsministerkonferenz, 2009 und Söndermann, 2012.

2 Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg

Mehr als 30.000 Unternehmen in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft

In Baden-Württemberg waren im Jahr 2017 schätzungsweise 30.600 Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv (siehe Tabelle 2.1). Im Vergleich zu 2016 hat sich die Zahl der Unternehmen damit um schätzungsweise 1,3 Prozent verringert. Langfristig gesehen ist die Zahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft allerdings relativ konstant und ist seit dem Jahr 2009 um schätzungsweise zwei Prozent gestiegen (siehe Abbildung 2.1). Der Anteil der Kultur- und Kreativunternehmen an allen Unternehmen in Baden-Württemberg ist ebenfalls relativ konstant und lag im Jahr 2017 bei schätzungsweise 6,8 Prozent.

Der Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft betrug 24,4 Milliarden Euro im Jahr 2017

Im Jahr 2017 haben die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg einen Umsatz von schätzungsweise 24,4 Milliarden Euro erwirtschaftet. Nach dem Anstieg des Gesamtumsatzes um 1,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, entfiel 2017 ein Anteil von 2,3 Prozent des Umsatzes der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg auf die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt sich seit 2009 durchgehend positiv und ist bis zum Jahr 2017 um insgesamt 32 Prozent angestiegen. Besonders stark ist der Umsatz dabei zwischen den Jahren 2009 und 2010 gewachsen, was auf einen Aufschwung nach der Finanzkrise zurückzuführen sein könnte.

Bruttowertschöpfung steigt kontinuierlich an

Für das Jahr 2016³ wird die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft auf 16,1 Milliarden Euro geschätzt.⁴ Dies ist ein Anstieg von 7,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Vergleich zum Jahr 2009 ist sie insgesamt um 57,5 Prozent gewachsen. Gemessen an der Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg erwirtschaftete die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 3,8 Prozent.

Positiver Beschäftigungstrend und über 170.000 Kernerwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Zahl der Kernerwerbstätigen, die sich als Summe aus Selbständigen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ergibt, weist in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft einen kontinuierlich positiven Trend auf. So arbeiteten im Jahr 2017 schätzungsweise 171.800 Kernerwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft, was einem Anstieg um 3,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und einem Anstieg um 18 Prozent seit dem Jahr 2009 entspricht. Damit waren 2017 etwa 3,4 Prozent aller Kernerwerbstätigen in Baden-Württemberg in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv.

³ Schätzungen der Bruttowertschöpfung für das Jahr 2017 waren aufgrund fehlender Daten aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung nicht möglich.

⁴ Siehe hierzu die methodischen Erläuterungen in der Box unter Abschnitt 2.4 und im Anhang unter Abschnitt 5.2.2.3.

Die deutliche Mehrzahl der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Insgesamt waren 2017 141.200 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv, wobei ein Anstieg um 22 Prozent seit dem Jahr 2009 auch hier eine positive Dynamik signalisiert. Ein deutlich kleinerer Anteil an den Kernerwerbstätigen entfällt auf die schätzungsweise 30.600 Selbständigen, die im Jahr 2017 in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig waren.

Geringfügige Beschäftigung: Abnehmender Trend aber kurzfristiger Anstieg

Im Jahr 2017 waren etwa 54.800 geringfügig Beschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg aktiv. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl der geringfügig Beschäftigten um 10,1 Prozent gestiegen. Damit wird der seit 2012 anhaltende Trend zu abnehmenden Zahlen der geringfügig Beschäftigten erstmals unterbrochen. Durch diesen Trend war die Zahl der geringfügig Beschäftigten in 2016 im Vergleich zum Jahr 2009 um insgesamt 30 Prozent gesunken. Durch die aktuelle Entwicklung beträgt der langfristige Rückgang seit 2009 momentan 23 Prozent.

Anstieg der Gesamterwerbstätigenzahl auf 226.600

Die Gesamterwerbstätigenzahl für die baden-württembergische Kultur- und Kreativwirtschaft ergibt sich aus der Summe der Selbständigen, der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und den geringfügig Beschäftigten. Im Jahr 2017 waren schätzungsweise 226.600 Gesamterwerbstätige in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv. Damit entfiel ein Anteil von 3,6 Prozent aller Gesamterwerbstätigen in Baden-Württemberg auf die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Im Jahr 2016 wurde pro Kernerwerbstätigem 96.700 Euro Bruttowertschöpfung erwirtschaftet

Traditionsgemäß ist die Branchenstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft durch eine hohe Anzahl von Klein- und Kleinstunternehmen geprägt. Dies signalisiert auch das Ergebnis, dass im Jahr 2017 in einem Unternehmen der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft im Durchschnitt lediglich 5,6 Kernerwerbstätige aktiv waren. Für die Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg fällt dieser Wert mit durchschnittlich 10,9 Kernerwerbstätigen pro Unternehmen deutlich höher aus. Bezogen auf die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg erwirtschaftete im Jahr 2016 jeder Kernerwerbstätige in der Branche einen Umsatz von 144.300 Euro⁵ und trägt mit 96.700 Euro⁶ zur Bruttowertschöpfung bei. Damit fiel der Umsatzanteil pro Kopf niedriger aus als in der Gesamtwirtschaft (217.100 Euro pro Kernerwerbstätigem). Bei der Bruttowertschöpfung wurde der Wert für die Gesamtwirtschaft in Höhe von 87.400 Euro pro Kernerwerbstätigem allerdings um fast 9.000 Euro pro Kopf überschritten. Die beiden Werte deuten darauf hin, dass im Vergleich zur Gesamtwirtschaft in der Kultur- und Kreativwirtschaft häufig weniger auf Vorleistungen zurückgegriffen wird und mehr eigener Arbeitsinput notwendig ist. Der Anteil Selbständiger an allen Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist seit dem Jahr 2012 leicht rückläufig und lag 2017 bei rund 17,8 Prozent.

⁵ Detaillierte Ergebnisse zum Umsatz je Kernerwerbstätigem nach Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft und in der zeitlichen Entwicklung finden sich in Tabelle 5.6 im Angang.

⁶ Detaillierte Ergebnisse zur Bruttowertschöpfung je Kernerwerbstätigem nach Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft und in der zeitlichen Entwicklung finden sich in Tabelle 5.7 im Angang.

Tabelle 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2009 bis 2017*

Kategorie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*	Veränderung 2016/17
Anzahl Unternehmen (in Tausend)¹										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	30,1	30,2	30,7	30,6	30,4	30,3	30,3	31,0	30,6	-1,31%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,95%	6,90%	6,84%	6,88%	6,79%	6,76%	6,74%	6,88%	6,79%	
Umsatz (in Milliarden Euro)										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	18,6	21,7	22,3	22,9	23,0	23,2	23,6	24,1	24,4	1,51%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,30%	2,46%	2,31%	2,37%	2,36%	2,33%	2,27%	2,26%	2,27%	
Beschäftigung										
Kernerwerbstätige (in Tausend)²										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	146,0	145,0	146,9	153,3	157,7	159,1	163,2	166,8	171,8	3,02%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,39%	3,33%	3,30%	3,36%	3,41%	3,38%	3,39%	3,40%	3,42%	
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (in Tausend)³										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	115,8	114,7	116,2	122,7	127,3	128,9	133,0	135,8	141,2	4,02%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	2,99%	2,93%	2,90%	2,98%	3,05%	3,02%	3,05%	3,04%	3,09%	
Selbständige (in Tausend)⁴										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	30,1	30,2	30,7	30,6	30,4	30,3	30,3	31,0	30,6	-1,31%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,95%	6,90%	6,84%	6,88%	6,79%	6,76%	6,74%	6,88%	6,79%	
geringfügig Beschäftigte (in Tausend)⁵										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	71,6	73,4	72,8	73,3	68,8	66,5	50,0	49,8	54,8	10,06%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	6,28%	6,34%	6,16%	6,12%	5,68%	5,40%	4,11%	4,07%	4,46%	
Erwerbstätige insgesamt (in Tausend)⁶										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	217,6	218,3	219,7	226,6	226,5	225,6	213,2	216,6	226,6	4,64%
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,99%	3,96%	3,90%	3,94%	3,88%	3,79%	3,54%	3,53%	3,63%	
Bruttowertschöpfung (in Milliarden Euro)										
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)	10,2	12,3	13,3	14,1	14,9	14,5	15,0	16,1	-	7,34% [†]
Anteil KKW an der Gesamtwirtschaft	3,21%	3,55%	3,65%	3,78%	3,90%	3,67%	3,59%	3,76%	-	
Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft	318,9	346,4	364,6	371,7	381,7	396,4	418,2	429,0	-	2,59% [†]

Fortsetzung auf nächster Seite.

Tabelle 2.1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2009 bis 2017* (Fortsetzung)

weitere Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft										
Umsatz je Unternehmen (in Tausend Euro)	615,6	717,3	724,4	747,4	756,3	768,0	778,1	775,6	797,7	2,86%
Umsatz je sozialversicherungspflichtig Beschäftigtem (in Tausend Euro)	160,2	188,8	191,6	186,2	180,3	180,4	177,3	177,2	173,0	-2,41%
Umsatz je Kernerwerbstätigem (in Tausend Euro)	127,1	149,5	151,5	149,1	145,6	146,1	144,4	144,3	142,2	-1,47%
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte je Unternehmen	3,84	3,80	3,78	4,01	4,19	4,26	4,39	4,38	4,61	5,40%
Kernerwerbstätige je Unternehmen	4,84	4,80	4,78	5,01	5,19	5,26	5,39	5,38	5,61	4,39%
Bruttowertschöpfung je Kernerwerbstätigem (in Tausend Euro)	70,2	84,8	90,7	91,7	94,5	91,4	92,0	96,7	-	5,06% [†]
Anteil Selbständige an Kernerwerbstätigen (Kernbestand)	20,65%	20,84%	20,92%	19,95%	19,25%	19,02%	18,56%	18,60%	17,82%	

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren teilweise auf eigenen Schätzungen und vorläufigen amtlichen Ergebnissen. Schätzungen berücksichtigen u. a. die Entwicklungsraten der Vorjahre. [†] Veränderung 2015/16.

¹ Steuerpflichtige Unternehmer und Unternehmerinnen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz.

² Erwerbstätige umfassen steuerpflichtige Unternehmer/innen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB).

³ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte (GB).

⁴ Anzahl der Selbständigen entspricht der Anzahl steuerpflichtiger Unternehmer/innen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz.

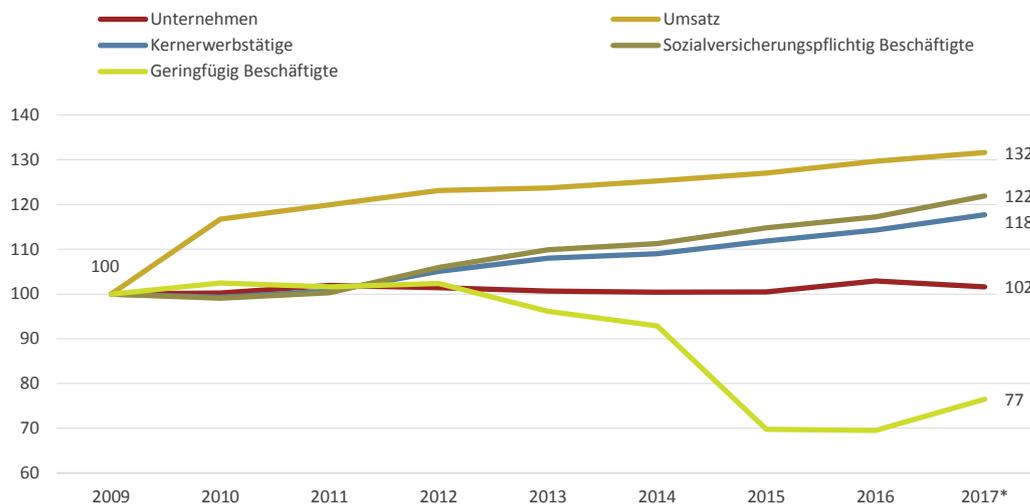
⁵ Geringfügig Beschäftigte (geringfügig entlohnte Beschäftigte und kurzfristig Beschäftigte) auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (verwendeter Stichtag jeweils der 30.06.).

⁶ Erwerbstätige insgesamt umfasst Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz und abhängig Beschäftigte einschließlich geringfügig Beschäftigter.

⁷ Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und wurde anhand der Verteilung von Umsätzen in der Umsatzsteuerstatistik berechnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018b; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.1: Entwicklung der Kennzahlen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg 2009-2017* (Index 2009 = 100)



Lesehilfe: Zwischen den Jahren 2009 und 2016 ist der Umsatz der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft um 32 Prozent gestiegen.

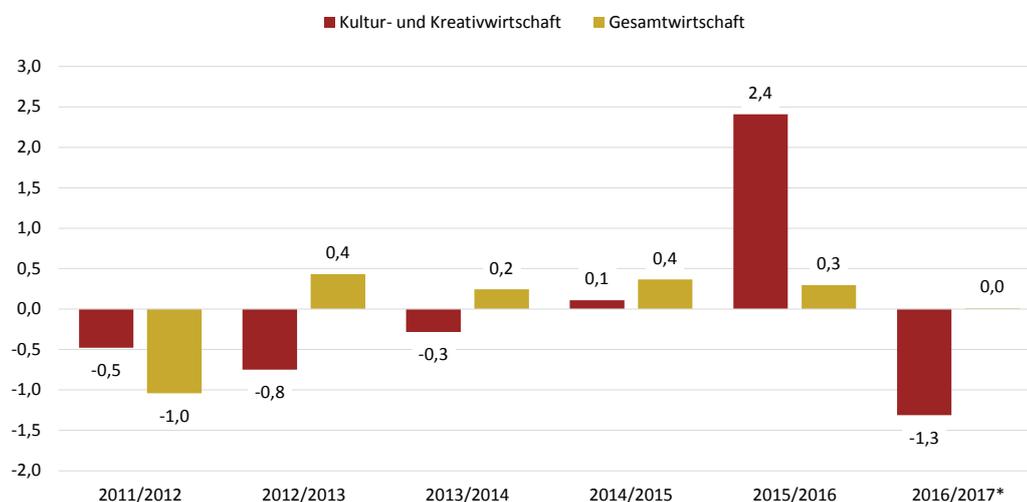
Anmerkung: * Unternehmen, Umsatz und Kernerwerbstätige für 2017 geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen und Schätzungen ZEW, 2018.

2.2 Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft weist im Vergleich zur baden-württembergischen Gesamtwirtschaft einige Unterschiede auf. Im Jahr 2017 ist die Zahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft schätzungsweise um 1,3 Prozent gesunken, während in der Gesamtwirtschaft kaum eine Änderung zu beobachten war (siehe Abbildung 2.2). Ein anderes Bild ergab sich noch im Jahr 2016, in dem die Zahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem Anstieg um 2,4 Prozent deutlich stärker gestiegen ist als in der Gesamtwirtschaft mit 0,3 Prozent. Zwischen den Jahren 2012 und 2014 hatte sich die Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft noch negativ entwickelt.

Abbildung 2.2: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



Lesehilfe: Zwischen 2011 und 2012 nahm die Anzahl der Unternehmen in der Gesamtwirtschaft um 1,0 Prozent und in der Kultur- und Kreativwirtschaft um 0,5 Prozent ab.

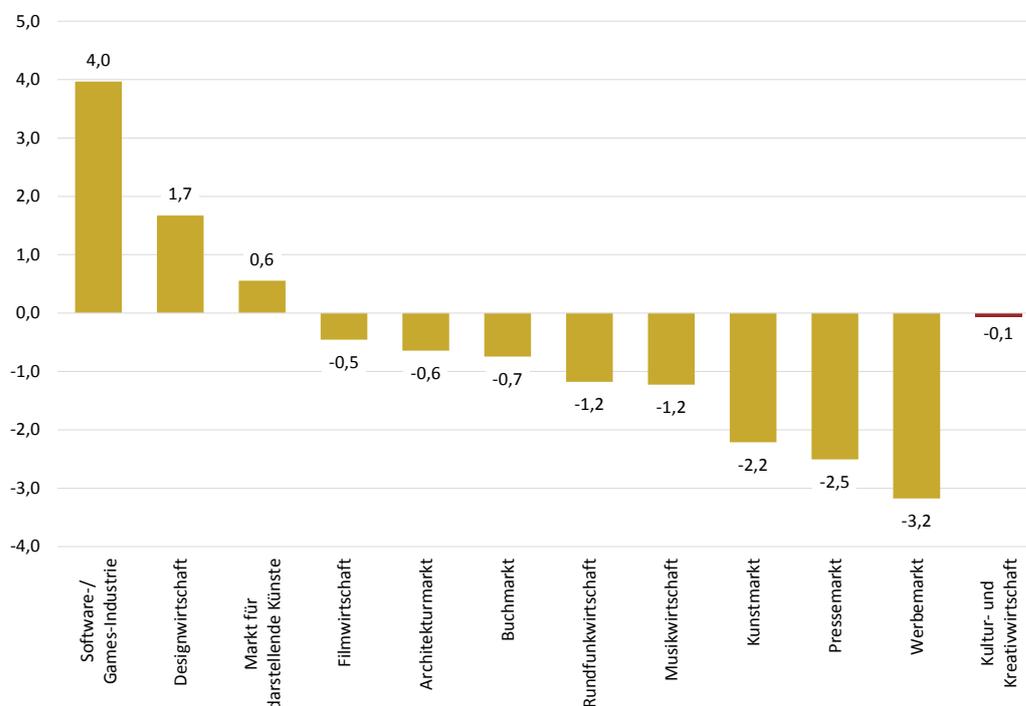
Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Zwischen 2011 und 2017 ist die Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft durchschnittlich um jährlich 0,1 Prozent gesunken (siehe Abbildung 2.3). Der Vergleich der Teilmärkte zeigt jedoch deutliche Unterschiede im durchschnittlichen Wachstum der einzelnen Teilmärkte. Den größten Zuwachs konnte die Software- und Games-Industrie⁷ verbuchen, hier hat die Anzahl der Unternehmen um jährlich 4,0 Prozent zugenommen. Auch die Designwirtschaft und der Markt für darstellende Künste besitzen für den Zeitraum zwischen 2011 und 2017 positive jährliche Wachstumsraten. Die übrigen Teilmärkte weisen eine negative jährliche Wachstumsrate für die Zahl der Unternehmen auf. Der Werbemarkt verzeichnet mit einer durchschnittlichen jährlichen Verringerung von 3,2 Prozent den stärksten Rückgang.

⁷ Die Software- und Games-Industrie bildet den elften Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft gemäß der hier verwendeten Definition der Wirtschaftsministerkonferenz (2009) ab. Eine Aufteilung oder alleinige Berücksichtigung der Games-Branche ist aufgrund der nicht weiter differenzierten Wirtschaftszweigklassifikation und damit der verwendeten Daten der Umsatzsteuerstatistik (und auch der Beschäftigungsstatistik) leider nicht möglich.

Abbildung 2.3: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2017* in Prozent)



Lesehilfe: Die Anzahl der Unternehmen in der Designwirtschaft hat im Zeitraum 2011 bis 2017 um durchschnittlich 1,7 Prozent pro Jahr zugelegt.

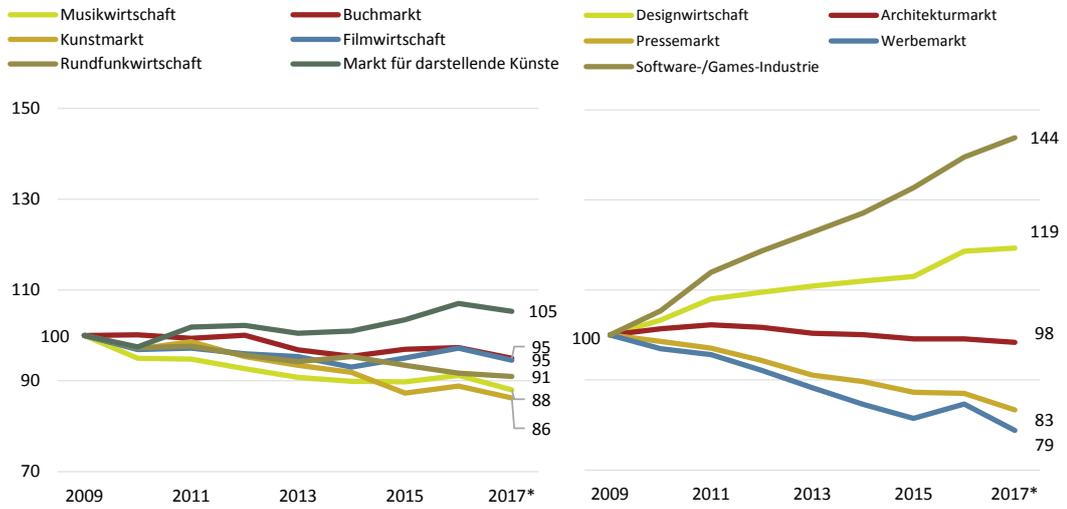
Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Die Verläufe der Unternehmenszahlen innerhalb der einzelnen Teilmärkte seit dem Jahr 2009 zeigen, dass die beschriebenen durchschnittlichen Wachstumsraten kontinuierlichen Trends folgen (siehe Abbildung 2.4 und Tabelle 5.1). Diese Trends unterscheiden sich teilweise stark zwischen den Teilmärkten. So ist etwa die Zahl der Unternehmen in der Software- und Games-Industrie seit 2009 um 44 Prozent gestiegen, während sie im Werbemarkt um 21 Prozent zurückging. Das Jahr 2016 zeichnet sich allerdings durch überwiegend positive Zuwachsraten aus. Dies erklärt auch den deutlichen Anstieg der Anzahl an Unternehmen für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Jahr.

Mit schätzungsweise 6.700 Unternehmen stellte die Designwirtschaft im Jahr 2017 den größten Anteil aller Teilmärkte in Höhe von 18,8 Prozent an allen Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe Abbildung 2.5). Darauf folgte der Architekturmarkt mit einem Anteil von 17,1 Prozent sowie die Software- und Games-Industrie mit einem Anteil von 14,2 Prozent. Die kleinsten Anteile von etwa vier Prozent entfielen auf den Kunstmarkt sowie die Rundfunk- und Filmwirtschaft.

Abbildung 2.4: Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017* (Index 2009 = 100)

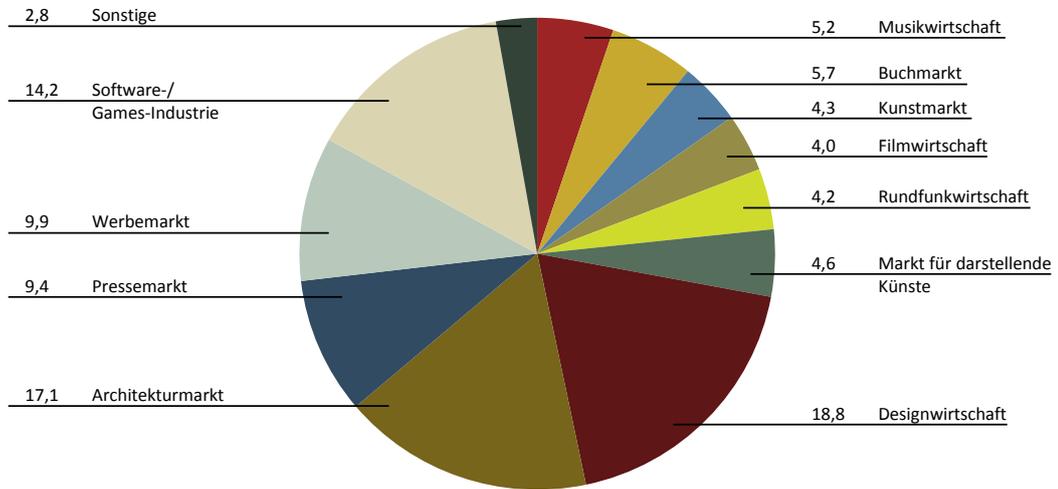


Lesehilfe: Die Anzahl der Unternehmen in der Designwirtschaft hat im Zeitraum 2009 bis 2017 um 19 Prozent zugenommen.

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.5: Anteil der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017* (in Prozent)



Lesehilfe: Im Jahr 2017 stammten 5,2 Prozent der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft aus der Musikwirtschaft.

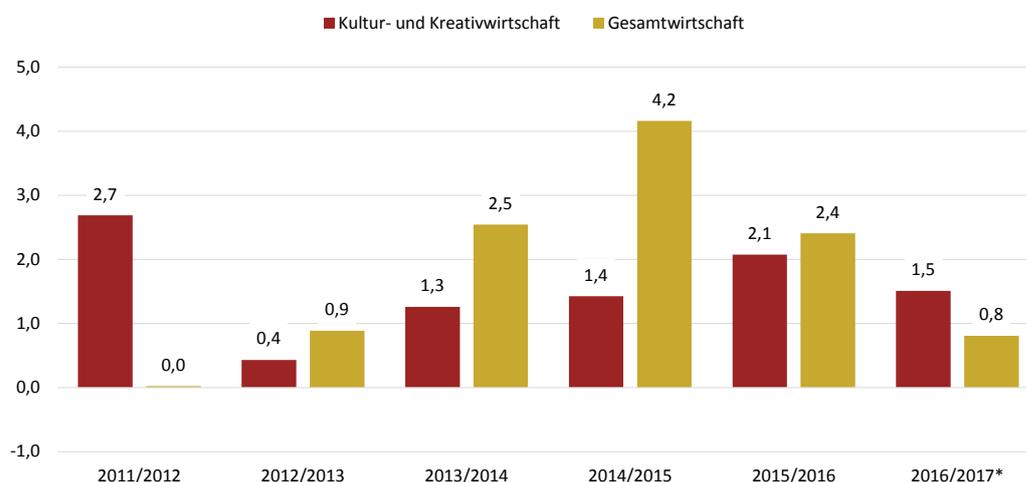
Anmerkung: *Werte basieren auf Schätzungen. Anteil des jeweiligen Teilmarkts an der Summe der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW

2.3 Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft haben sich im Jahr 2016 mit einem Wachstum von 2,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr fast so gut entwickelt wie in der Gesamtwirtschaft, in der die Umsätze um 2,4 Prozent gestiegen sind (siehe Abbildung 2.6). Für das Jahr 2017 wird das Umsatzwachstum in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf 1,5 Prozent geschätzt, während es sich um nur 0,8 Prozent in der gesamten baden-württembergischen Wirtschaft erhöht. Damit ist das Umsatzwachstum in der Kultur- und Kreativwirtschaft zum ersten Mal seit dem Jahr 2012 höher als in der Gesamtwirtschaft. Von 2012 bis 2016 war das Wachstum der Umsätze innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zwar positiv aber geringer als in der Gesamtwirtschaft. Im Jahr 2012 hatte sich der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Gegensatz zum Vorjahr allerdings um 2,7 Prozent erhöht, während die Gesamtwirtschaft kein Plus erzielte.

Abbildung 2.6: Entwicklung des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)



Lesehilfe: Der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2012 und 2013 um 0,4 Prozent und in der Gesamtwirtschaft um 0,9 Prozent gestiegen.

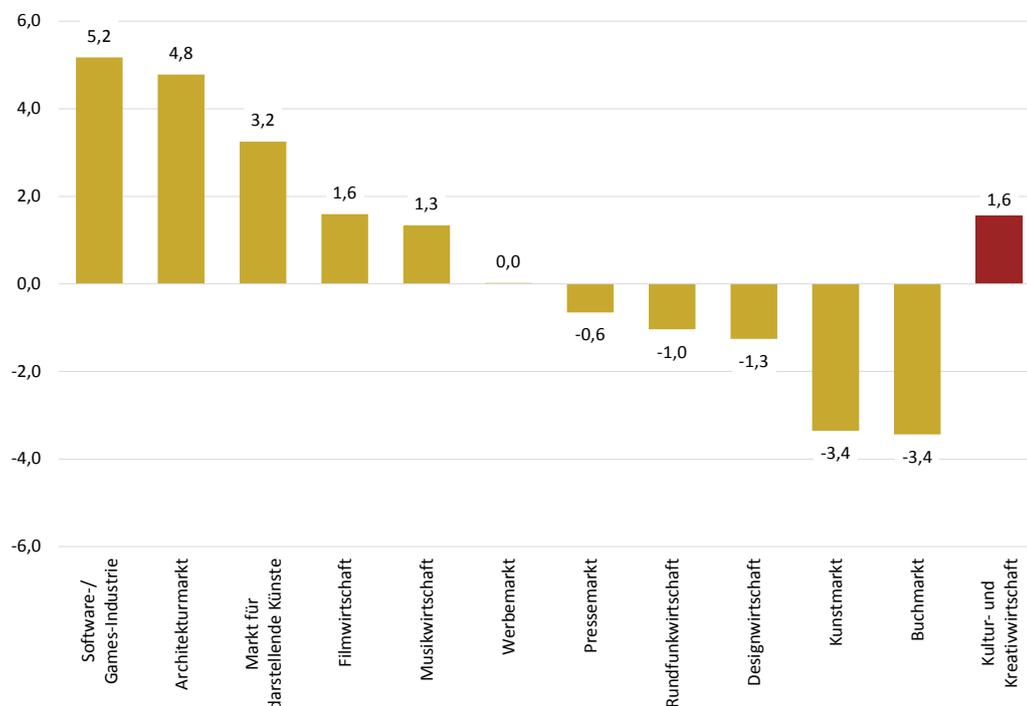
Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Durchschnittlich ist der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen 2011 und 2017 um jährlich 1,6 Prozent gestiegen (siehe Abbildung 2.7). Werden die Teilmärkte jedoch einzeln betrachtet, zeigen sich sowohl positive als auch negative Zuwachsraten. Wie auch bei der Unternehmensanzahl sind die Umsätze in der Software- und Games-Industrie mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 5,2 Prozent am stärksten gewachsen.⁸ Ein ebenfalls überdurchschnittliches Umsatzwachstum weisen der Architekturmarkt (4,8 Prozent) und der Markt für darstellende Künste auf. Ein negatives Umsatzwachstum weisen der Pressemarkt, die Rundfunkwirtschaft, die Designwirtschaft, der Kunstmarkt und der Buchmarkt auf. Mit einer jährlichen Wachstumsrate von minus 3,4 Prozent sind die Umsätze im Kunst- und Buchmarkt am stärksten zurückgegangen.

⁸ Das Software-Unternehmen SAP weist für das Jahr 2017 einen Umsatz in Deutschland von 3,3 Milliarden Euro aus, der vermutlich hauptsächlich in Baden-Württemberg verbucht wurde. Der geschätzte Umsatz in der gesamten Software- und Games-Industrie in Baden-Württemberg beträgt 9,8 Milliarden Euro. Folglich ist ein bedeutender Teil (schätzungsweise ein Drittel) des Umsatzes in diesem Teilmarkt auf dieses Unternehmen zurückzuführen.

Abbildung 2.7: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2017* in Prozent)



Lesehilfe: Der Umsatz in der Musikwirtschaft ist im Zeitraum von 2011 bis 2017 um jährlich 1,3 Prozent gewachsen.

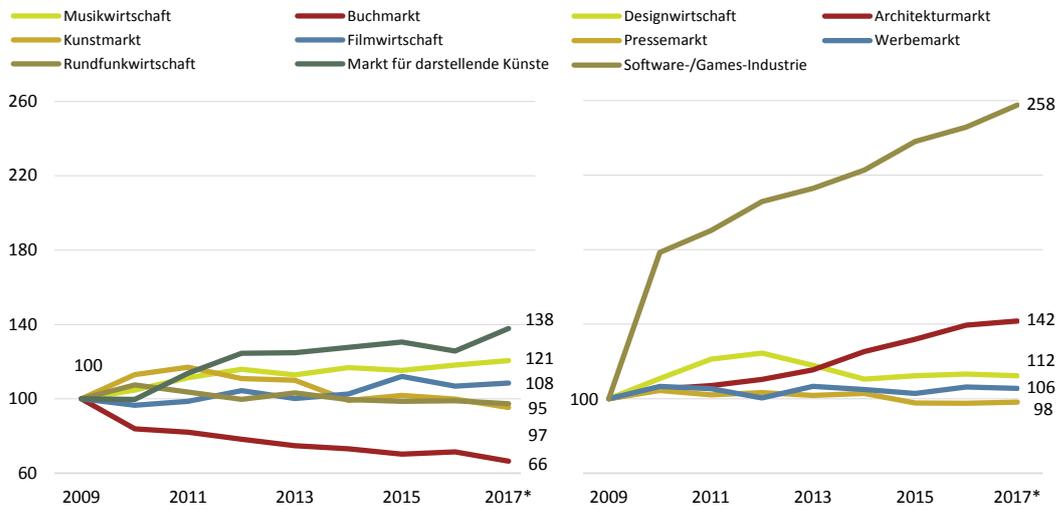
Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Das Umsatzwachstum in der Software- und Games-Industrie verläuft seit dem Jahr 2009 deutlich höher als in den übrigen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit einem Anstieg von 158 Prozent im Vergleich zum Jahr 2009 hat sich der Umsatz bei den Unternehmen der Software- und Games-Industrie mehr als verdoppelt (siehe Abbildung 2.8). Im gleichen Zeitraum konnten die Unternehmen im Architekturmarkt ihre Umsätze um 42 Prozent steigern. Bis auf einen kleinen Anstieg im Jahr 2016 zeigt der Buchmarkt einen klaren Abwärtstrend in der Umsatzentwicklung. Im Vergleich zum Jahr 2009 ist der Umsatz in 2017 um etwa 34 Prozent zurückgegangen.

Mit schätzungsweise 9,8 Milliarden Euro erwirtschaftete die Software- und Games-Industrie im Jahr 2017 den größten Anteil aller Teilmärkte in Höhe von 37,3 Prozent am Gesamtumsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe Abbildung 2.9 und Tabelle 5.2). Mit deutlichem Abstand folgt der Pressemarkt mit einem Anteil von 17,8 Prozent am Gesamtumsatz. Der Werbemarkt und die Designwirtschaft erwirtschafteten jeweils einen Anteil von etwas mehr als zehn Prozent. Jeweils weniger als ein Prozent des Gesamtumsatzes wurde im Kunstmarkt und der Rundfunkwirtschaft erzielt.

Abbildung 2.8: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017* (Index 2009 = 100)

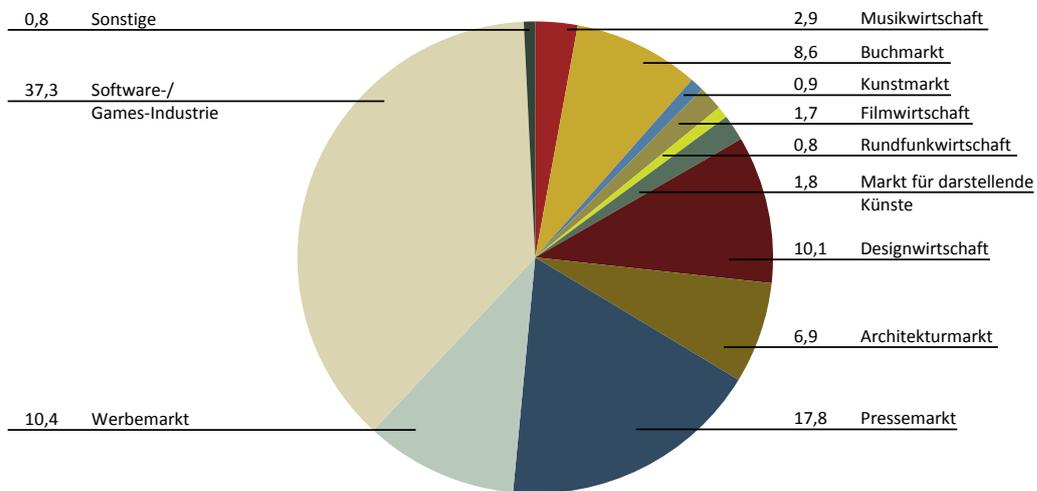


Lesehilfe: Der Umsatz in der Musikwirtschaft hat im Zeitraum 2009 bis 2017 um 21 Prozent zugenommen.

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.9: Anteil des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017* (in Prozent)



Lesehilfe: Im Jahr 2017 erwirtschaftete die Musikwirtschaft einen Anteil von 2,9 Prozent des Gesamtumsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Anmerkung: *Werte basieren auf Schätzungen. Anteil des jeweiligen Teilmarkts an der Summe der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW

2.4 Wertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Berechnung der Bruttowertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Methodisch basiert die Berechnung auf den Werten der Bruttowertschöpfung der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR). Da diese Werte nur in relativ aggregierter Form vorliegen, wurde eine Gewichtung auf Basis der Umsatzverteilung aus der Umsatzsteuerstatistik herangezogen, um den einzelnen Wirtschaftszweigen der Kultur- und Kreativwirtschaft individuelle Wertschöpfungswerte zuzuweisen. In einem weiteren Schritt wurden diese individuellen Wertschöpfungswerte auf Teilmarktebene aggregiert und hier dargestellt. Schätzungen der Bruttowertschöpfung für das Jahr 2017 waren aufgrund fehlender Daten aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung nicht möglich. Für weitergehende methodische Hinweise siehe Abschnitt 5.2.2.3 und Bertschek et al. (2018).

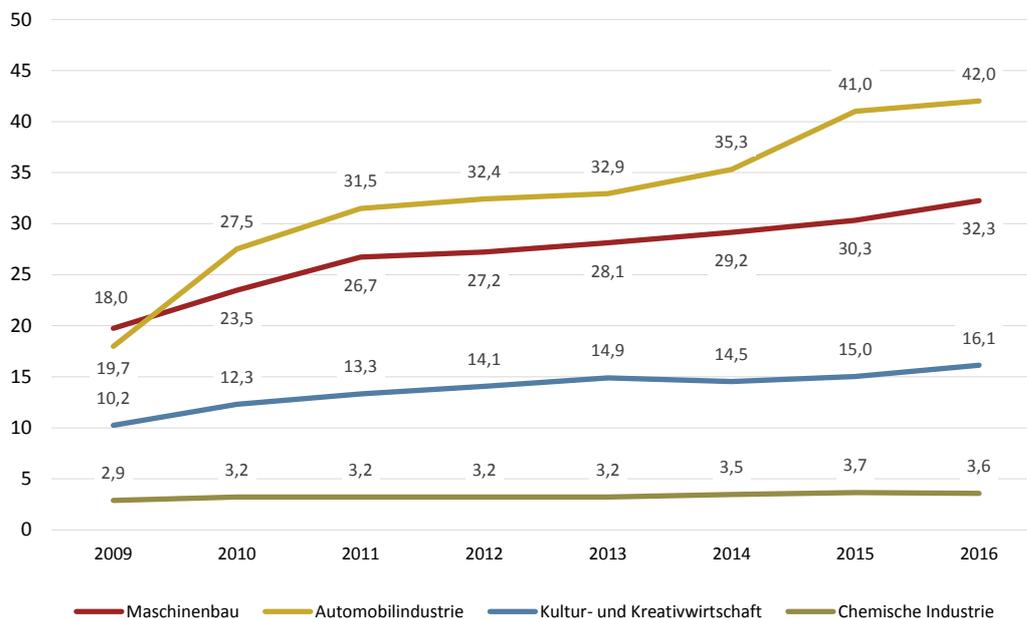
Bruttowertschöpfung in den vergangenen Jahren gewachsen

Die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist zwischen 2009 und 2016 merklich gestiegen. Im Jahr 2009 erwirtschaftete die Kultur- und Kreativwirtschaft 10,2 Milliarden Euro (siehe Abbildung 2.10). Dies entspricht einem Anteil von 3,21 Prozent an der Gesamtwirtschaftsleistung Baden-Württembergs. Für das Jahr 2016 wird die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft auf 16,1 Milliarden Euro geschätzt, was einem Anteil von 3,8 Prozent der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung entspricht.

Im Vergleich zu den Branchen Maschinenbau, Automobilindustrie und Chemische Industrie⁹ befindet sich die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft im unteren Mittelfeld. Im Jahr 2015 betrug der Anteil der Automobilindustrie an der Gesamtwirtschaft mit 41,0 Milliarden Euro 9,8 Prozent. Für 2016 wird die Bruttowertschöpfung auf 42,0 Milliarden Euro geschätzt (9,8 Prozent der Gesamtwirtschaft). Der Maschinenbau besaß mit 30,3 Milliarden Euro einen Anteil von 7,3 Prozent an der Gesamtwirtschaft im Jahr 2015 und für 2016 wird dieser mit 32,3 Milliarden Euro auf 7,5 Prozent geschätzt. Mit einer Bruttowertschöpfung von 3,7 Milliarden Euro im Jahr 2015 bildet die Chemische Industrie das Schlusslicht unter den Vergleichsbranchen (2016: 3,6 Milliarden Euro). Ihr Anteil an der gesamten Bruttowertschöpfung betrug im Jahr 2015 etwa 0,87 Prozent (2016: 0,83 Prozent).

⁹ Es wird für die Bruttowertschöpfung ausschließlich die Chemische Industrie aufgeführt, da für die Pharmaindustrie Baden-Württembergs keine Informationen zur Bruttowertschöpfung im beobachteten Zeitraum verfügbar sind.

Abbildung 2.10: Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2009-2016* (in Milliarden Euro)



Lesehilfe: Die Bruttowertschöpfung betrug in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2016 16,1 Milliarden Euro. Sie war damit geringer als im Maschinenbau und in der Automobilindustrie, aber höher als in der Chemischen Industrie.

Anmerkung: *Werte teilweise geschätzt. Die Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und wurde für die Kultur- und Kreativwirtschaft anhand der Verteilung von Umsätzen in der Umsatzsteuerstatistik berechnet.

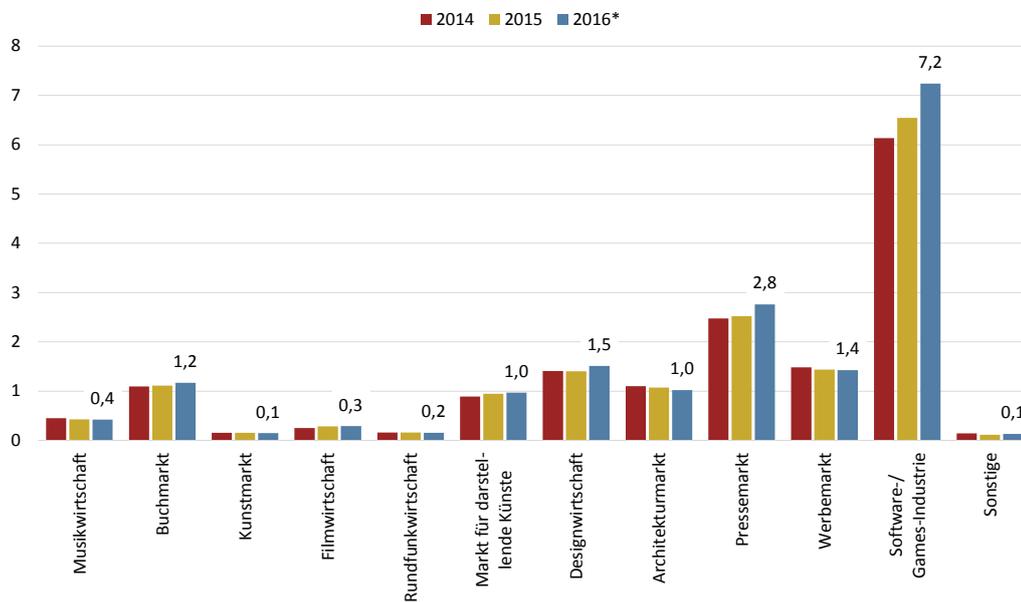
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018b; eigene Berechnungen ZEW.

Die Beiträge zur Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft weisen deutliche Unterschiede zwischen den Teilmärkten auf. Im Jahr 2016 entfielen schätzungsweise 7,2 Milliarden Euro der Bruttowertschöpfung der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft auf die Software- und Games-Industrie (siehe Abbildung 2.11). Damit erwirtschaftete dieser Teilmarkt alleine einen Anteil von 42 Prozent an der gesamten Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe Abbildung 2.12).¹⁰ Den nächsthöheren Beitrag mit einer Bruttowertschöpfung von 2,8 Milliarden und einem Anteil von 16,0 Prozent lieferte der Pressemarkt, gefolgt von der Designwirtschaft (8,8 Prozent) und dem Werbemarkt (8,3 Prozent). Die übrigen sieben Teilmärkte erwirtschafteten zusammen einen Anteil von 24,9 Prozent.

In den Teilmärkten Buchmarkt, Filmwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Pressemarkt sowie Software- und Games-Industrie ist die Bruttowertschöpfung zwischen den Jahren 2015 und 2016 gestiegen. Mit 10,6 Prozent besaß die Software- und Games-Industrie die höchste Wachstumsrate, gefolgt vom Pressemarkt (9,6 Prozent) und der Designwirtschaft (7,7 Prozent). Die Bruttowertschöpfung in der Musikwirtschaft sowie im Kunst-, Architektur- und Werbemarkt ist im gleichen Zeitraum zurückgegangen.

¹⁰ Auch hier sei wieder auf die besondere Situation in Baden-Württemberg mit dem Softwareunternehmen SAP hingewiesen, siehe auch Fußnote 8 auf Seite 17.

Abbildung 2.11: Beitrag der Teilmärkte zur Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014-2016* (in Milliarden Euro)

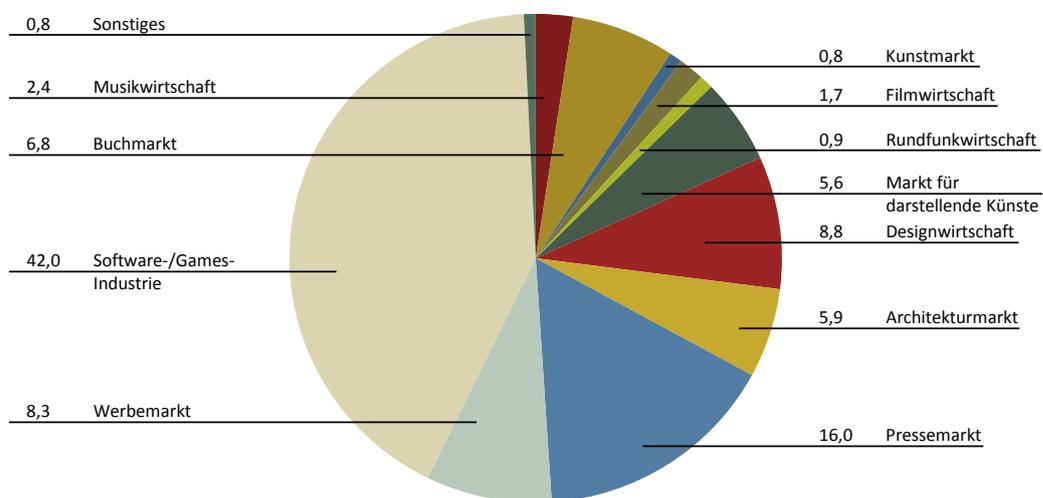


Lesehilfe: In der Musikwirtschaft lag die Bruttowertschöpfung im Jahr 2016 bei 0,4 Milliarden Euro. Sie ist seit dem Jahr 2014 kontinuierlich gesunken.

Anmerkung: *Werte teilweise geschätzt. Die Bruttowertschöpfung basiert auf Angaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und wurde für die Kultur- und Kreativwirtschaft anhand der Verteilung von Umsätzen in der Umsatzsteuerstatistik berechnet.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018b; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.12: Anteil der einzelnen Teilmärkte an der gesamten Bruttowertschöpfung der Kultur und Kreativwirtschaft 2016* (in Prozent)



Lesehilfe: Der Teilmarkt Musikwirtschaft trug 2,4 Prozent zur Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland im Jahr 2016 bei.

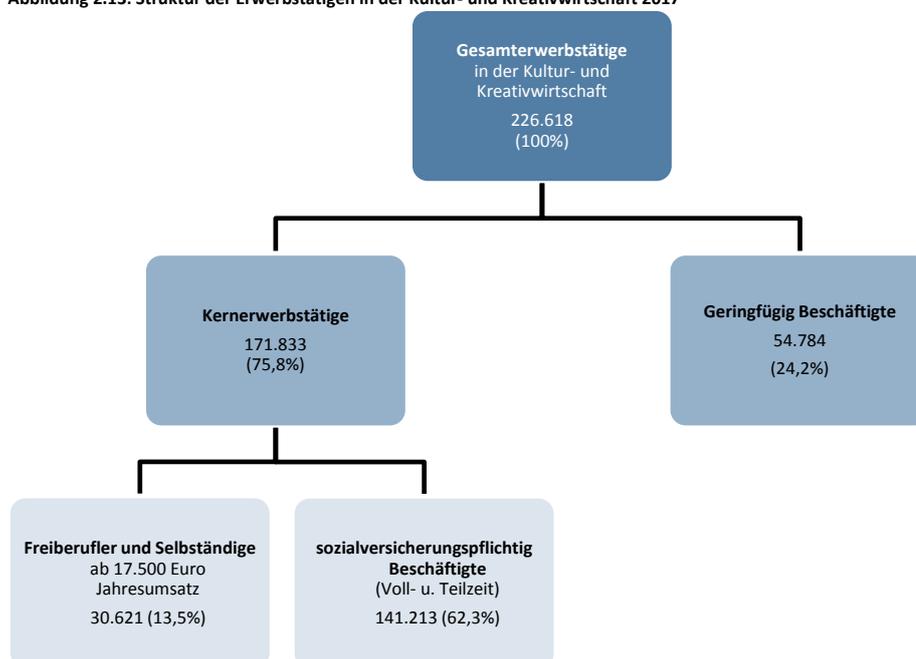
Anmerkungen: *Werte teilweise geschätzt. Als Basis dient die Bruttowertschöpfung der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft inklusive der Doppelzählungen. Somit ergibt sich hier eine rechnerische Summe von 100 Prozent.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018b; eigene Berechnungen ZEW.

2.5 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Im Jahr 2017 waren schätzungsweise 226.600 Gesamterwerbstätige in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv (siehe Abbildung 2.13). Damit ist die Anzahl der Gesamterwerbstätigen im Vergleich zum Vorquartal um 4,6 Prozent angestiegen. Ebenfalls positiv hat sich die Zahl der Kernerwerbstätigen entwickelt, die sich 2017 auf 171.800 belief. Den mit Abstand größten Anteil an den Kernerwerbstätigen stellt die abhängige Beschäftigung, denn 2017 waren 141.200 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv. Dennoch zeigt sich hier auch die außerordentliche Rolle der Freiberufler und Selbständigen für die Kultur- und Kreativwirtschaft. 2017 waren 30.600 Freiberufler und Selbständige aktiv und stellten damit einen Anteil von 13,5 Prozent der Gesamterwerbstätigen in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte als Kernerwerbstätige zusammengefasst stellten etwa drei Viertel der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das restliche Viertel entfällt auf die 54.800 geringfügig Beschäftigten, die im Jahr 2017 aktiv sind. Betrachtet man die langfristige Entwicklung der geringfügig Beschäftigten, ergibt sich, dass sich deren Anteil an den Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft von knapp einem Drittel im Jahr 2009 auf ein Viertel deutlich reduziert hat (siehe Tabelle 2.2). Die Anzahl der geringfügig Beschäftigten ist in dieser Zeit von 71.600 im Jahr 2009 mit einem deutlichen Rückgang im Jahr 2015 bis auf 54.800 im Jahr 2017 gesunken (siehe Abbildung 2.14). Im gleichen Zeitraum ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten deutlich gestiegen, während die Zahl der Selbständigen relativ konstant bleibt.

Abbildung 2.13: Struktur der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2017*



Anmerkung: *Werte teilweise geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

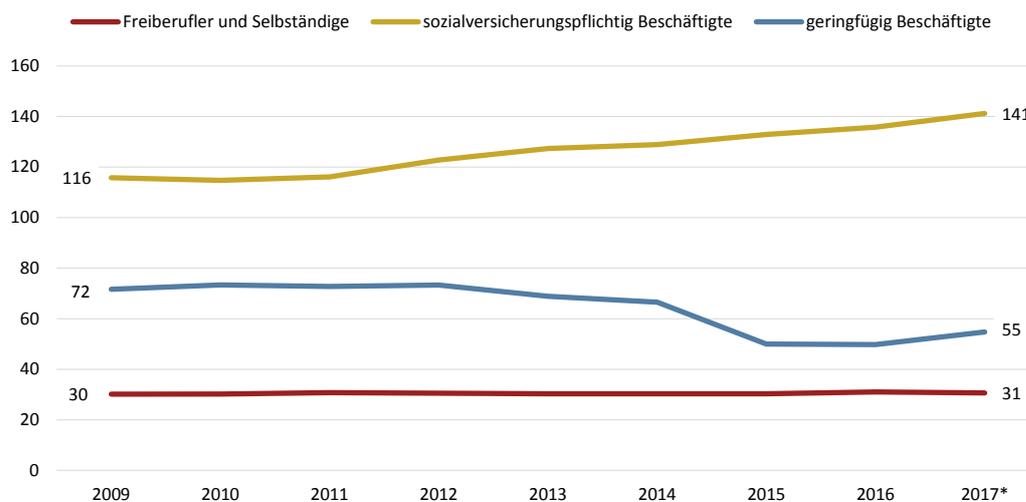
Tabelle 2.2: Struktur und Entwicklung der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017*

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
Freiberufler und Selbstständige ¹ (ab 17.500 Euro Jahresumsatz)	30.147	30.207	30.727	30.580	30.351	30.265	30.298	31.028	30.621
	13,9%	13,8%	14,0%	13,5%	13,4%	13,4%	14,2%	14,3%	13,5%
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ²	115.830	114.745	116.169	122.739	127.309	128.864	132.951	135.762	141.213
	53,2%	52,6%	52,9%	54,2%	56,2%	57,1%	62,4%	62,7%	62,3%
Kernerwerbstätige	145.977	144.952	146.896	153.319	157.660	159.129	163.249	166.790	171.833
	67,1%	66,4%	66,9%	67,7%	69,6%	70,5%	76,6%	77,0%	75,8%
geringfügig Beschäftigte ³	71.605	73.369	72.758	73.287	68.835	66.487	49.966	49.775	54.784
	32,9%	33,6%	33,1%	32,3%	30,4%	29,5%	23,4%	23,0%	24,2%
Gesamterwerbstätige	217.582	218.320	219.655	226.607	226.495	225.616	213.215	216.564	226.618
	100,0%								

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren teilweise auf eigenen Schätzungen und vorläufigen amtlichen Ergebnissen. ¹ Steuerpflichtige Unternehmer/-innen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz. ² Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB) in Voll- und Teilzeit, jedoch ohne geringfügig Beschäftigte (GB). ³ Geringfügig Beschäftigte (geringfügig entlohnte Beschäftigte und kurzfristig Beschäftigte) auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (verwendeter Stichtag jeweils der 30.06.)

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.14: Struktur und Entwicklung der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017* (in Tausend)



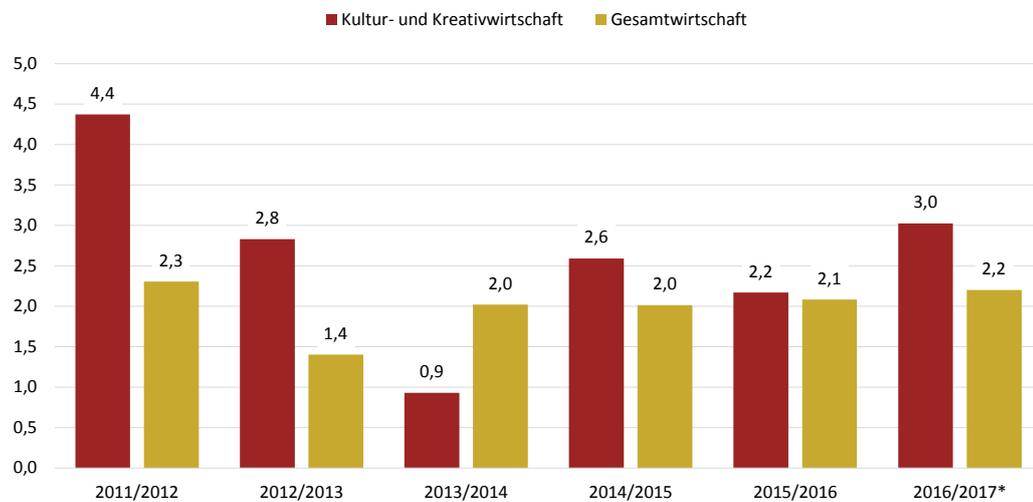
Anmerkung: *Werte für 2017 teilweise geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

In den Jahren seit 2011 ist die Zahl der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker gewachsen als in der Gesamtwirtschaft. Einzige Ausnahme hierbei ist die Entwicklung zwischen den Jahren 2013 und 2014. Mit einem Plus von 4,4 Prozent konnte im Jahr 2012 das größte Wachstum der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft erzielt werden (siehe Abbildung 2.15). Im Jahr 2017 hat sich die Zahl der Kernerwerbstätigen um schätzungsweise 3,0 Prozent erhöht. Zum Vergleich: das gesamtwirtschaftliche Wachstum der Kernerwerbstätigen betrug für 2017 etwa 2,2 Prozent.

Im Zeitraum zwischen 2011 und 2017 hat die Zahl der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft durchschnittlich um jährlich 2,6 Prozent zugenommen (siehe Abbildung 2.16). Mit einer jährlichen Wachstumsrate von 5,5 Prozent trägt die Software- und Games-Industrie maßgeblich zu dieser Entwicklung bei. Die Teilmärkte Architekturmarkt (3,5 Prozent) und Designwirtschaft (2,7 Prozent) folgen mit deutlichem Abstand, weisen allerdings ebenfalls überdurchschnittliche jährliche Wachstumsraten auf. Deutlich negative Wachstumsraten hinsichtlich der Kernerwerbstätigen sind für die Teilmärkte Rundfunkwirtschaft, Presse-, Buch- und Kunstmarkt zu beobachten.

Abbildung 2.15: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (Veränderung in Prozent)

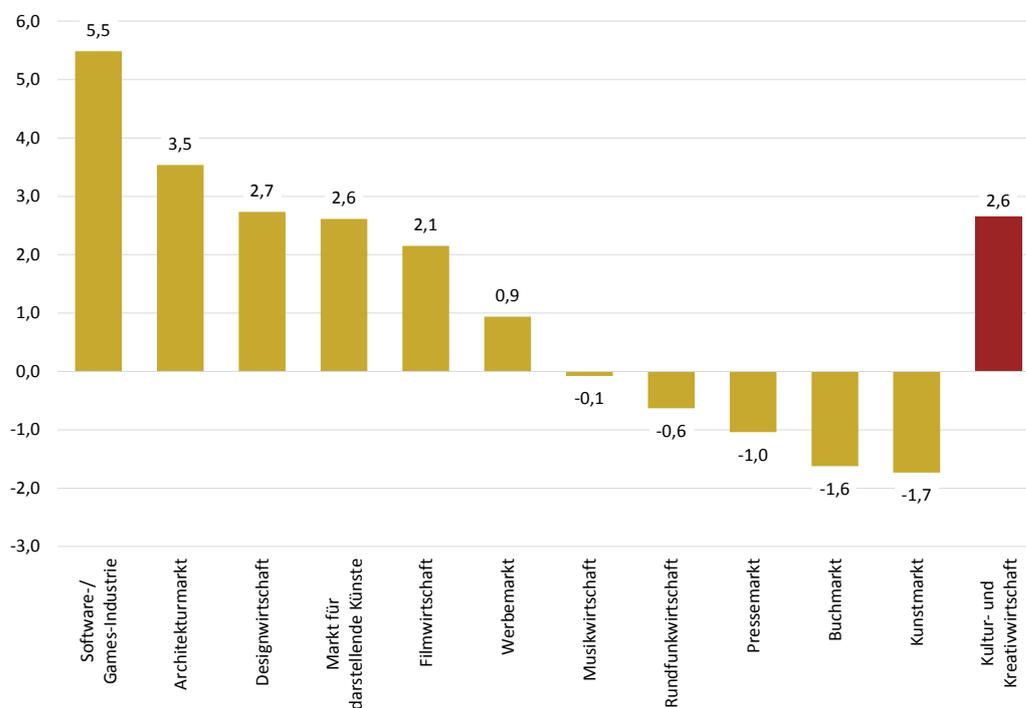


Lesehilfe: Die Anzahl der Kernerwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft ist zwischen 2011 und 2012 um 2,3 Prozent gestiegen, in der Kultur- und Kreativwirtschaft lag der Anstieg bei 4,4 Prozent.

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren teilweise auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.16: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2017* in Prozent)



Lesehilfe: In der Designwirtschaft hat die Anzahl der Kernerwerbstätigen im Zeitraum 2011 bis 2017 um durchschnittlich 2,7 Prozent pro Jahr zugenommen.

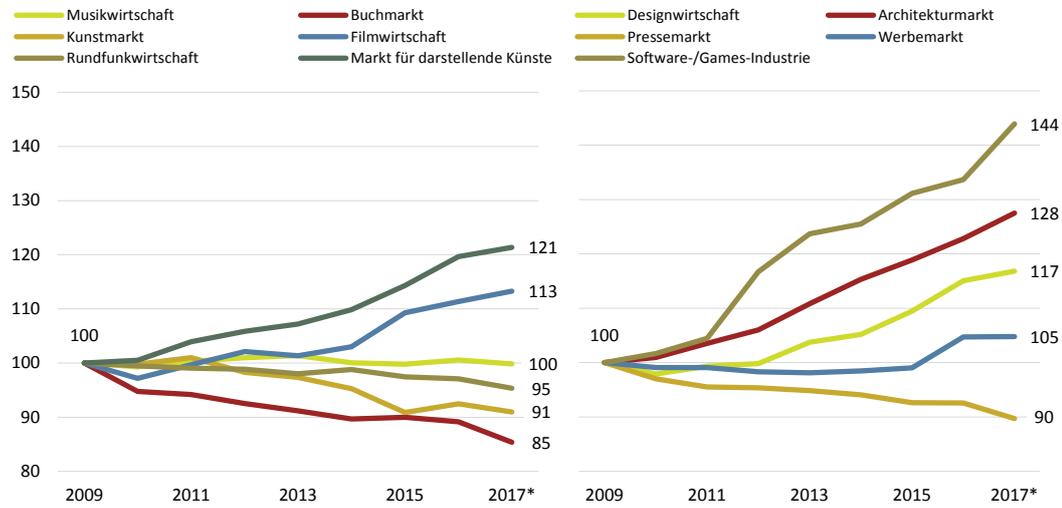
Anmerkung: *Werte für 2017 basieren teilweise auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Im Vergleich zum Jahr 2009 ist die Zahl der Kernerwerbstätigen in der Software- und Games-Industrie um 44 Prozent und damit stärker als in jedem anderen Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft gestiegen (siehe Abbildung 2.17). An zweiter Stelle folgt mit deutlichem Abstand der Architekturmarkt mit einem Anstieg der Kernerwerbstätigen um 28 Prozent seit dem Jahr 2009. Besonders stark ist die Zahl der Kernerwerbstätigen im Buchmarkt zurückgegangen, insgesamt um 15 Prozent seit 2009.

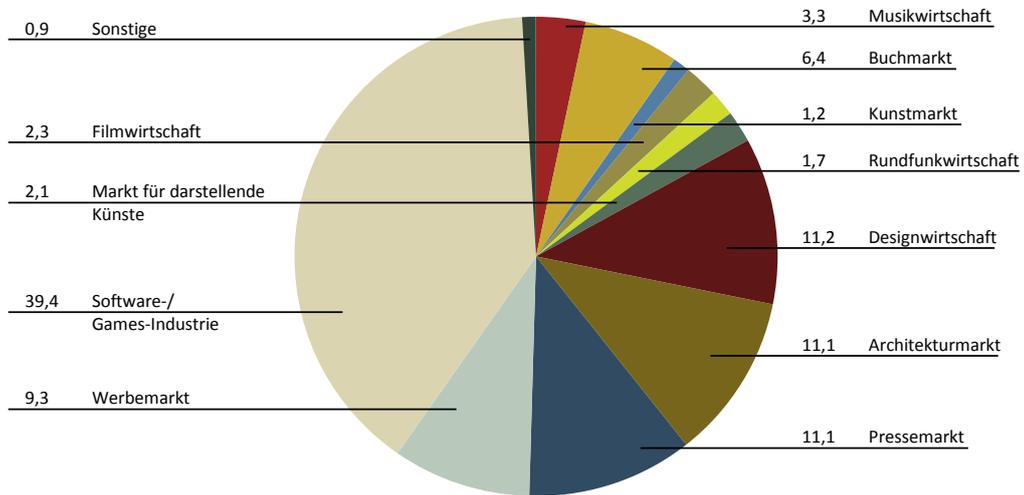
Mit 73.000 Kernerwerbstätigen und damit einem Anteil von 39,4 Prozent stellte die Software- und Games-Industrie in 2017 einen Großteil der Kernerwerbstätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe Abbildung 2.18 und Tabelle 5.3). Mit sehr großem Abstand und fast gleichauf folgten mit etwa 11,1 Prozent die Teilmärkte Designwirtschaft, Architekturmarkt und Pressemarkt. Am niedrigsten fiel der Anteil an den Kernerwerbstätigen für die Rundfunkwirtschaft und den Kunstmarkt aus.

Abbildung 2.17: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2009-2017* (Index 2009 = 100)



Lesehilfe: Der Umsatz in der Designwirtschaft hat im Zeitraum 2009 bis 2017 um 17 Prozent zugenommen.
 Anmerkung: *Werte für 2017 basieren teilweise auf Schätzungen.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

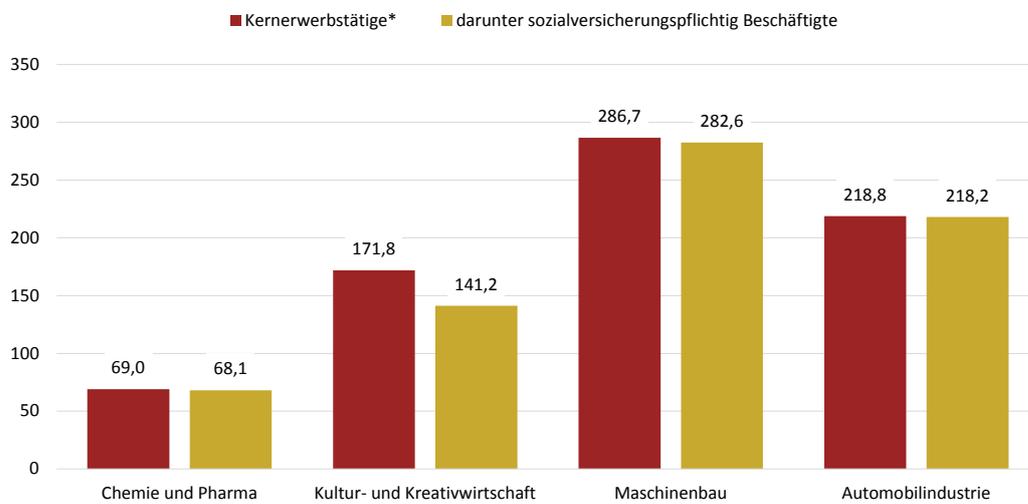
Abbildung 2.18: Anteil Kernerwerbstätige (Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten in 2017* (in Prozent)



Lesehilfe: Im Jahr 2017 waren 2,3 Prozent aller Kernerwerbstätigen in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft in der der Filmwirtschaft tätig.
 Anmerkung: *Werte basieren teilweise auf Schätzungen. Anteil des jeweiligen Teilmarkts an der Summe der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung. Rundungsdifferenzen möglich.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Werden die für Baden-Württemberg sehr wichtigen Branchen Maschinenbau und Automobilindustrie herangezogen, fallen die Beschäftigungszahlen in der Kultur- und Kreativwirtschaft noch vergleichsweise gering aus. So sind im Maschinenbau mit 286.700 und in der Automobilindustrie mit 218.800 deutlich mehr Kernerwerbstätige tätig als in der Kultur- und Kreativwirtschaft (siehe Abbildung 2.19). Die Vergleichsbranche Chemie und Pharma weist hingegen mit etwa 69.000 weniger als halb so viele Kernerwerbstätige auf wie die Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Branchenvergleich wird zudem die außerordentliche Bedeutung der Freiberufler und Selbständigen sichtbar, denn in keiner der Vergleichsbranchen ist deren Anteil an den Kernwerbestätigen annähernd so hoch wie in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Abbildung 2.19: Kernerwerbstätige (Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) im Branchenvergleich 2017* (in Tausend)



Lesehilfe: In 2017 betrug die Zahl der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 171.800.

Anmerkung: *Werte basieren teilweise auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

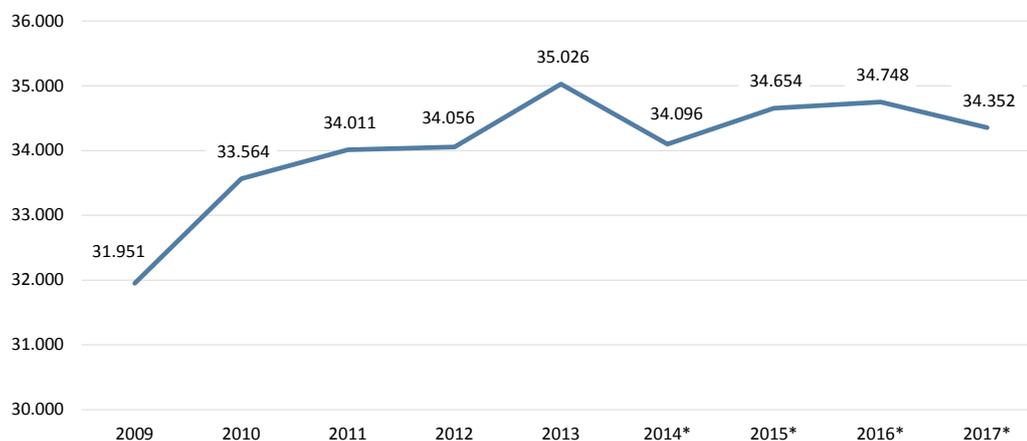
2.6 Mini-Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft

In den vergangenen Jahren hat sich der Begriff der Mini- bzw. Soloselbständigen etabliert. Insbesondere in der Kultur- und Kreativwirtschaft lohnt es sich einen genauen Blick auf diese Beschäftigtengruppe zu werfen, da sie hier eher überdurchschnittlich vertreten sind. Als Mini-Selbständige werden Unternehmerinnen und Unternehmer bezeichnet, deren jährlicher Umsatz weniger als 17.500 Euro beträgt. Die Abgrenzung eines Mini-Selbständigen von einem Kleinstunternehmer basiert ausschließlich auf dem statistisch definierten Grenzwert von 17.500 Euro Jahresumsatz. Andere Kriterien wie die Rechtsform des Unternehmens oder qualitative Einstufungen wie zum Beispiel eine geringfügige, neben- oder hauptberufliche Selbständigkeit spielen grundsätzlich keine Rolle.¹¹ Die Methodik zur Berechnung der Mini-Selbständigen basiert auf der Umsatzsteuerstatistik, die als Vollerhebung gut geeignet ist ein Gesamtbild in diesem Einkommensbereich zu generieren.¹²

Die Anzahl der Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg betrug im Jahr 2017 geschätzte 34.352 Erwerbstätige. Obwohl die Zahl der Mini-Selbständigen im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr um knapp 400 zurückgegangen ist, weist der langfristige Trend einen positiven Verlauf auf. Zwischen den Jahren 2009 und 2017 ist die Anzahl der Mini-Selbständigen in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft um gut 2.400 Erwerbstätige gestiegen, was einem Zuwachs von 7,5 Prozent entspricht (siehe Abbildung 2.20). Gesamtwirtschaftlich liegt die langfristige Zunahme bei den Mini-Selbständigen allerdings deutlich höher und erreicht einen Wert von 17,7 Prozent im Zeitraum 2009 bis 2017.

Gemessen an der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, ist der Anteil der Mini-Selbständigen relativ hoch. Ausgehend von den 3,5 Prozent Kernerwerbstätigen an allen Kernerwerbstätigen in Baden-Württemberg, lag der Anteil an Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft an allen Mini-Selbständigen des Landes mit 7,4 Prozent 2017 deutlich höher (siehe Tabelle 2.3).

Abbildung 2.20: Entwicklung der Anzahl der Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2009 bis 2017*



Anmerkung: *Werte basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

¹¹ Siehe Arbeitskreis Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsministerkonferenz, Überarbeitung des Leitfadens zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft, Fassung 2016, 20.07.2016.

¹² Weitere Informationen zur verwendeten Methodik befinden sich im Anhang.

Tabelle 2.3: Mini-Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg nach Teilmärkten, 2010 bis 2017*

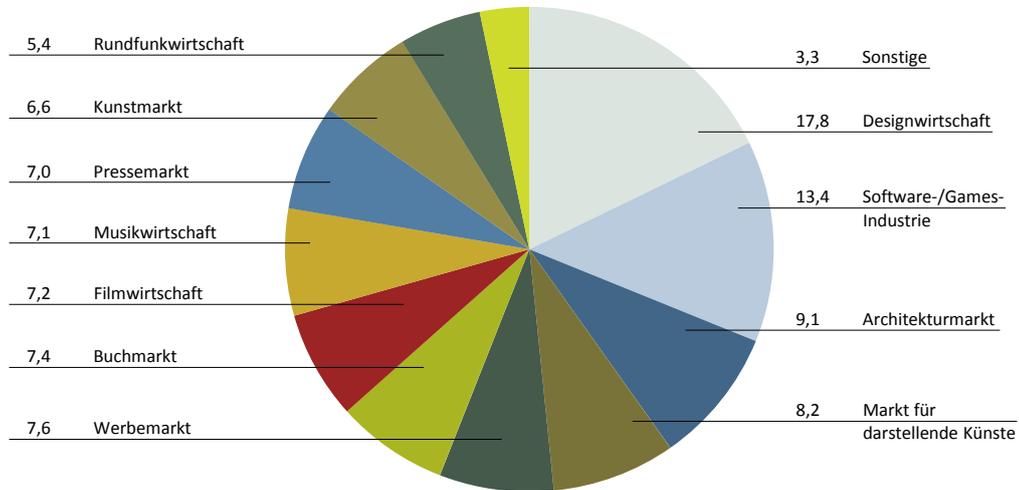
Teilmarkt	2010	2011	2012	2013	2014*	2015*	2016*	2017*
Musikwirtschaft	2.992	3.092	3.126	3.201	2.938	3.008	3.046	2.952
Buchmarkt	3.055	3.169	3.177	3.303	3.049	3.178	3.136	3.066
Kunstmarkt	2.993	2.994	3.007	3.026	2.889	2.764	2.778	2.710
Filmwirtschaft	2.923	2.992	3.021	3.138	2.971	3.114	3.049	2.977
Rundfunkwirtschaft	2.345	2.349	2.346	2.411	2.252	2.251	2.250	2.241
Markt für darstellende Künste	3.002	3.161	3.246	3.418	3.204	3.386	3.418	3.382
Designwirtschaft	6.326	6.545	6.663	7.025	6.854	7.039	7.283	7.344
Architekturmarkt	4.043	3.931	3.769	3.797	3.892	3.808	3.781	3.744
Pressemarkt	3.340	3.299	3.263	3.334	3.147	3.125	3.029	2.914
Werbemarkt	3.982	3.764	3.638	3.484	3.367	3.237	3.353	3.125
Software- und Games-Industrie	4.248	4.357	4.512	4.729	5.100	5.323	5.374	5.547
Sonstige	1.407	1.452	1.380	1.374	1.366	1.416	1.366	1.347
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	33.564	34.011	34.056	35.026	34.096	34.654	34.748	34.352
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>426.217</i>	<i>443.944</i>	<i>468.806</i>	<i>480.004</i>	<i>448.138</i>	<i>457.572</i>	<i>462.959</i>	<i>466.549</i>
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>7,9%</i>	<i>7,7%</i>	<i>7,3%</i>	<i>7,3%</i>	<i>7,6%</i>	<i>7,6%</i>	<i>7,5%</i>	<i>7,4%</i>

Anmerkung: *Werte basieren auf Schätzungen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg waren 2017 in der Designwirtschaft mit 17,8 Prozent die meisten Mini-Selbständigen zu finden (siehe Abbildung 2.21), gefolgt von der Software- und Games-Industrie (13,4 Prozent), dem Architekturmarkt (9,1 Prozent) und dem Markt für darstellende Künste (8,2 Prozent). Nur 5,4 Prozent der Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft kamen aus der Rundfunkwirtschaft. In der Software- und Games-Industrie ist zudem die Anzahl an Mini-Selbständigen zwischen 2009 und 2017 mit 37,0 Prozent am deutlichsten gestiegen, gefolgt von der Designwirtschaft (26,7) und dem Werbemarkt (21,7 Prozent).

Abbildung 2.21: Anteil der Mini-Selbständigen der einzelnen Teilmärkte an der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg in 2017* (in Prozent)

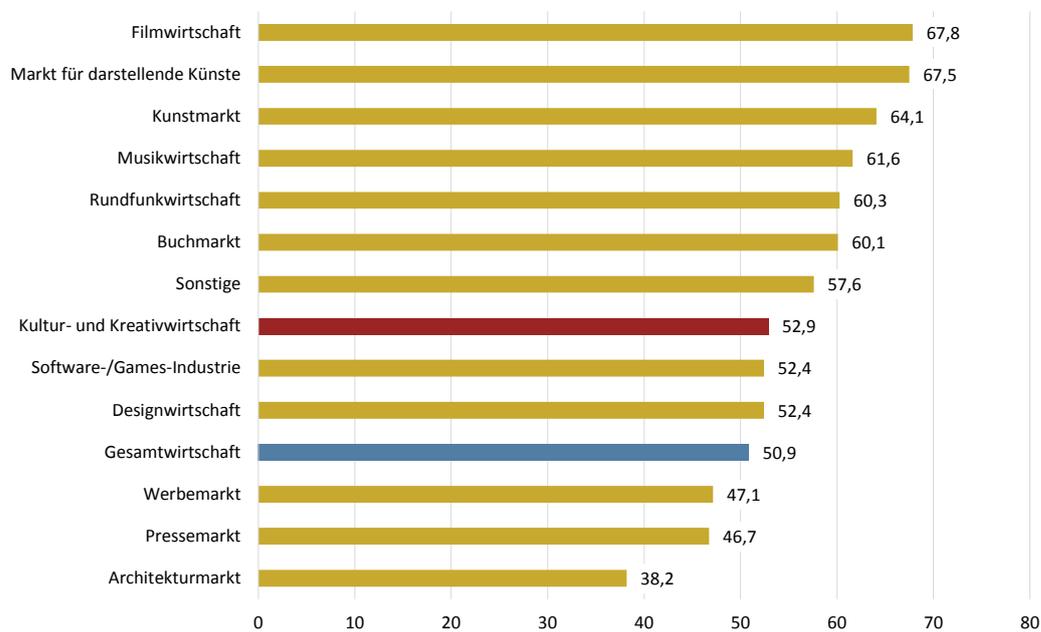


Lesehilfe: Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft waren in der Designwirtschaft mit 17,8 Prozent die meisten Mini-Selbständigen zu finden. Nur 5,4 Prozent der Mini-Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft kamen 2017 aus der Rundfunkwirtschaft.

Anmerkung: *Werte basieren auf Schätzungen. Anteil des jeweiligen Teilmarkts an der Summe der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Doppelzählung. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Der Anteil der Mini-Selbständige an allen Selbständigen war im Teilmarkt Filmwirtschaft mit 67,8 Prozent am höchsten (siehe Abbildung 2.22). Dahinter folgen der Markt für darstellende Künste (67,5 Prozent), der Kunstmarkt (64,1 Prozent) und die Musikwirtschaft (61,6 Prozent). Relativ wenige Mini-Selbständige wies der Architekturmarkt auf, hier waren nur 38,2 Prozent aller Selbständigen dem Bereich der Mini-Selbständigen zuzurechnen. In der ganzen Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg waren 2017 52,9 Prozent der Selbständigen Mini-Selbständige, das sind 2 Prozentpunkte mehr als in der baden-württembergischen Gesamtwirtschaft.

Abbildung 2.22: Anteil der Mini-Selbständigen an allen Selbständigen in Baden-Württemberg 2017* (in Prozent)

Lesehilfe: Gemessen an allen Selbständigen (regulär Selbständigen und Mini-Selbständigen) waren 2017 in der Kultur und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg 52,2 Prozent Mini-Selbständige aktiv. Der Anteil der Mini-Selbständigen war im Teilmarkt Filmwirtschaft mit 67,8 Prozent am höchsten.

Anmerkung: *Werte basieren auf Schätzungen. Anzahl der regulär Selbständigen entspricht der Anzahl steuerpflichtiger Unternehmer/innen mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

2.7 Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Arbeitsmarktpartizipation von Frauen ist wirtschafts- und gesellschaftspolitisch von großer Bedeutung. Sie unterscheidet sich jedoch innerhalb der Branchen und deren Entwicklung sollte für jede Branche einzeln untersucht werden. Um Aussagen über die Erwerbstätigkeit von Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft treffen zu können, wird deren Entwicklung im folgenden Abschnitt dargestellt. Es werden die Frauenanteile bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (als Hauptbestandteil der Kernerwerbstätigen) und die Frauenanteile bei den geringfügig Beschäftigten insgesamt sowie auf Teilmarktebene dargestellt.¹³

Der Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich zwischen 2009 und 2017 verringert. Im Jahr 2009 lag der Frauenanteil bei diesen Beschäftigungsgruppen insgesamt bei 49,7 Prozent, im Jahr 2017 betrug er nur noch 47,0 Prozent (siehe Abbildung 2.23). Der Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist zwischen 2009 und 2017 ebenfalls von 45,3 Prozent auf 43,6 Prozent gesunken.¹⁴ Der Frauenanteil bei den geringfügig Beschäftigten hat sich im betrachteten Zeitraum von 56,7 Prozent auf 55,7 Prozent verringert, ist jedoch im Jahr 2015 zwischendurch auf 57,7 Prozent angestiegen. Der Frauenanteil bei den geringfügig Beschäftigten fällt damit deutlich höher aus als bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Der Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker zurückgegangen als in der baden-württembergischen Gesamtwirtschaft (siehe Abbildung 2.24). In der Gesamtwirtschaft ist der Frauenanteil lediglich von 48,7 Prozent im Jahr 2009 auf 48,2 Prozent im Jahr 2017 gesunken. Dementsprechend ist der Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit dem Jahr 2013 niedriger als in der Gesamtwirtschaft. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei gesonderter Betrachtung der Frauenanteile für die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die im Jahr 2017 bei 45,1 Prozent für die Gesamtwirtschaft und 43,6 Prozent für die Kultur- und Kreativwirtschaft lagen. Bei den geringfügig Beschäftigten ist der Frauenanteil in der Gesamtwirtschaft zwar von 63,1 Prozent in 2009 auf 59,7 Prozent in 2017 gesunken, aber lag dennoch durchgehend über dem entsprechenden Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Nichtsdestotrotz hat der Unterschied zwischen Gesamtwirtschaft und Kultur- und Kreativwirtschaft beim Frauenanteil der geringfügig Beschäftigten langfristig eher abgenommen.

Innerhalb der einzelnen Teilmärkte besitzt der Buchmarkt den höchsten Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten. Im Jahr 2017 arbeiteten hier zu 67,3 Prozent Frauen in diesen Beschäftigungsgruppen, gefolgt vom Kunstmarkt mit 66,1 Prozent und dem Pressemarkt mit 61,6 Prozent (siehe Tabelle 2.4). Die meisten anderen Teilmärkte besaßen ebenfalls Frauenanteile von über 50 Prozent. Die Ausnahme bilden die Software- und Games-Industrie, die mit 30 Prozent den niedrigsten Frauenanteil besaß, sowie die Musik- und Filmwirtschaft mit Frauenanteilen von 43,1 bzw. 49,0 Prozent.

Auch bei gesonderter Betrachtung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hatte der Buchmarkt mit 66,3 Prozent den höchsten Frauenanteil (siehe Tabelle 5.8 im Anhang). In den Teilmärkten Musik-, Film-, Rundfunkwirtschaft, dem Markt für darstellende Künste und der Software- und Games-Industrie lagen die Frauenanteile hingegen unter 50 Prozent. Bei den geringfügig Beschäftigten war der Frauenanteil mit 73,2 Prozent im Kunstmarkt am höchsten (siehe Tabelle 5.9 im Anhang). Die geringfügig Beschäftigten hatten ausschließlich bei der Musikwirtschaft und dem Werbemarkt Frauenanteile von unter 50 Prozent.

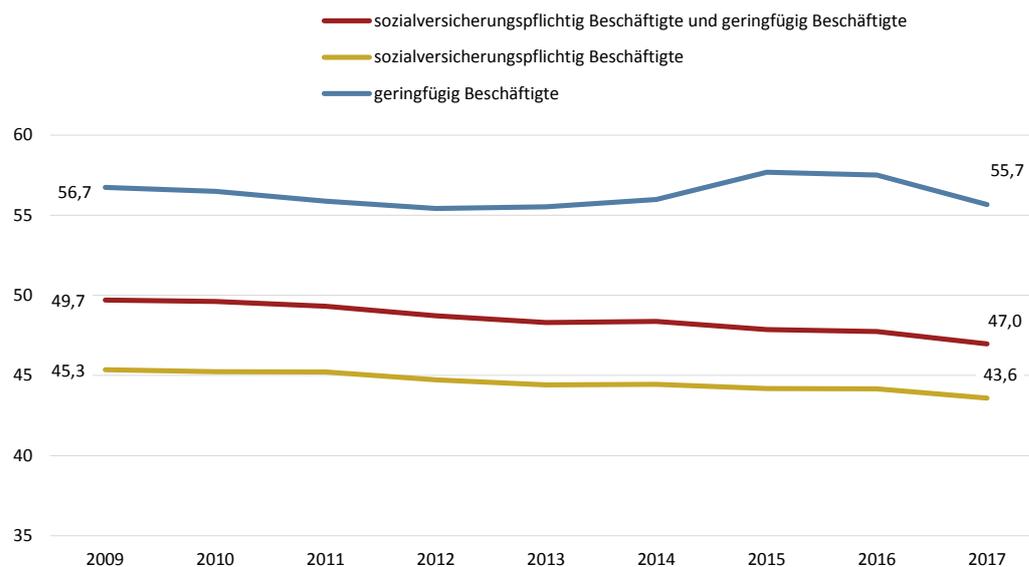
Im Vergleich zwischen sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten zeigt sich, dass auch innerhalb der einzelnen Teilmärkte die Frauenanteile bei den geringfügig Beschäftigten meist höher als für die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ausfielen. Besonders hoch war der Unterschied bei der Software- und Games-

¹³ Eine Auswertung der Frauenanteile bei den Selbständigen wie im Monitoringbericht der Kultur- und Kreativwirtschaft auf Bundesebene ist nicht möglich, da der Mikrozensus für Baden-Württemberg zu viele fehlende Werte aufweist.

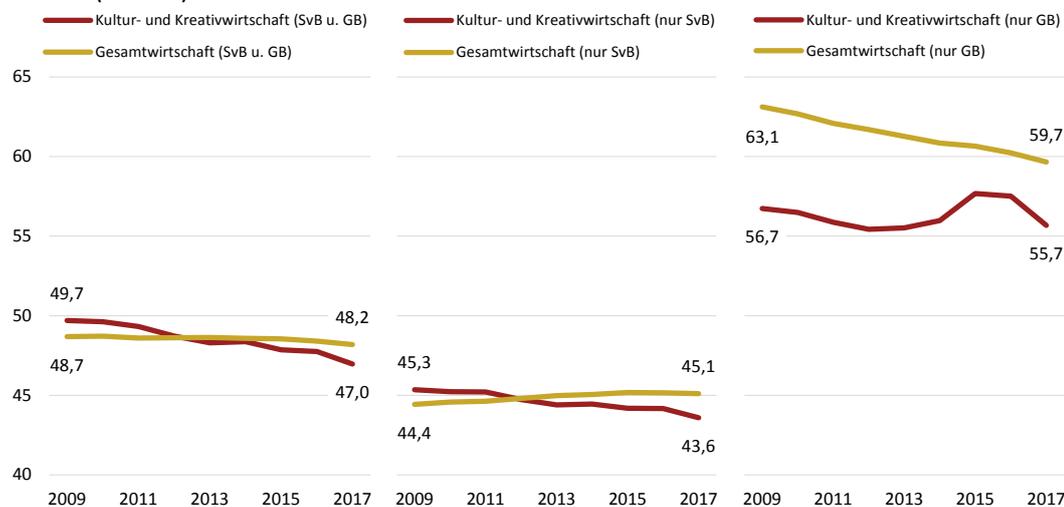
¹⁴ Dies muss jedoch nicht bedeuten, dass 2017 weniger Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sozialversicherungspflichtig beschäftigt waren als 2009, da bis 2017 die Anzahl aller sozialversicherungspflichtigen gestiegen ist.

Industrie, in der der Frauenanteil bei den geringfügig Beschäftigten um 27,8 Prozentpunkte höher ausfiel. Vergleichbare Unterschiede bestanden beim Kunst- und Architekturmarkt sowie der Film- und Rundfunkwirtschaft. Im Presse- und Werbemarkt sowie der Designwirtschaft war der Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtigen hingegen höher als bei den geringfügig Beschäftigten.

Abbildung 2.23: Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009-2017 (in Prozent)



Lesehilfe: Im Jahr 2009 lag der Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei 45,3 Prozent.
Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 2.24: Frauenanteil in verschiedenen Beschäftigtengruppen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft 2009-2017 (in Prozent)

Lesehilfe: Im Jahr 2009 lag der Frauenanteil bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei 45,3 Prozent in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 2.4: Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten 2009 bis 2017 (in Prozent)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Musikwirtschaft	45,3	44,5	44,6	44,0	43,2	43,1	42,5	42,8	43,1
2. Buchmarkt	66,1	66,9	67,2	67,1	67,8	67,4	67,4	67,8	67,3
3. Kunstmarkt	64,8	65,4	63,1	63,9	62,4	65,3	66,2	65,3	66,1
4. Filmwirtschaft	52,4	51,6	51,6	51,3	50,6	50,8	49,9	49,3	49,0
5. Rundfunkwirtschaft	50,0	49,9	49,9	50,4	51,0	50,4	51,0	51,0	51,1
6. Markt für darstellende Künste	53,5	52,7	52,7	52,2	51,4	51,0	50,7	50,8	51,5
7. Designwirtschaft	56,7	56,1	55,8	56,0	57,0	57,4	56,6	55,6	54,2
8. Architekturmarkt	60,8	61,1	61,0	61,2	61,0	61,0	60,9	60,8	60,7
9. Pressemarkt	57,0	57,8	57,5	57,4	57,1	57,8	61,8	62,0	61,6
10. Werbemarkt	54,0	52,9	52,5	52,4	53,0	53,3	53,1	52,7	51,0
11. Software-/Games-Industrie	29,5	29,6	29,6	29,8	29,5	29,5	29,6	29,9	30,0
12. Sonstige	58,0	59,0	59,7	59,5	59,2	59,5	60,3	59,9	59,6
Kultur- und Kreativwirtschaft gesamt	49,7	49,6	49,3	48,7	48,3	48,4	47,9	47,7	47,0
Gesamtwirtschaft	48,7	48,7	48,6	48,6	48,6	48,6	48,6	48,4	48,2

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

2.8 Kulturelle und kreative Beschäftigung in Baden-Württemberg

Kulturelle und kreative Tätigkeiten bzw. Berufe finden sich in vielen Bereichen der Volkswirtschaft und sind nicht nur auf die (Wirtschaftszweig-) Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft beschränkt. Beispielsweise sind Marketing- und Werbeberufe auch bei großen Finanzdienstleistern oder in der Automobilindustrie anzutreffen. Demgegenüber stehen die in der Kultur- und Kreativwirtschaft Beschäftigten, die keine kulturellen oder kreativen Berufe ausüben, wie beispielsweise das administrative Personal eines Musikverlags oder der Hausmeister in einem Architekturbüro.

In diesem Abschnitt wird ein tätigkeits- bzw. berufsbasierter Überblick über die kulturelle und kreative Beschäftigung in Deutschland gegeben. Ausgangspunkt hierfür ist eine Zusammenstellung von Berufen, die als kulturell und kreativ definiert sind. Auf Grundlage dieser Abgrenzung kann die Beschäftigung in dieser Berufsgruppe analysiert werden – für die baden-württembergische Gesamtwirtschaft, für einzelne Branchen und für die einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Grundlage hierfür sind detaillierte Beschäftigungsdaten der Bundesagentur für Arbeit. Gegenüber der klassischen Abgrenzung nach Wirtschaftszweigen können diese Daten ein vollständigeres Bild der kulturellen und kreativen Beschäftigung in Baden-Württemberg zeichnen.¹⁵

Tabelle 2.5: Kulturell und kreativ Tätige in Baden-Württemberg in 2013, 2015 und 2017 – sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte

	2013			2015			2017		
	Insgesamt Beschäftigte	Kulturell und kreativ Tätige	Anteil kulturell und kreativ Tätige	Insgesamt Beschäftigte	Kulturell und kreativ Tätige	Anteil kulturell und kreativ Tätige	Insgesamt Beschäftigte	Kulturell und kreativ Tätige	Anteil kulturell und kreativ Tätige
Musikwirtschaft	6.434	3.294	51,2%	6.368	3.406	53,5%	6.538	3.449	52,8%
Buchmarkt	13.657	5.635	41,3%	13.227	5.448	41,2%	12.310	4.963	40,3%
Kunstmarkt	1.269	234	18,4%	1.131	220	19,5%	1.129	217	19,2%
Filmwirtschaft	5.642	1.917	34,0%	5.875	2.181	37,1%	5.985	2.260	37,8%
Rundfunkwirtschaft	2.991	1.973	66,0%	3.000	2.084	69,5%	2.964	2.062	69,6%
Markt für darstellende Künste	4.522	2.213	48,9%	4.834	2.472	51,1%	5.440	2.707	49,8%
Designwirtschaft	24.153	6.437	26,7%	23.718	6.907	29,1%	27.841	7.267	26,1%
Architekturmarkt	15.324	7.431	48,5%	16.693	8.459	50,7%	18.166	9.384	51,7%
Pressemarkt	46.121	8.623	18,7%	29.688	7.959	26,8%	28.070	7.933	28,3%
Werbemarkt	32.509	7.113	21,9%	30.369	7.768	25,6%	36.868	8.123	22,0%
Software- und Games-Industrie	62.607	32.769	52,3%	66.070	36.094	54,6%	73.094	40.687	55,7%
Sonstige	949	218	23,0%	893	192	21,5%	878	200	22,8%
Kultur- und Kreativwirtschaft*	197.160	72.592	36,8%	183.712	77.410	42,1%	197.075	83.234	42,2%
Gesamtwirtschaft	5.385.650	346.667	6,4%	5.575.869	327.360	5,9%	5.795.171	347.341	6,0%
Gesamtwirtschaft (ohne Kultur- und Kreativwirtschaft)	5.188.490	274.076	5,3%	5.392.157	249.950	4,6%	5.598.096	264.107	4,7%

Anmerkung: *Summe Kultur- und Kreativwirtschaft ohne Doppelzählung.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

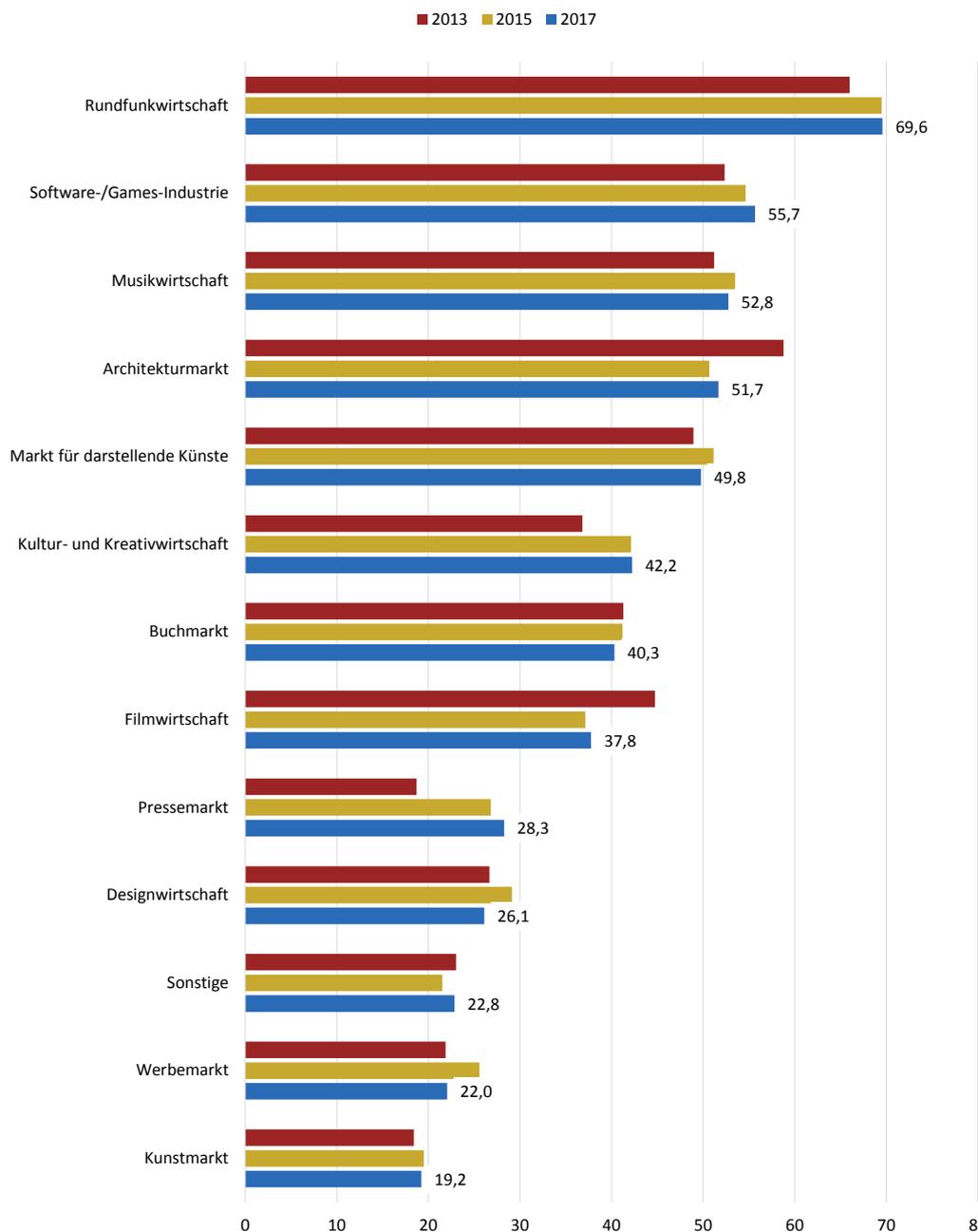
¹⁵ Siehe Bertschek et al. (2017) zur methodischen Erläuterung der Berechnungen.

Im Jahr 2017 waren 83.234 kulturell und kreativ Tätige sozialversicherungspflichtig oder geringfügig in einem der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt. Gemessen zum Vergleichsjahr 2013 entspricht dies einer Zunahme um mehr als 10.600 Beschäftigten (siehe Tabelle 2.5). Dies entspricht einem Anstieg des Anteils der kulturell und kreativ Tätigen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft um 14,7 Prozent bzw. 5,4 Prozentpunkten, von 36,8 auf 42,2 Prozent (siehe Abbildung 2.25).

Sowohl die Anzahl als auch der Anteil der kulturell und kreativ Tätigen variiert innerhalb der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft zum Teil stark zwischen den verschiedenen Teilmärkten. Bezüglich der Anzahl der Beschäftigten mit kulturellen oder kreativen Berufen lag die Software- und Games-Industrie mit fast 41.000 Erwerbstätigen im Jahr 2017 auf dem ersten Platz. An zweiter und dritter Stelle folgten mit deutlichem Abstand der Architektur- und Werbemarkt mit etwa 9.400 bzw. 8.100 kulturell und kreativ Beschäftigten. An letzter Stelle lag der Kunstmarkt, der im Jahr 2017 lediglich 217 kulturell und kreativ Tätige beschäftigte.

Gemessen am Anteil der Erwerbstätigen mit kulturellen und kreativen Berufen im jeweiligen Teilmarkt lag im Jahr 2017 die Rundfunkwirtschaft vorne. 69,6 Prozent der Beschäftigten verfügten über eine kulturelle bzw. kreative Berufsausbildung (siehe Abbildung 2.25). An zweiter Stelle folgte die Software- und Games-Industrie, in der 55,7 Prozent der dort sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten einer kulturellen oder kreativen Tätigkeit nachgingen. Der Kunstmarkt weist 2017 mit 19,2 Prozent den geringsten Anteil kulturell und kreativ Beschäftigter auf.

Abbildung 2.25: Anteil kulturell und kreativ Tätiger unter den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft (in Prozent)



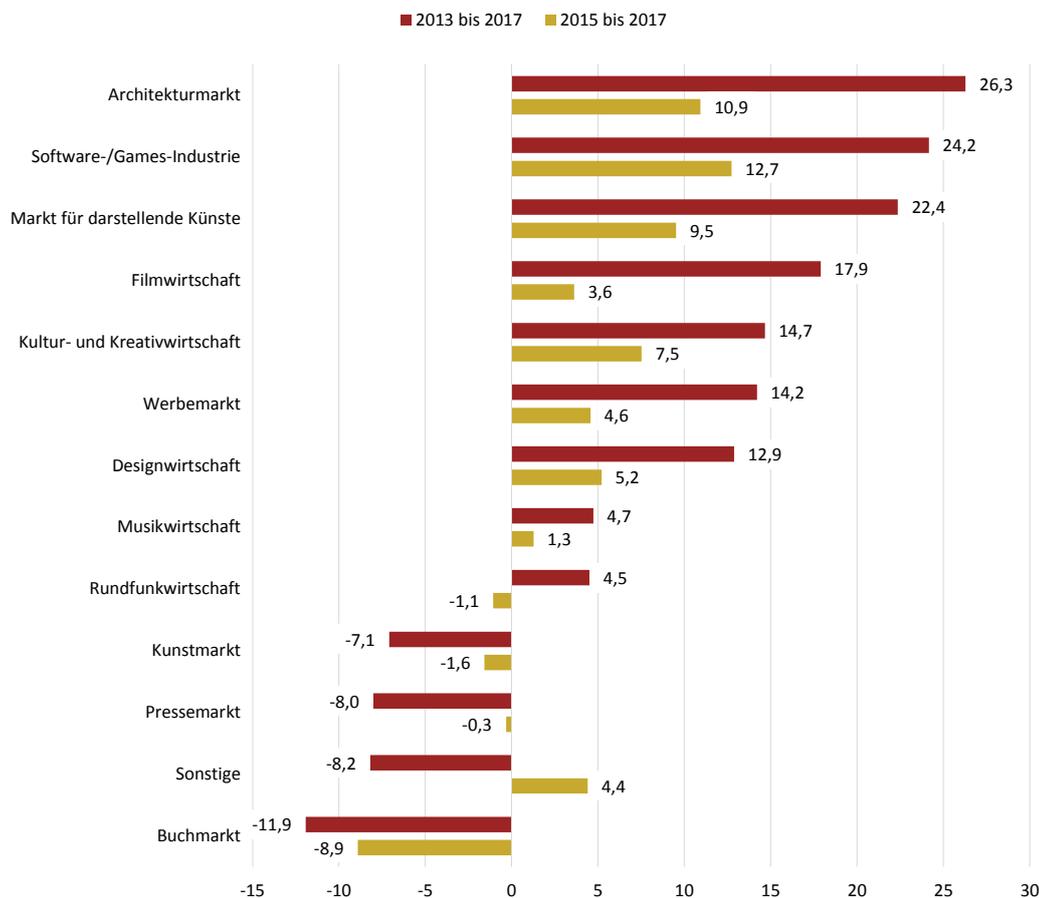
Lesehilfe: Im Markt für darstellende Künste übten im Jahr 2017 49,8 Prozent der sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten einen kulturell oder kreativen Beruf aus.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

In den meisten Teilmärkten hat es zwischen den Jahren 2013 und 2017 eine Zunahme des Anteils der Erwerbstätigen mit kulturellen und kreativen Berufen gegeben (siehe Abbildung 2.26). Den deutlichsten Anstieg verzeichnete der Architekturmarkt mit einem Anstieg um 26,3 Prozent. Einen ebenfalls deutlichen Anstieg verzeichneten die Software- und Games-Industrie (24,2 Prozent) und der Markt für darstellende Künste (22,4 Prozent). Einen

Rückgang am Anteil der Beschäftigten mit kulturellen und kreativen Berufen verzeichneten der Buchmarkt (11,9 Prozent) sowie (neben dem Bereich Sonstige) der Pressemarkt (8,0 Prozent) und der Kunstmarkt (7,1 Prozent).

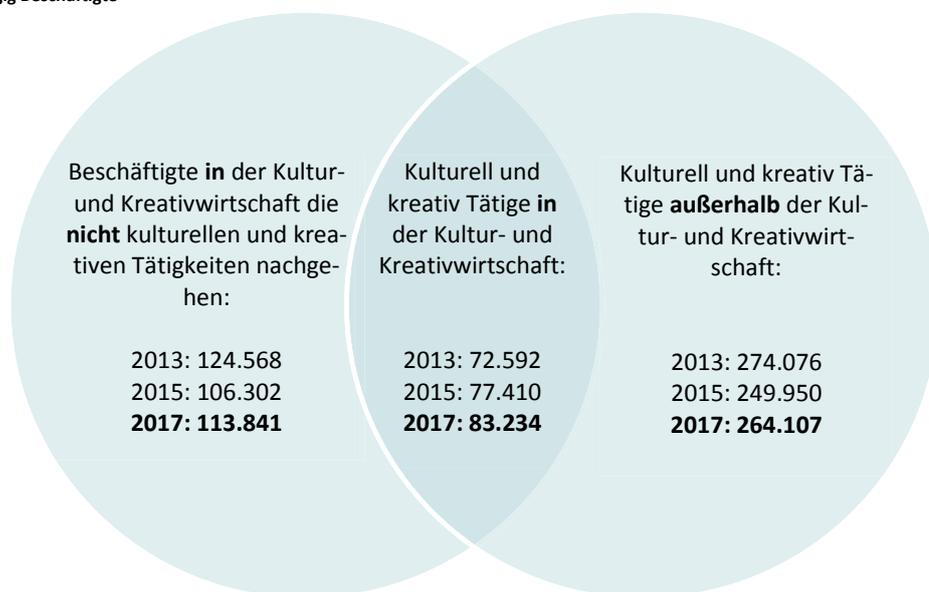
Abbildung 2.26: Entwicklung des Anteils Erwerbstätiger mit kulturellen und kreativen Berufen in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen 2013 und 2017 (in Prozent)



Lesehilfe: Der Anteil der Beschäftigten mit kulturellen und kreativen Berufen unter den sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten hat im Architekturmarkt zwischen 2013 und 2017 um 26,3 Prozent zugenommen.
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft, die nicht kulturellen und kreativen Tätigkeiten nachgehen, ist von rund 125.000 im Jahr 2013 auf etwa 114.000 im Jahr 2017 gesunken (siehe Abbildung 2.27). Die kulturell und kreativ Tätigen außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtend, lässt sich folgende Tendenz feststellen: Sind im Jahr 2013 etwa 274.000 sozialversicherungspflichtige und geringfügig Beschäftigte außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft kulturell und kreativ tätig, beläuft sich dieser Wert im Jahr 2017 auf ungefähr 264.000 Beschäftigte, also eine Abnahme um rund 10.000 Beschäftigte.

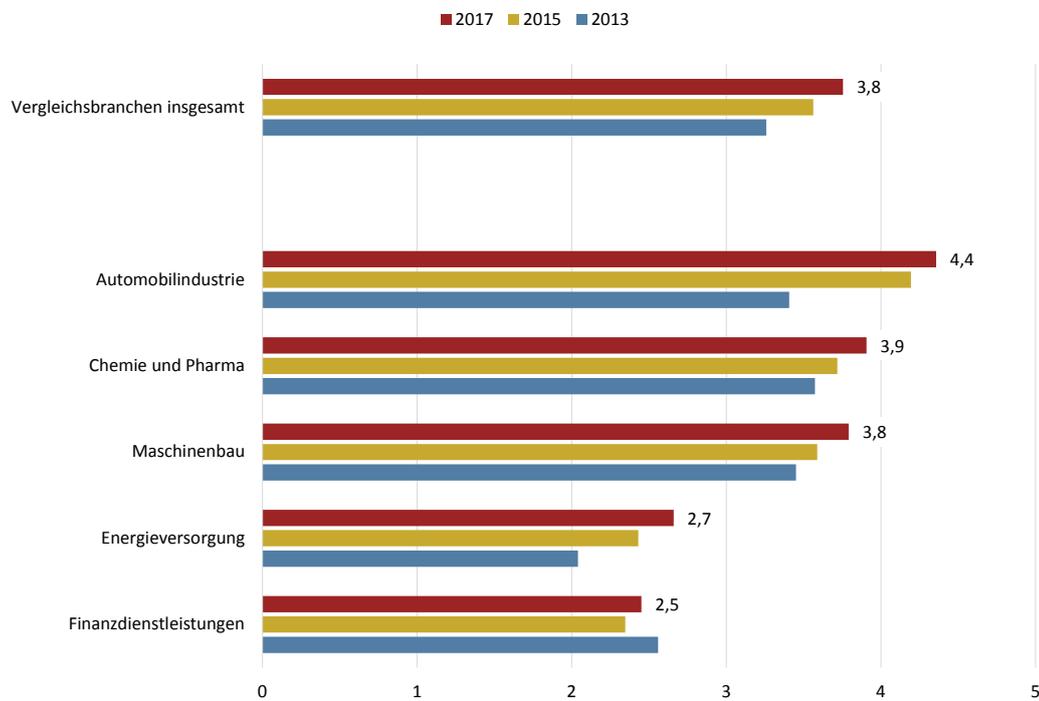
Abbildung 2.27: Die Kultur- und Kreativökonomie in Baden-Württemberg in 2013, 2015 und 2017 – sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Trotz der insgesamt höheren absoluten Anzahl an Beschäftigten mit kulturellen und kreativen Tätigkeit außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft, ist der Anteil dieser Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung in den einzelnen Vergleichsbranchen relativ gering. In der Automobilindustrie lag der Anteil bei gerade mal 4,4 Prozent und im Maschinenbau bei 3,9 Prozent im Jahr 2017 (siehe Abbildung 2.28). Trotzdem verzeichnen fast alle Vergleichsbranchen einen stetigen Anstieg des Anteils kultureller und kreativer Beschäftigten über den Zeitverlauf 2013 bis 2017.

Abbildung 2.28: Anteil kulturell und kreativ Tätiger in ausgewählten Branchen außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft (in Prozent)



Lesehilfe: In der Automobilindustrie übten im Jahr 2017 4,4 Prozent der sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten einen kulturell oder kreativen Beruf aus.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

3 Die baden-württembergische Kultur- und Kreativwirtschaft im Bundesvergleich

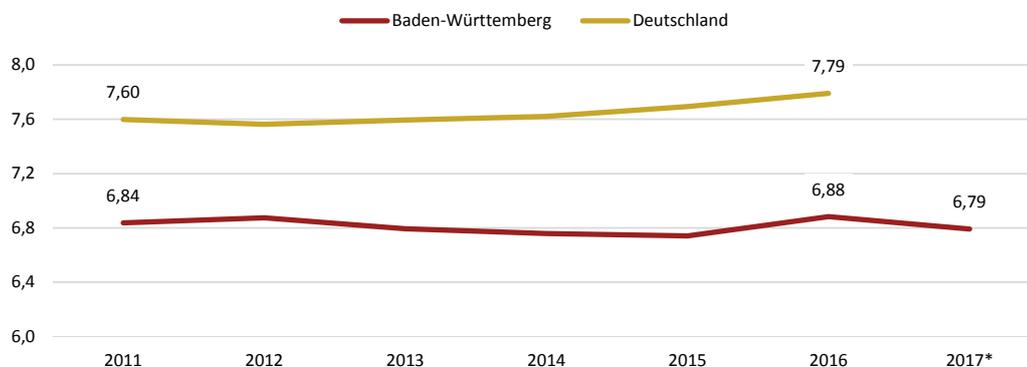
Um die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg in einem größeren Kontext einordnen zu können, werden die wichtigsten Kernindikatoren (Unternehmensanzahl, Umsatz und Anzahl der Kernerwerbstätigen) in diesem Abschnitt im Vergleich zur Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes dargestellt. Dabei lässt sich über den Verlauf der letzten sieben Jahre erkennen, dass sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg relativ ähnlich zum Bundesgebiet entwickelt hat. Auf die spezifischen Unterschiede wird im Folgenden eingegangen.

3.1 Unternehmen

Im Vergleich zum Bund entfällt in Baden-Württemberg ein etwas geringerer Anteil an den Unternehmen in der Gesamtwirtschaft auf die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Anteil der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft lag in 2016 in Baden-Württemberg mit 6,88 Prozent etwa 0,9 Prozentpunkte unterhalb des Anteils auf Bundesebene von 7,79 Prozent (siehe Abbildung 3.1). Während der Unternehmensanteil im Bundesgebiet seit dem Jahr 2011 um 0,19 Prozent gewachsen ist, hat sich der Wert in Baden-Württemberg trotz leichter Schwankungen kaum verändert.

Die Software- und Games-Industrie trägt einen großen Anteil an der Entwicklung der Unternehmenszahl der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Anzahl der Unternehmen in diesem Teilmarkt stieg in Baden-Württemberg von 2011 bis 2016 um durchschnittlich 4,1 Prozent pro Jahr, nur knapp weniger als im Bundesgebiet mit 4,2 Prozent (siehe Abbildung 3.2). Auch die Designwirtschaft wuchs um durchschnittlich 1,9 Prozent in Baden-Württemberg und vergleichbare 2,2 Prozent im Bundesgebiet. Der größte Unterschied zwischen Bund und Baden-Württemberg ist beim Markt für darstellende Künste zu erkennen. Bundesweit stieg die Anzahl dieser Unternehmen um 3,6 Prozent, während sie in Baden-Württemberg lediglich um 1,0 Prozent anstieg. In den übrigen Teilmärkten ist die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate negativ und fällt in Baden-Württemberg schlechter aus als im Bund. Einzige Ausnahme ist der Werbemarkt mit einem jährlichen Rückgang von 2,4 Prozent in Baden-Württemberg und von 2,7 Prozent im Bund.

Abbildung 3.1: Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Anzahl an Unternehmen in Baden-Württemberg und in Deutschland 2011-2016/2017* (in Prozent)

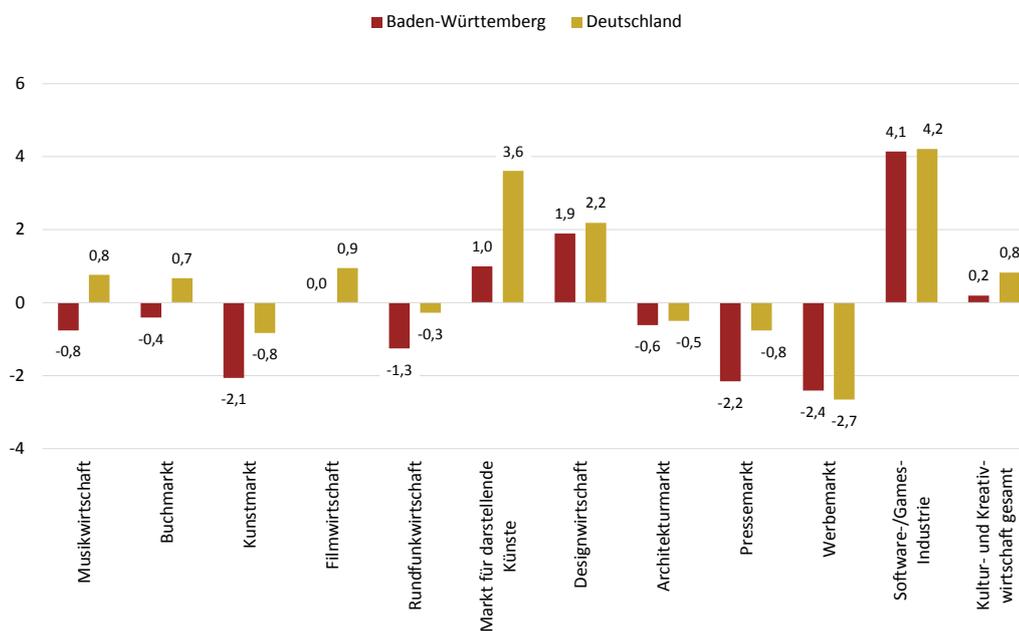


Lesehilfe: In 2016 betrug der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Zahl der Unternehmen in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 6,88 Prozent und im gesamten Bundesgebiet 7,79 Prozent.

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren für Baden-Württemberg auf Schätzungen. Der Wert für das Jahr 2017 für Deutschland wird im Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2018 (erscheint voraussichtlich im Herbst 2018) veröffentlicht.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2018 und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 3.2: Entwicklung der Anzahl an Unternehmen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg und in Deutschland (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2016 in Prozent)



Lesehilfe: Die Anzahl der Unternehmen in der Designwirtschaft hat in der Gesamtwirtschaft im Zeitraum 2011 bis 2016 um durchschnittlich 2,2 Prozent pro Jahr zugelegt, in der baden-württembergischen Designwirtschaft lag der jährliche Anstieg bei 1,9 Prozent.

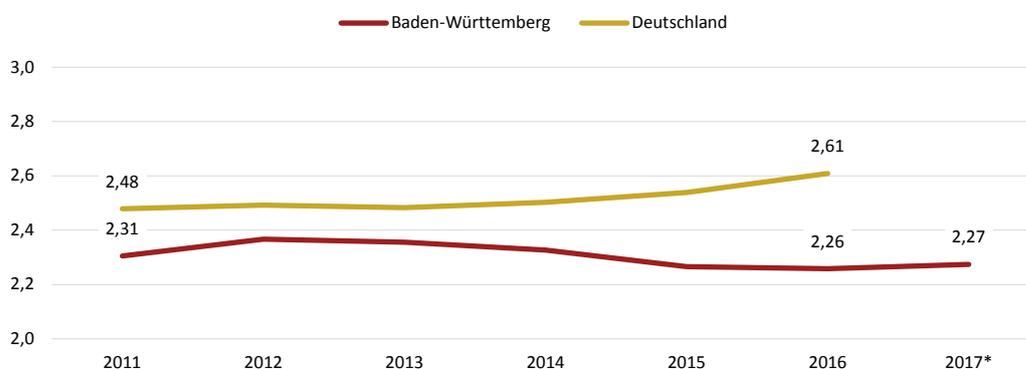
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2018 und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

3.2 Umsätze

Der Anteil am Umsatz der Gesamtwirtschaft, der von der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg erwirtschaftet wird, ist von 2,31 Prozent im Jahr 2011 auf 2,26 Prozent im Jahr 2016 leicht zurückgegangen (siehe Abbildung 3.3). Im Bund ist dieser Anteil hingegen von 2,48 Prozent auf 2,61 Prozent gestiegen. Gleichzeitig ist der absolute Umsatz der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Zeitraum um durchschnittlich jährlich 1,6 Prozent gewachsen (siehe Abbildung 3.4). Auf Bundesebene fällt die entsprechende jährliche Wachstumsrate mit 2,4 Prozent allerdings etwas höher aus.

Auch in den einzelnen Teilmärkten fällt das Umsatzwachstum im Bund überwiegend höher aus als in Baden-Württemberg. Im Architekturmarkt und der Filmwirtschaft ist der Umsatz zwischen den Jahren 2011 und 2016 in Baden-Württemberg allerdings stärker gewachsen als im Bund. Die Umsätze der Software- und Games-Industrie haben sich im gleichen Zeitraum in Baden-Württemberg fast so positiv entwickelt wie auf Bundesebene und sind um jährlich über fünf Prozent gewachsen. Die Umsätze im Buch- und Kunstmarkt sind in Baden-Württemberg um 2,7 Prozent und 3,1 Prozent besonders stark zurückgegangen. Im Bund war das entsprechende Wachstum zwar auch negativ aber mit Werten von 0,3 und 0,8 weniger stark ausgeprägt. In den Teilmärkten Designwirtschaft und Rundfunkwirtschaft sind die Entwicklungen zwischen Bund und Baden-Württemberg entgegengesetzt. Während beide Teilmärkte auf Bundesebene ein Umsatzwachstum erwirtschafteten, schrumpften jeweils die Umsätze in Baden-Württemberg.

Abbildung 3.3: Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Umsatz in Baden-Württemberg und in Deutschland 2011-2016/2017* (in Prozent)

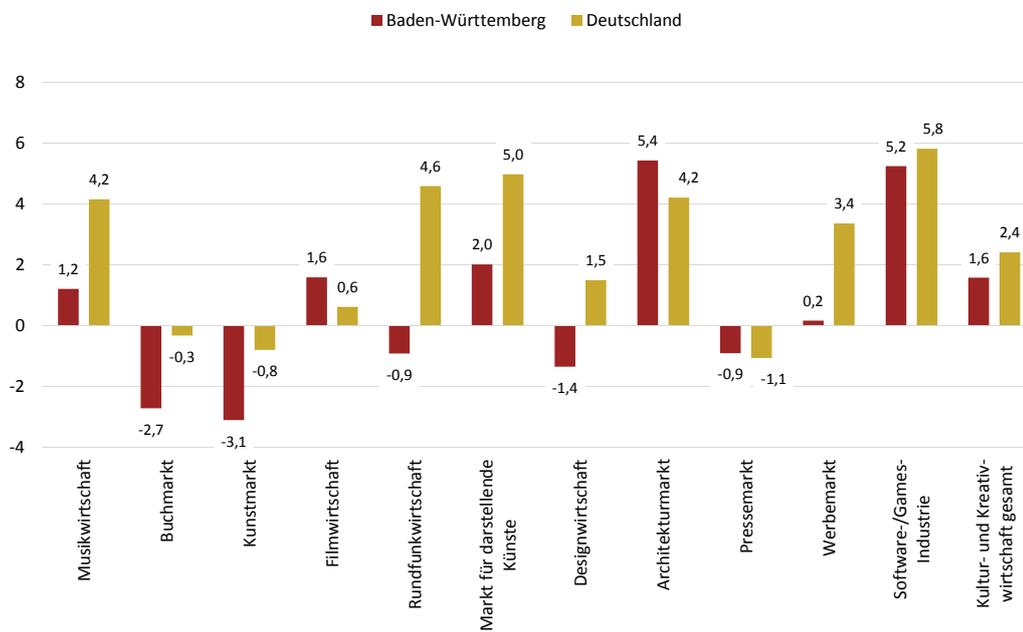


Lesehilfe: In 2016 betrug der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Umsatz in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2,26 Prozent und im gesamten Bundesgebiet 2,61 Prozent.

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren für Baden-Württemberg auf Schätzungen. Der Wert für das Jahr 2017 für Deutschland wird im Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2018 (erscheint voraussichtlich im Herbst 2018) veröffentlicht.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2018 und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 3.4: Entwicklung des Umsatzes in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg und in Deutschland (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2016 in Prozent)



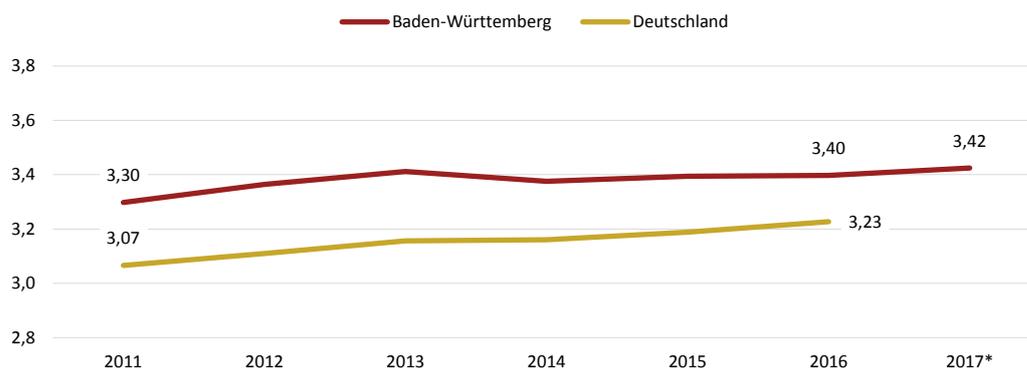
Lesehilfe: Der Umsatz in der Musikwirtschaft hat in der Gesamtwirtschaft im Zeitraum 2011 bis 2016 um durchschnittlich 4,2 Prozent pro Jahr zugelegt, in der baden-württembergischen Musikwirtschaft lag der jährliche Anstieg bei 1,2 Prozent.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis. 2018 und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

3.3 Kernerwerbstätige

Der Anteil der Kernerwerbstätigen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft an allen Kernerwerbstätigen der Gesamtwirtschaft ist in Baden-Württemberg höher als auf Bundesebene. Im Jahr 2016 stammten in Baden-Württemberg 3,40 Prozent der Kernerwerbstätigen der Gesamtwirtschaft aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, während der Anteil im Bund bei 3,23 Prozent lag (siehe Abbildung 3.5). Der Anteil an den Kernerwerbstätigen der Gesamtwirtschaft fällt schon seit dem Jahr 2011 in Baden-Württemberg leicht höher aus als für den Bund. Allerdings beträgt die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate für die Zahl an Kernerwerbstätigen auf Bundesebene 2,8 Prozent, während sich die Kernerwerbstätigenzahl in Baden-Württemberg um durchschnittlich 2,6 Prozent pro Jahr erhöht hat (siehe Abbildung 3.6). Dieser Unterschied lässt sich unter anderem auf ein besonders starkes bundesweites Wachstum von jährlich 7,3 Prozent in der Software- und Games-Industrie zurückführen. In Baden-Württemberg beträgt das entsprechende Wachstum der Anzahl der Kernerwerbstätigen 5,1 Prozent. In keinem anderen Teilmarkt ist der Unterschied zwischen Baden-Württemberg und dem Bund größer. Die unterschiedliche Entwicklung der Rundfunkwirtschaft bezüglich Umsatz und Unternehmensanzahl setzt sich auch bei der Entwicklung der Kernerwerbstätigen fort. Während die Anzahl dieser auf Bundesebene um jährlich 1,3 Prozent wächst, geht sie in Baden-Württemberg um 0,4 Prozent zurück.

Abbildung 3.5: Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an den Kernerwerbstätigen in Baden-Württemberg und in Deutschland 2011-2016/2017* (in Prozent)

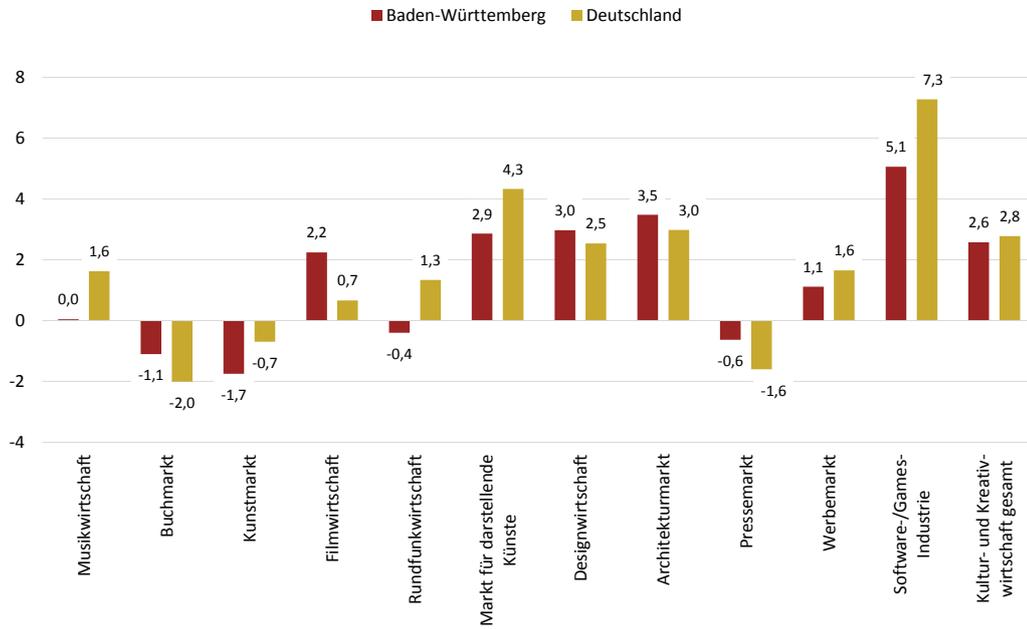


Lesehilfe: In 2016 betrug der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an den Kernerwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 3,40 Prozent und im gesamten Bundesgebiet 3,23 Prozent.

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren für Baden-Württemberg auf Schätzungen. Der Wert für das Jahr 2017 für Deutschland wird im Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2018 (erscheint voraussichtlich im Herbst 2018) veröffentlicht.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2018 und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Abbildung 3.6: Entwicklung der Kernerwerbstätigen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg und in Deutschland (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2011-2016 in Prozent)



Lesehilfe: Die Zahl an Kernerwerbstätigen in der Filmwirtschaft hat in der Gesamtwirtschaft im Zeitraum 2011 bis 2016 um durchschnittlich 0,7 Prozent pro Jahr zugelegt, in der baden-württembergischen Filmwirtschaft lag der jährliche Anstieg bei 2,2 Prozent.
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Destatis, 2018 und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

4 Fazit

Die baden-württembergische Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnet sich durch eine insgesamt positive wirtschaftliche Entwicklung aus. Die Mehrzahl der wirtschaftlichen Indikatoren weist für den Beobachtungszeitraum des vorliegenden Berichts ab 2009 bis 2017 auf steigende Trendentwicklungen hin.

Eine Ausnahme bildet die Anzahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die seit dem Jahr 2009 um lediglich zwei Prozent gestiegen ist. Diesem geringen Wachstum in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft liegt eine stark heterogene Entwicklung in den Teilmärkten zugrunde. So ist die Zahl der Unternehmen in der Software- und Games-Industrie seit 2009 um 44 Prozent gestiegen und war auch in der Designwirtschaft (19 Prozent) und dem Markt für darstellende Künste (5 Prozent) positiv. In allen anderen Teilmärkten hingegen ist die Anzahl an Unternehmen im Jahr 2017 nach vorläufigen Berechnungen geringer als noch im Jahr 2009. In Baden-Württemberg stammten im Jahr 2016 6,88 Prozent der Unternehmen in der Gesamtwirtschaft aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zum Vergleich: Im Bund fiel dieser Anteil mit 7,79 Prozent etwas höher aus.

Der Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft betrug im Jahr 2017 schätzungsweise 24,4 Milliarden Euro und ist im Vergleich zum Vorjahr um etwa 1,5 Prozent gestiegen. Die positive Entwicklung des Umsatzes hält schon seit dem Jahr 2009 kontinuierlich an, was bis zum Jahr 2017 zu einem Anstieg von insgesamt 32 Prozent geführt hat. Die Software- und Games-Industrie leistet einen großen Beitrag zu dieser positiven Entwicklung, denn hier ist der Umsatz seit 2009 um insgesamt 158 Prozent gestiegen. Mit deutlichem Abstand aber dennoch guter Umsatzentwicklung folgen der Architekturmarkt (42 Prozent) und der Markt für darstellende Künste (38 Prozent). Im Buchmarkt ist der Umsatz hingegen stärker eingebrochen als in jedem anderen Teilmarkt (minus 34 Prozent). Im Jahr 2017 ist das Wachstum des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft mit 1,5 Prozent höher ausgefallen als der Umsatzanstieg der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg (0,8 Prozent).¹⁶ In den vier Jahren zuvor waren die Umsätze in der baden-württembergischen Gesamtwirtschaft noch stärker gewachsen als in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Wie der Umsatz hat sich auch die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft positiv entwickelt. Sie wird im Jahr 2016 auf 16,1 Milliarden Euro geschätzt, was einem Anstieg um 7,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Seit dem Jahr 2009 ist sie insgesamt sogar um 57,5 Prozent gewachsen. Gemessen an der Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg erwirtschaftete die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 3,8 Prozent.

Positiv ist ebenfalls die Beschäftigungsentwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu bewerten. Im Jahr 2017 waren schätzungsweise 171.800 Kernerwerbstätige in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv, was einem Anstieg um 3,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und einem Anstieg um 18 Prozent seit dem Jahr 2009 entspricht.¹⁷ Die Zahl der Kernerwerbstätigen ist in den Jahren seit 2011 in der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker gewachsen als in der baden-württembergischen Gesamtwirtschaft. Einzige Ausnahme hierbei stellt das Jahr 2014 dar. Im Vergleich zum Bundesgebiet hat sich die Zahl der Kernerwerbstätigen in Baden-Württemberg ähnlich positiv entwickelt. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate für die Zahl an Kernerwerbstätigen auf Bundesebene beträgt zwischen 2011 und 2016 2,8 Prozent, während sich die Kernerwerbstätigenzahl in Baden-Württemberg um durchschnittlich 2,6 Prozent pro Jahr erhöht hat. Die Gesamtzahl der Kernerwerbstätigen setzte sich im Jahr 2017 aus 142.200 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und 30.600 Selbst-

¹⁶ Bezieht man die gesamte Software- und Games-Industrie nicht in die Berechnung der Umsatzentwicklung mit ein, so verzeichnet die restliche Kultur- und Kreativwirtschaft einen Umsatzrückgang von 2016 auf 2017 um 0,6 Prozent und von 2009 auf 2017 um 0,9 Prozent.

¹⁷ Bezieht man auch hier die gesamte Software- und Games-Industrie nicht in die Berechnung der Entwicklung der Kernerwerbstätigen mit ein, so verzeichnet die restliche Kultur- und Kreativwirtschaft einen Rückgang der Kernerwerbstätigen von 2016 auf 2017 um 0,2 Prozent und einen Anstieg von 2009 auf 2017 um 3,8 Prozent.

ständigen zusammen. Die Gegenüberstellung zu den Vergleichsbranchen Maschinenbau, Automobilindustrie sowie Chemie und Pharma verdeutlicht die herausragende Rolle der Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, denn in keiner der Vergleichsbranchen war deren Anteil an den Kernerwerbstätigen ähnlich hoch.

Im Jahr 2017 wurde der rückläufige Trend bei der geringfügigen Beschäftigung erstmals wieder unterbrochen. Zuvor war die Zahl der geringfügig Beschäftigten seit 2012 kontinuierlich auf zwischenzeitlich 49.800 gesunken. 2017 waren 54.400 geringfügig Beschäftigte in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft tätig, im Vergleich zum Jahr 2009 entspricht dies einem Rückgang von 23 Prozent.

5 Anhang

5.1 Ausführliche Tabellen

Tabelle 5.1: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Anzahl der Unternehmen, 2009 bis 2017*

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
1. Musikwirtschaft	2.088	1.984	1.979	1.936	1.896	1.878	1.875	1.905	1.838
2. Buchmarkt	2.143	2.146	2.129	2.144	2.075	2.045	2.078	2.086	2.035
3. Kunstmarkt	1.760	1.708	1.736	1.678	1.645	1.618	1.537	1.565	1.518
4. Filmwirtschaft	1.493	1.447	1.451	1.433	1.424	1.389	1.419	1.451	1.412
5. Rundfunkwirtschaft	1.624	1.580	1.586	1.553	1.530	1.548	1.517	1.489	1.477
6. Markt für darstellende Künste	1.547	1.508	1.576	1.581	1.554	1.562	1.600	1.656	1.629
7. Designwirtschaft	5.585	5.770	6.032	6.116	6.191	6.255	6.309	6.625	6.663
8. Architekturmarkt	6.163	6.247	6.302	6.266	6.186	6.168	6.108	6.111	6.062
9. Pressemarkt	3.984	3.927	3.867	3.759	3.628	3.571	3.476	3.468	3.321
10. Werbemarkt	4.447	4.311	4.253	4.097	3.925	3.762	3.622	3.765	3.504
11. Software-/Games-Industrie	3.498	3.686	3.984	4.151	4.298	4.446	4.642	4.881	5.031
12. Sonstige	1.021	1.027	1.037	1.017	1.020	998	1.021	1.000	991
Summe mit Doppelzählung	35.353	35.341	35.932	35.731	35.372	35.239	35.204	36.002	35.481
Doppelte Wirtschaftszweige	5.207	5.134	5.205	5.151	5.021	4.975	4.906	4.974	4.861
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	30.147	30.207	30.727	30.580	30.351	30.265	30.298	31.028	30.621
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>433.738</i>	<i>437.831</i>	<i>449.469</i>	<i>444.788</i>	<i>446.713</i>	<i>447.800</i>	<i>449.441</i>	<i>450.781</i>	<i>450.825</i>
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>6,95%</i>	<i>6,90%</i>	<i>6,84%</i>	<i>6,88%</i>	<i>6,79%</i>	<i>6,76%</i>	<i>6,74%</i>	<i>6,88%</i>	<i>6,79%</i>

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.2: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Umsätze (in Millionen Euro), 2009 bis 2017*

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
1. Musikwirtschaft	625	655	696	724	705	730	720	739	753
2. Buchmarkt	3.390	2.841	2.779	2.651	2.537	2.477	2.383	2.422	2.253
3. Kunstmarkt	256	290	300	284	282	254	261	256	244
4. Filmwirtschaft	405	391	400	423	406	416	454	433	440
5. Rundfunkwirtschaft	216	232	223	215	222	215	213	213	210
6. Markt für darstellende Künste	342	341	389	426	427	436	446	429	471
7. Designwirtschaft	2.363	2.620	2.863	2.941	2.785	2.613	2.655	2.674	2.654
8. Architekturmarkt	1.286	1.355	1.377	1.420	1.485	1.612	1.697	1.794	1.823
9. Pressemarkt	4.764	4.973	4.864	4.923	4.845	4.896	4.654	4.647	4.677
10. Werbemarkt	2.594	2.763	2.734	2.603	2.766	2.720	2.669	2.756	2.737
11. Software-/Games-Industrie	3.806	6.793	7.243	7.830	8.101	8.474	9.061	9.354	9.804
12. Sonstige	229	239	261	258	276	239	178	176	202
Summe mit Doppelzählung	20.274	23.492	24.128	24.700	24.836	25.083	25.390	25.893	26.269
Doppelte Wirtschaftszweige	1.716	1.826	1.870	1.844	1.881	1.840	1.816	1.830	1.843
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	18.558	21.666	22.258	22.856	22.955	23.243	23.575	24.063	24.427
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>808.263</i>	<i>880.504</i>	<i>965.463</i>	<i>965.666</i>	<i>974.244</i>	<i>999.034</i>	<i>1.040.609</i>	<i>1.065.649</i>	<i>1.074.245</i>
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>2,30%</i>	<i>2,46%</i>	<i>2,31%</i>	<i>2,37%</i>	<i>2,36%</i>	<i>2,33%</i>	<i>2,27%</i>	<i>2,26%</i>	<i>2,27%</i>

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren auf Schätzungen. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.3: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Kernerwerbstätige, 2009 bis 2017*

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
1. Musikwirtschaft	6.118	6.076	6.138	6.178	6.203	6.121	6.104	6.152	6.110
2. Buchmarkt	13.885	13.154	13.078	12.848	12.658	12.451	12.494	12.375	11.854
3. Kunstmarkt	2.349	2.344	2.372	2.308	2.287	2.237	2.134	2.172	2.136
4. Filmwirtschaft	3.712	3.607	3.701	3.791	3.762	3.823	4.057	4.134	4.205
5. Rundfunkwirtschaft	3.366	3.348	3.334	3.328	3.300	3.326	3.281	3.268	3.210
6. Markt für darstellende Künste	3.270	3.286	3.399	3.461	3.505	3.591	3.737	3.913	3.968
7. Designwirtschaft	17.812	17.437	17.700	17.781	18.479	18.735	19.499	20.491	20.808
8. Architekturmarkt	16.204	16.360	16.774	17.175	17.960	18.682	19.260	19.903	20.662
9. Pressemarkt	22.949	22.263	21.919	21.890	21.769	21.586	21.262	21.241	20.586
10. Werbemarkt	16.392	16.243	16.239	16.113	16.085	16.142	16.235	17.165	17.177
11. Software-/Games-Industrie	50.741	51.580	53.005	59.211	62.750	63.673	66.536	67.832	73.026
12. Sonstige	1.813	1.787	1.822	1.802	1.776	1.748	1.722	1.715	1.698
Summe mit Doppelzählung	158.610	157.484	159.481	165.885	170.534	172.115	176.320	180.361	185.440
Doppelte Wirtschaftszweige	12.633	12.532	12.585	12.565	12.874	12.986	13.071	13.571	13.606
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	145.977	144.952	146.896	153.319	157.660	159.129	163.249	166.790	171.833
Gesamtwirtschaft	4.308.147	4.350.550	4.454.419	4.557.057	4.620.954	4.714.273	4.809.305	4.909.487	5.017.564
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	3,39%	3,33%	3,30%	3,36%	3,41%	3,38%	3,39%	3,40%	3,42%

Anmerkung: *Werte für 2017 basieren teilweise auf Schätzungen. Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.4: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB), 2009 bis 2017

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Musikwirtschaft	4.030	4.092	4.159	4.242	4.307	4.243	4.229	4.247	4.272
2. Buchmarkt	11.742	11.008	10.949	10.704	10.583	10.406	10.416	10.289	9.819
3. Kunstmarkt	588	636	636	630	642	619	597	608	618
4. Filmwirtschaft	2.219	2.160	2.250	2.358	2.338	2.434	2.638	2.683	2.793
5. Rundfunkwirtschaft	1.742	1.768	1.748	1.775	1.770	1.778	1.764	1.779	1.732
6. Markt für darstellende Künste	1.723	1.778	1.823	1.880	1.951	2.029	2.137	2.257	2.339
7. Designwirtschaft	12.227	11.667	11.668	11.666	12.288	12.481	13.190	13.866	14.145
8. Architekturmarkt	10.041	10.113	10.472	10.909	11.774	12.514	13.152	13.792	14.600
9. Pressemarkt	18.965	18.336	18.052	18.131	18.141	18.015	17.786	17.773	17.265
10. Werbemarkt	11.945	11.932	11.986	12.016	12.160	12.380	12.613	13.400	13.673
11. Software-/Games-Industrie	47.243	47.894	49.021	55.060	58.452	59.227	61.894	62.951	67.996
12. Sonstige	792	760	785	785	756	750	701	715	707
Summe mit Doppelzählung	123.257	122.143	123.549	130.154	135.162	136.876	141.116	144.359	149.958
Doppelte Wirtschaftszweige	7.427	7.398	7.380	7.415	7.853	8.012	8.165	8.597	8.746
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	115.830	114.745	116.169	122.739	127.309	128.864	132.951	135.762	141.213
Gesamtwirtschaft	3.874.409	3.912.719	4.004.950	4.112.269	4.174.241	4.266.473	4.359.864	4.458.706	4.566.739
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	2,99%	2,93%	2,90%	2,98%	3,05%	3,02%	3,05%	3,04%	3,09%

Anmerkung: Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.5: Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten: geringfügig Beschäftigte (GB), 2009 bis 2017

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Musikwirtschaft	1.817	1.765	1.924	2.036	2.130	2.103	2.139	2.156	2.274
2. Buchmarkt	3.591	3.426	3.424	3.227	3.074	2.892	2.811	2.735	2.491
3. Kunstmarkt	589	596	583	602	626	549	534	528	511
4. Filmwirtschaft	3.540	3.435	3.347	3.319	3.324	3.266	3.270	3.170	3.197
5. Rundfunkwirtschaft	196	205	201	215	234	228	224	220	231
6. Markt für darstellende Künste	1.714	1.801	1.997	2.214	2.520	2.611	2.736	2.909	3.104
7. Designwirtschaft	12.396	13.254	13.609	13.571	11.865	10.891	10.528	11.224	13.696
8. Architekturmarkt	3.336	3.289	3.346	3.335	3.550	3.608	3.541	3.535	3.566
9. Pressemarkt	29.606	28.984	28.627	28.644	27.980	27.692	11.902	11.023	10.805
10. Werbemarkt	22.240	24.892	24.377	24.577	20.349	18.419	17.756	18.242	23.195
11. Software-/Games-Industrie	3.767	3.742	3.787	4.061	4.175	4.289	4.354	4.732	5.010
12. Sonstige	184	173	193	200	192	209	192	167	171
Summe mit Doppelzählung	82.974	85.561	85.414	86.000	80.020	76.757	59.987	60.640	68.251
Doppelte Wirtschaftszweige	11.369	12.193	12.656	12.713	11.185	10.270	10.021	10.865	13.467
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	71.605	73.369	72.758	73.287	68.835	66.487	49.966	49.775	54.784
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>1.140.381</i>	<i>1.157.010</i>	<i>1.181.868</i>	<i>1.198.268</i>	<i>1.211.409</i>	<i>1.230.931</i>	<i>1.216.005</i>	<i>1.223.207</i>	<i>1.228.432</i>
<i>Anteil KKW an Gesamtwirtschaft</i>	<i>6,28%</i>	<i>6,34%</i>	<i>6,16%</i>	<i>6,12%</i>	<i>5,68%</i>	<i>5,40%</i>	<i>4,11%</i>	<i>4,07%</i>	<i>4,46%</i>

Anmerkung: Rundungsdifferenzen möglich.

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.6: Umsatz pro Kernerwerbstätigem (in Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2017*

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
1. Musikwirtschaft	102.141	107.752	113.366	117.257	113.702	119.313	118.006	120.091	123.328
2. Buchmarkt	244.131	215.969	212.492	206.372	200.400	198.976	190.754	195.682	190.051
3. Kunstmarkt	109.114	123.545	126.416	123.151	123.343	113.602	122.291	117.904	114.403
4. Filmwirtschaft	109.168	108.462	108.044	111.594	107.917	108.774	111.946	104.659	104.553
5. Rundfunkwirtschaft	64.021	69.194	66.993	64.601	67.397	64.513	64.836	65.269	65.368
6. Markt für darstellende Künste	104.469	103.648	114.368	122.971	121.687	121.464	119.276	109.723	118.665
7. Designwirtschaft	132.664	150.245	161.739	165.420	150.712	139.472	136.166	130.505	127.548
8. Architekturmarkt	79.393	82.807	82.108	82.680	82.680	86.311	88.105	90.143	88.238
9. Pressemarkt	207.576	223.390	221.908	224.880	222.549	226.837	218.867	218.798	227.213
10. Werbemarkt	158.223	170.125	168.330	161.563	171.943	168.489	164.387	160.577	159.361
11. Software-/Games-Industrie	75.000	131.696	136.644	132.244	129.099	133.089	136.178	137.896	134.257
12. Sonstige	126.170	133.763	143.163	143.430	155.189	136.572	103.391	102.513	118.827
Kultur- und Kreativwirtschaft	127.129	149.470	151.520	149.073	145.595	146.066	144.409	144.275	142.153
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>187.613</i>	<i>202.389</i>	<i>216.743</i>	<i>211.906</i>	<i>210.832</i>	<i>211.917</i>	<i>216.374</i>	<i>217.059</i>	<i>214.097</i>

Anmerkung: *Berechnung basiert auf geschätzten Umsätzen.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.7: Wertschöpfung pro Kernerwerbstätigem (in Euro) in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2016

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1. Musikwirtschaft	56.485	61.779	68.863	73.450	70.891	73.345	70.165	68.326
2. Buchmarkt	80.737	77.808	85.620	87.976	87.632	87.820	89.131	94.270
3. Kunstmarkt	63.570	70.607	73.199	70.911	71.166	68.220	70.847	67.296
4. Filmwirtschaft	51.294	54.201	59.863	64.735	64.321	64.999	69.643	69.842
5. Rundfunkwirtschaft	42.733	47.810	50.584	48.990	50.222	47.844	47.799	47.334
6. Markt für darstellende Künste	225.638	242.702	265.400	265.838	263.529	247.520	253.507	247.507
7. Designwirtschaft	77.122	79.468	84.457	87.222	82.051	75.055	72.002	73.820
8. Architekturmarkt	72.802	70.970	64.925	62.730	59.095	58.829	55.662	51.273
9. Pressemarkt	73.364	88.030	99.571	108.290	110.882	114.549	118.500	129.952
10. Werbemarkt	98.555	94.076	89.580	88.387	97.699	91.774	88.373	83.038
11. Software-/Games-Industrie	53.966	88.939	97.087	95.197	101.562	96.312	98.336	106.693
12. Sonstige	80.477	79.299	83.741	84.767	91.097	82.661	65.088	77.748
Kultur- und Kreativwirtschaft	70.161	84.812	90.664	91.743	94.455	91.387	92.042	96.702
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>74.030</i>	<i>79.615</i>	<i>81.862</i>	<i>81.576</i>	<i>82.601</i>	<i>84.085</i>	<i>86.947</i>	<i>87.381</i>

Anmerkung: *Werte der dieser Tabelle zugrundeliegenden Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung wurden für das Jahr 2016 teilweise geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018a; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2018b; Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.8: Frauenanteil bei sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2017 (in Prozent)

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Musikwirtschaft	40,7	41,0	41,2	40,8	41,5	41,6	41,6	41,8	42,2
2. Buchmarkt	63,7	64,2	65,1	65,2	66,1	65,8	65,9	66,7	66,3
3. Kunstmarkt	59,9	61,2	59,2	61,4	60,3	59,8	61,4	60,0	60,2
4. Filmwirtschaft	45,3	44,4	43,6	43,5	43,5	44,1	43,7	41,4	41,5
5. Rundfunkwirtschaft	47,0	47,2	47,0	47,2	48,2	48,0	48,8	48,8	48,7
6. Markt für darstellende Künste	50,2	50,5	49,9	49,6	49,7	49,9	49,5	49,0	48,8
7. Designwirtschaft	57,9	57,7	58,1	58,7	59,5	59,4	58,0	56,9	56,8
8. Architekturmarkt	55,7	56,0	55,9	56,8	57,0	57,3	57,3	57,6	57,8
9. Pressemarkt	62,2	63,1	63,3	63,8	63,3	63,7	63,6	63,4	63,1
10. Werbemarkt	57,1	56,5	56,6	56,7	57,0	56,9	56,5	56,0	55,5
11. Software-/Games-Industrie	27,0	27,1	27,2	27,6	27,4	27,5	27,6	27,9	28,1
12. Sonstige	56,0	58,4	58,8	58,1	58,1	58,2	58,6	58,9	58,2
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	45,3	45,2	45,2	44,7	44,4	44,5	44,2	44,2	43,6
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>44,4</i>	<i>44,6</i>	<i>44,6</i>	<i>44,8</i>	<i>45,0</i>	<i>45,0</i>	<i>45,2</i>	<i>45,2</i>	<i>45,1</i>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

Tabelle 5.9: Frauenanteil bei geringfügig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten, 2009 bis 2017 (in Prozent)

Teilmarkt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Musikwirtschaft	55,4	52,5	52,0	50,7	46,6	46,2	44,4	44,9	44,9
2. Buchmarkt	73,9	75,6	73,8	73,2	73,6	73,3	73,1	72,0	71,1
3. Kunstmarkt	69,8	69,9	67,3	66,6	64,7	71,6	71,5	71,5	73,2
4. Filmwirtschaft	56,9	56,1	56,9	56,9	55,6	55,9	55,0	56,0	55,6
5. Rundfunkwirtschaft	76,5	73,5	74,8	76,1	72,7	68,8	68,8	68,8	68,9
6. Markt für darstellende Künste	56,8	54,9	55,3	54,5	52,7	51,8	51,7	52,3	53,6
7. Designwirtschaft	55,5	54,7	53,8	53,6	54,5	55,2	54,8	53,9	51,5
8. Architekturmarkt	76,1	77,0	76,8	75,6	74,3	73,9	74,1	73,6	72,8
9. Pressemarkt	53,7	54,5	53,8	53,4	53,2	53,9	59,1	59,9	59,4
10. Werbemarkt	52,4	51,2	50,5	50,2	50,6	50,8	50,6	50,3	48,4
11. Software-/Games-Industrie	61,2	61,4	60,2	59,2	58,4	57,1	56,8	56,8	55,9
12. Sonstige	66,6	62,0	63,7	65,2	63,4	64,1	66,8	64,1	65,2
Kultur- und Kreativwirtschaft (ohne Doppelzählung)	56,7	56,5	55,9	55,4	55,5	56,0	57,7	57,5	55,7
<i>Gesamtwirtschaft</i>	<i>63,1</i>	<i>62,7</i>	<i>62,1</i>	<i>61,7</i>	<i>61,3</i>	<i>60,8</i>	<i>60,7</i>	<i>60,2</i>	<i>59,7</i>

Quelle: Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit, 2018; eigene Berechnungen ZEW.

5.2 Methodische Hinweise

5.2.1 Statistische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

Nach Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz umfasst der Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft elf Teilmärkte.

I. Kulturwirtschaft

1. Musikwirtschaft
2. Buchmarkt
3. Kunstmarkt
4. Filmwirtschaft
5. Rundfunkwirtschaft
6. Markt für darstellende Künste
7. Designwirtschaft
8. Architekturmarkt
9. Pressemarkt

II. Kreativbranchen

10. Werbemarkt
11. Software- und Games-Industrie

Der zwölfte Teilmarkt „Sonstige“ enthält jene Wirtschaftszweige, die bezüglich der Teilgruppengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft keinem Teilmarkt zugeordnet werden können.

Die Software- und Games-Industrie bildet den elften Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft gemäß der in diesem Bericht verwendeten Definition der Wirtschaftsministerkonferenz (2009) ab. Eine Aufteilung oder alleinige Berücksichtigung der Games-Branche (bzw. eine nicht Berücksichtigung der Software-Industrie) ist aufgrund der nicht weiter differenzierten Wirtschaftszweigklassifikation, und damit der in diesem Bericht verwendeten Daten, leider nicht möglich. Für weitergehende methodische Hinweise siehe Wirtschaftsministerkonferenz (2009) und Söndermann (2012).

Tabelle 5.10: Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten

Teilmarkt/WZ 2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert Unternehmen und Umsatz	Anteilswert Beschäftigte
1. Musikwirtschaft			
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	100	100
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.	100	100
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	100	100
59.20.1	Tonstudios etc.	100	100
59.20.2	Tonträgerverlage	100	100
59.20.3	Musikverlage	100	100
90.01.2	Musik-/Tanzensembles	100	100
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	100	100
90.03.1	Selbständige Musiker/-innen etc.	100	100
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter *	100	100
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	100	10
2. Buchmarkt			
18.14	Buchbinderei etc.	100	100
47.61.	Einzelhandel mit Büchern	100	100
47.79.2	Antiquariate	100	100
58.11	Buchverlage	100	100
74.30.1	Selbständige Übersetzer/-innen	100	100
90.03.2	Selbständige Schriftsteller/-innen	100	100
3. Kunstmarkt			
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc.	20	20
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten	100	100
90.03.3	Selbständige bildende Künstler/-innen	100	100
91.02	Museumsshops etc.	100	8
4. Filmwirtschaft			
47.63	Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.*	100	100
59.11	Film-/TV-Produktion	100	100
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	100	100
59.13	Filmverleih und -vertrieb	100	100
59.14	Kinos	100	100
77.22	Videotheken	100	100
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	100	100
5. Rundfunkwirtschaft			
60.10	Hörfunkveranstalter	100	40
60.20	Fernsehveranstalter	100	40
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen*	100	100
6. Markt für darstellende Künste			
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen	100	100
90.01.1	Theaterensembles	100	10
90.01.3	Selbständige Artisten/-innen, Zirkusbetriebe	100	100
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/-innen*	100	100
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	100	100
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	100	100
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	100	10
90.04.3	Varietés und Kleinkunstabühnen	100	100

Fortsetzung auf nächster Seite.

Tabelle 5.10: Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten (Fortsetzung)

Teilmarkt/WZ 2008	Wirtschaftszweig	Anteilswert Unternehmen und Umsatz ¹	Anteilswert Beschäftigte ²
7. Designwirtschaft			
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren	100	100
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	100	100
73.11	Werbegestaltung*	50	50
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	100	100
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	100	100
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	100	100
74.20.1	Selbständige Fotografen/-innen	100	100
8. Architekturmarkt			
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	100	100
71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	100	100
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	100	100
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	100	100
90.03.4	Selbständige Restauratoren/-innen	100	100
9. Pressemarkt			
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	100	100
58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	100	100
58.13	Verlegen von Zeitungen	100	100
58.14	Verlegen von Zeitschriften	100	100
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	100	100
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	100	100
90.03.5	Selbständige Journalisten/-innen und Pressefotografen/-innen*	100	100
10. Werbemarkt			
73.11	Werbeagenturen/Werbegestaltung*	100	100
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	100	100
11. Software- und Games-Industrie			
58.21	Verlegen von Computerspielen	100	100
58.29	Verlegen von sonstiger Software	100	100
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	100	100
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	100	100
63.12	Webportale	100	100
12. Sonstige			
32.11	Herstellung von Münzen	100	100
32.13	Herstellung Fantasieschmuck	100	100
74.20.2	Fotolabors	100	100
74.30.2	Selbständige Dolmetscher/-innen	100	100
91.01	Bibliotheken und Archive	100	8
91.03	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen	100	8
91.04	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	100	8

Anmerkung: *Wirtschaftszweige sind mehreren Teilmärkten zugeordnet. Anteilswerte mit angegebenem Prozentwert dem Wirtschaftszweig zugeordnet. ¹Anteilswert Unternehmen und Umsatz betreffen Werte aus der Umsatzsteuerstatistik. ²Anteilswerte Beschäftigte betreffen Werte aus der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit. Für weitergehende methodische Hinweise siehe Wirtschaftsministerkonferenz, 2009 und Söndermann, 2012.

Quelle: Wirtschaftszweigklassifikation WZ 2008, Destatis; Söndermann, 2012.

5.2.2 Bezugsgrößen und statistische Quellen¹⁸

5.2.2.1 Anzahl Unternehmen

Als Quelle für die Anzahl der Unternehmen steht die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zur Verfügung, die seit dem Jahr 2009 in der neuen Wirtschaftszweigabgrenzung WZ 2008 vorliegt. Der Begriff des Unternehmens wird in der Umsatzsteuerstatistik als eine rechtlich selbständige Einheit mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz definiert. Dazu zählen alle Unternehmensformen einschließlich der Freiberufler mit eigenem Büro, alle Selbständigen mit und ohne abhängig Beschäftigten und alle Unternehmen mit Gewerbebetrieben. Der Begriff des Unternehmens reicht also über den umgangssprachlichen Kontext hinaus und umfasst auch alle Einzelunternehmen, Ein-Personen-Unternehmen, vom kleinsten über die klein- und mittelständischen bis zu den großen Unternehmen. Das Verständnis für diese Bandbreite der verschiedenen Unternehmenstypen ist gerade für die Kultur- und Kreativwirtschaft von besonderer Bedeutung, da hier ein nicht unerheblicher Teil der wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Aktivitäten gerade auf die kleinen und kleinsten Unternehmenstypen entfällt.

5.2.2.2 Umsatz

Der Umsatz wird ebenfalls anhand der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg bestimmt. Der Begriff des Umsatzes schließt in der Umsatzsteuerstatistik denjenigen Teil des Umsatzes ein, der die steuerbaren Lieferungen und Leistungen eines Unternehmens enthält und zwar für alle Unternehmen und Selbständige mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz.

5.2.2.3 Bruttowertschöpfung

Daten zur Bruttowertschöpfung werden in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg ausgewiesen. Die Bruttowertschöpfung steht allerdings nur auf aggregierter Ebene zur Verfügung und eignet sich deshalb nicht direkt für die Teilmarkt- und Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die hier angewandte Methode zur Berechnung der Bruttowertschöpfung basiert auf den Werten der Bruttowertschöpfung aus der VGR. Hinzu kommt eine Gewichtung auf Basis der Umsatzverteilung aus der Umsatzsteuerstatistik. Damit werden den einzelnen Wirtschaftszweigen der Kultur- und Kreativwirtschaft individuelle Wertschöpfungswerte zuzuweisen. In einem weiteren Schritt wird dann auf Ebene der Teilmärkte aggregiert. Damit sind auch Aussagen zur Wertschöpfung in den einzelnen Teilmärkten möglich und zudem sind die Zahlen der Bruttowertschöpfung vergleichbar mit den übrigen Indikatoren (wie Anzahl der Unternehmen, Umsatz und Kern-erwerbstätige) der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Bei den Vergleichsbranchen, wie beispielsweise dem Maschinenbau, werden die Daten ebenfalls aus der VGR entnommen. Eine Gewichtung auf Basis der Umsatzsteuerstatistik ist hier nicht notwendig, da es sich hier um homogene Branchen handelt, deren Bruttowertschöpfungswerte direkt in der VGR zur Verfügung gestellt werden.

5.2.2.4 Erwerbstätigkeit

Diese Bezugsgröße gibt an, wie groß der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Beschäftigungsmarkt unter besonderer Berücksichtigung eines hohen Anteils von Selbständigen oder Ein-Personen-Unternehmen ist.

¹⁸ Dieser Abschnitt basiert teilweise auf: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2012), Monitoringbericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011, Langfassung, Berlin.

Der Begriff der Kernerwerbstätigen umfasst zum einen die Selbständigen und zum anderen die sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten (siehe unten). Die Selbständigen werden auf Basis der Umsatzsteuerstatistik ermittelt und weisen einen Umsatz von mindestens 17.500 Euro auf.

Die Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit deckt ebenfalls den gesamten volkswirtschaftlichen Bereich entsprechend der Wirtschaftszweigklassifikation ab und liefert Daten bis zu den Wirtschaftsunterklassen (Fünfsteller). Anhand der Beschäftigungsstatistik können Aussagen bezüglich der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten (SvB) und den geringfügig Beschäftigten (GB) getroffen werden.

Die Mini-Selbständigen wurden auf Basis der Umsatzsteuerstatistik (Veranlagung) berechnet. Da diese Statistik nur mit einer erheblichen Verzögerung publiziert wird, wurden die Werte für die vergangenen Jahre geschätzt.

5.2.3 Literaturverzeichnis

- Bertschek, Irene, Jörg Ohnemus, Daniel Erdsiek, Simone Kimpeler, Christian Rammer und Marcus Klein** (2018), Monitoringbericht der Kultur- und Kreativwirtschaft 2017, Langfassung, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Berlin.
- Bertschek, Irene, Jörg Ohnemus, Daniel Erdsiek, Simone Kimpeler, Christian Rammer und Erduana Shala** (2017), Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2016, Langfassung, Mannheim.
- Bundesagentur für Arbeit** (2018), Beschäftigungsstatistik, verschiedene Jahrgänge, Nürnberg.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie** (2009), Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht, Köln, Bremen, Berlin.
- Destatis/Statistisches Bundesamt** (2018), Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahrgänge, Wiesbaden.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg** (2018a), Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahrgänge, Stuttgart.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg** (2018b), Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Stuttgart.
- Söndermann, Michael** (2012), Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland – Kurzanleitung zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft, ARKStat e. V. Arbeitskreis Kulturstatistik, Köln.
- Wirtschaftsministerkonferenz** (2009), Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten, Köln.
- Wirtschaftszweigklassifikation** (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.

Designwirtschaft Baden-Württemberg 2018.

Direkte und indirekte Effekte der Designwirtschaft für die Gesamtwirtschaft

Auftraggeber

Referat 36 – IKT und Kreativwirtschaft

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg

Auftragnehmer

Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Joachim Kobuss, DesignersBusiness®, Berlin

Entwurf Stand: **10.08.2018**

Inhalt

1	Einleitung.....	6
2	Methodik	10
2.1	Forschungsfragen	10
2.2	Methodik I (Teilmarktanalyse).....	11
2.3	Methodik II (Berufsanalyse).....	17
3	Direkte wirtschaftliche Effekte der Designwirtschaft und ihrer komplementären Branchen in Baden-Württemberg (Teilmarktperspektive)	23
3.1	Direkte wirtschaftliche Effekte der Designwirtschaft	24
3.2	Direkte wirtschaftliche Effekte des Architekturmarkts	30
3.3	Direkte wirtschaftliche Effekte des Werbemarkts.....	35
3.4	Direkte wirtschaftliche Effekte des Kunsthandwerks	39
3.5	Direkte wirtschaftliche Effekte in ausgewählten Regionen Baden-Württembergs....	44
3.6	Die direkten Effekte der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte im Gesamtüberblick.....	48
4	Indirekte wirtschaftliche Effekte durch Designberufe in Baden-Württemberg (Berufsperspektive)	51
4.1	Das Erwerbstätigenpotenzial des Designs	51
4.2	Die wirtschaftlichen Effekte des Designs.....	55
5	Fazit	60
5.1	Schlussfolgerungen aus den empirischen Befunden zu den direkten und indirekten wirtschaftlichen Effekten des Designs	60
5.1.1	Direkte wirtschaftliche Effekte der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte.....	60
5.1.2	Indirekte wirtschaftliche Effekte durch Designberufe für die Gesamtwirtschaft	63
5.2	Handlungsempfehlungen für die Zukunft der Designwirtschaft und Designberufe in Baden-Württemberg	68
5.2.1	Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Designwirtschaft	70
5.2.2	Verzahnung der Designwirtschaft mit Wirtschaft und Gesellschaft.....	72

5.2.3	Ergänzung der technischen Innovationen durch designbasierte Innovationen.....	73
5.2.4	Weiterführung und Vermittlung der Methodik.....	75
6	Anhang	77
6.1	Glossar	77
6.2	Liste der Designberufe nach verschiedenen Sortierungsarten.....	78
6.3	Quellen und weiterführende Literatur	86

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1	Die Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz	12
Abb. 2.2	Erweiterte Erfassung der Kultur-/Kreativwirtschaft.....	13
Abb. 2.3	Die Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte	14
Abb. 2.4	Statistische Übersicht der Designwirtschaft und ihrer design-relevanten komplementären Teilmärkte mit Wirtschaftszweigen	15
Abb. 2.5	Statistische Übersicht des Kunsthandwerks mit Wirtschaftszweigen.....	15
Abb. 2.6	Berufsbezeichnungen (ca. 90).....	18
Abb. 2.7	Systematische Liste Designberufe, ca. 90 Berufsbezeichnungen.....	19
Abb. 2.8	Die acht Designberufedomains	20
Abb. 2.9	Statistische Zuordnung der Designberufe zu den acht Designberufedomains	21
Abb. 3.1	Die Struktur der Designwirtschaft im engeren Sinne in Baden-Württemberg.....	24
Abb. 3.2	Entwicklung der Designwirtschaft i.e.S. in Baden-Württemberg.....	26
Abb. 3.3	Minibereich der Designwirtschaft in Baden-Württemberg.....	28
Abb. 3.4	Designwirtschaft - Baden-Württemberg und Bundesgebiet im Entwicklungsvergleich	29
Abb. 3.5	Die Struktur des Architekturmarktes in Baden-Württemberg	31
Abb. 3.6	Entwicklung des Architekturmarktes in Baden-Württemberg	32

Abb. 3.7 Minibereich des Architekturmarktes in Baden-Württemberg	32
Abb. 3.8 Architekturmarkt - Baden-Württemberg und Bundesgebiet im Entwicklungsvergleich	34
Abb. 3.9 Die Struktur des Werbemarktes in Baden-Württemberg	35
Abb. 3.10 Entwicklung des Werbemarktes in Baden-Württemberg	36
Abb. 3.11 Minibereich des Werbemarktes in Baden-Württemberg	37
Abb. 3.12 Werbemarkt - Baden-Württemberg und Bundesgebiet im Entwicklungsvergleich	38
Abb. 3.13 Die Struktur des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg.....	40
Abb. 3.14 Entwicklung des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg.....	41
Abb. 3.15 Minibereich des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg.....	42
Abb. 3.16 Regionale Profile der Designwirtschaft in Baden-Württemberg.....	44
Abb. 3.17 Designwirtschaft – Entwicklung der drei regionalen Cluster	45
Abb. 3.18 Architekturmarkt – Entwicklung der drei regionalen Cluster.....	46
Abb. 3.19 Werbemarkt – Entwicklung der drei regionalen Cluster	47
Abb. 3.20 Gesamtüberblick zur Designwirtschaft und ihren komplementären Teilmärkten 2016.....	49
Abb. 4.1 Anzahl der Designberufe in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2016/2017 – Selbständige und abhängig Beschäftigte –.....	51
Abb. 4.2 Globaldaten zu den beschäftigungsbezogenen Effekten des Designs in Baden-Württemberg 2016/2017	52
Abb. 4.3 Die Top 10 Branchen mit den größten Beschäftigungspotenzialen an Designern 2016/2017	54
Abb. 4.4 Das Wertschöpfungspotenzial durch abhängig beschäftigte Designer in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2016/2017	55
Abb. 4.5 Die Top 10 Branchen mit den größten Bruttowertschöpfungsbeiträgen durch Designer 2016/2017	56
Abb. 4.6 Die Top 10 Branchen mit der größten Produktivität durch Designer 2016/2017	56
Abb. 4.7 Die Top 10 Branchen mit den größten Umsätzen durch Designer 2016/2017	57

Abb. 4.8 Das Umsatzpotenzial durch abhängig beschäftigte Designer in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2016/2017	57
Abb. 4.9 Die acht Designberufedomains	58
Abb. 4.10 Das Potenzial der Designberufe in berufsfachlicher Perspektive.....	59
Abb. 5.1 Die Entwicklung der Designwirtschaft und ihrer komplementären Märkte im Vergleich zur Gesamtentwicklung in Baden-Württemberg, 2009-2016	61
Abb. 6.1 Designberufe - Systematische Liste Designberufe, ca. 90 Berufsbezeichnungen nach der Klassifikation der Berufe (KldB 2010), Bundesagentur für Arbeit, Stand 15.5.2018.....	78
Abb. 6.2 Designberufe – Stichwortliste, rund 300 Berufsbenennungen, S tand: 15.05.2018	79
Abb. 6.3 Statistische Abgrenzung der Designberufedomains nach der Klassifikation der Berufe (KldB2010), Stand: 15.5.2018	83
Abb. 6.4 Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte zusammen 2016.....	85

1 Einleitung

Design begegnet uns im Alltag ständig, denn Design ist die wesentliche Grundlage aller gestalteten Infrastruktur. Ob wir uns im öffentlichen Raum bewegen, auf Straßen, in der U-Bahn oder in Gebäuden, überall treffen wir auf Design. Aber auch Konsumprodukte werden durch Design gestaltet, ebenso finden wir Design bei Investitionsgütern und Kommunikationsmedien. Die Liste ließe sich enorm erweitern, beispielsweise um Dienstleistungen, um Geschäftsmodelle und um kreative Innovationen. Design betrifft alle Bereiche unseres kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Lebens – und hat damit eine besondere Querschnittsfunktion für unsere Gesellschaft. Es schafft durch seine entwerfende und gestaltende Arbeit im Ergebnis Produkte und Medien, auch Artefakte genannt. Die wesentlichen Voraussetzungen für diese sichtbare Gestaltung sind gedankliche Gestaltungen, die auch als Mentefakte bezeichnet werden und soziale Gestaltungen, die wir auch Soziofakte nennen.

Design ist in einer modernen Industriegesellschaft und Dienstleistungswirtschaft ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Design brauchen wir, weil es wirtschaftliche Innovationen stimuliert und damit einen Beitrag zum ökonomischen Wachstum leistet. Design brauchen wir aber auch, weil es soziale Innovationen entwickelt und so dazu beiträgt, soziale Chancen und gemeinsame Prosperität für alle gesellschaftlichen Schichten zu eröffnen.

Strategische Bedeutung

Die strategische Bedeutung von Designleistungen nimmt seit Jahren deutlich zu, dies ist ablesbar an verschiedenen Entwicklungen. Allgemein anerkannt ist die Tatsache, dass Design für Produkte, Kommunikationsmedien und Dienstleistungen einen hohen Wettbewerbsvorteil generiert, Design hat die Vermehrung von Investitionsgütern und Konsumgütern maßgeblich mitbeeinflusst. Design gewinnt somit an Aufmerksamkeit und das Interesse an der Arbeit von Designern nimmt stark zu. Die Relevanz von Designleistungen für Innovationen von Produkten, für Medien, für Services und für Prozesse

trägt dazu bei, Designer frühzeitiger als bisher in Entwicklungen einzubeziehen. Dies zeigt sich auch in der zunehmenden Übernahme von Designagenturen und -büros durch Unternehmen und Beratungsgesellschaften.

Im Mittelpunkt dieser Entwicklung steht die Wertschöpfung, in der sich Designer mit ihren Dienstleistungen von Beginn an kompetent und optimierend positionieren können.

Insbesondere Designberufe mit beratender und planender Kompetenz, spielen eine zentrale Rolle in der Positionierung innerhalb der Wertschöpfungskette.

Soziale Bedeutung

Design trägt dazu bei, unsere sozialen Beziehungen und die damit verbundene Kommunikation sichtbar zu machen. Design bietet somit Orientierung in der Komplexität des sozialen Miteinanders. Es hilft, Sprachbarrieren zu überwinden, denken wir beispielsweise nur an die zahlreichen Piktogramme und andere gut verständlich gestaltete Hinweise im öffentlichen Raum, im Sport und im Verkehr. Aber auch in der direkten Gestaltung von verbesserter Lebensqualität hat Design eine tragende Rolle, so z. B. in der Medizintechnik, in der Reha-technik, oder auch in zahlreichen Produkten des Alltags, wie etwa bei leicht zu bedienenden Elektrogeräten, ergonomisch designedem Sitzmobiliar, oder gut gestalteten Koffern.

Eine ganz besondere Bedeutung kommt dem Design in Zeiten wachsender Nutzung von Social Media zu. Design kann hier beispielsweise Orientierungshilfen bieten, indem es Hintergründe und Zusammenhänge transparenter macht und damit zum Bewusstsein über Chancen und Risiken beiträgt.

Ökonomische Bedeutung

Die ökonomische Bedeutung von Design ist unbestritten und gesellschaftlich anerkannt. Ausgehend von den derzeitigen ökonomischen und politischen Rahmenbedingungen, kann die ökonomische Bedeutung als sehr hoch und weiter stark wachsend prognostiziert werden. Auch die sich erweiternden kreativen und ausführenden Kompetenzen der Designberufe tragen zur zunehmenden Bedeutung wesentlich bei.

Die makroökonomische Bedeutung ist in den unterschiedlichen Fach- und Komplementär-Kompetenzen der Designberufe begründet – in Folge von Veränderungen der Berufsbilder, durch technologische Innovationen. So spielt die Digitalisierung im Design bereits seit den 1980er Jahren eine maßgebliche Rolle. Hier wurde zunehmend Profit im technisch-gestalterischen Bereich generiert (Desktop-Publishing / CAD / 3D-Druck etc.). Dies führte u.a. zur Schaffung neuer Arbeitsplätze und zu steigenden Umsätzen.

Die mikroökonomische Entwicklung innerhalb der Designbranche verläuft teilweise gegensätzlich, beispielsweise wachsen die Honorarumsätze der größeren Designbüros schneller als die der Soloselbständigen.

Kulturelle Bedeutung

Design als sichtbarer Ausdruck unserer Kultur ist ein Indikator für die Identifikation mit unseren Überzeugungen und Werten. Insofern trägt Design wesentlich zur Entwicklung unserer Kultur bei. Außerdem beeinflusst Design die Wirkung unserer Kultur auf andere Kulturen und kann zur besseren gegenseitigen Verständigung beitragen.

Herkunft

Im Zuge der Industrialisierung hat sich während des 19. und 20. Jahrhunderts der Beruf des Designers aus einer handwerklich-künstlerischen Profession entwickelt. Bevor sich die Bezeichnung Designer durchsetzte, waren es Architekten, Künstler und Handwerker, die historisch als Gestalter von Industrieprodukten und frühen Medien, wie Bücher, Plakate, Schilder und Zeitungen tätig waren.

Die Ausbildung von Designern basiert ursprünglich auf einer handwerklichen Grundlage und erreichte erst ab dem 20. Jahrhundert die akademische Ebene. Maßgeblich beteiligt waren hier das Bauhaus (1919-1933) und die Hochschule für Gestaltung HfG Ulm (1953-1968).

Künstler und Dienstleister

Aus dem Diskurs über den Status als Künstler und Dienstleister haben sich zwei unterschiedliche Positionen entwickelt: die des Designers als zweckfreiem Künstler und die

des Designers als zweckgebundenem Dienstleister. Daraus resultiert eine häufig unscharfe Abgrenzung der Disziplinen und des Status. Diese Unschärfe wird verstärkt durch die uneindeutige Verwendung der Begriffe »Entwurf« und »Gestaltung«. Im Englischen ist Design dem prozessorientierten »Entwurf« zugeordnet, im Deutschen hingegen der konkreten »Gestaltung«. Diese Reduzierung auf das Sichtbare und das Greifbare, macht es für Außenstehende schwer, die der Gestaltung vorausgehenden Entwurfsprozesse zu erkennen. Daher wird die Bedeutung der gedanklichen Gestaltung, also der Mentefakte und der sozialen Gestaltung, der Soziefakte, als Voraussetzung für die Gestaltung von Produkten/Medien, eben der Artefakte, kaum offensichtlich.

Handwerker und Akademiker

Die Berufsbezeichnungen aus den Bereichen der Architektur, des Industrie-/Produktdesigns und der Kommunikation haben in ihren ausführenden Werkleistungen eine handwerkliche Grundlage. Die Akademisierung der ursprünglich handwerklichen Designberufe hat sich in den jeweiligen Bereichen, entsprechend der zunehmenden theoretischen Ansprüche, unterschiedlich schnell und intensiv entwickelt. In der Architektur begann dieser Prozess bereits sehr früh, bedingt durch die hohe Komplexität und den ingenieurtechnischen Schwerpunkt. Später folgten Industrie-/Produktdesign durch den Prozess der auf die äußere Form fokussierten Arbeit, hin zu einer zunehmend ingenieurtechnisch ausgerichteten Konstruktion, deren Schwerpunkt es war, die Werke aus ihrer Funktion heraus zu entwickeln. Anschließend folgte die Akademisierung im Bereich der Kommunikation, hier lag der Schwerpunkt auf einer künstlerisch motivierten und visuellen Ausrichtung.

Die Akademisierung der neuen Designberufe hat sich aufgrund der theoretischen Ausgangslage von Beginn an in den Hochschulen entwickelt, seit den 1990er Jahren im Service, der als eigenständiger Bereich für Dienstleistungen entstand und anschließend im Bereich Sozio, der die Beratung und Planung umfasst.

2 Methodik

2.1 Forschungsfragen

Zu Beginn der vorliegenden Untersuchung stellten sich folgende Forschungsfragen:

- Wie kann das wirtschaftliche und beschäftigungsbezogene Potenzial des Designs umfassender dargestellt werden?
- Welche Analyse- und Messansätze können eine bessere Erfassung der Designberufe erreichen?
- Welchen direkten Beitrag leistet die Designwirtschaft zur Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg in Bezug auf Umsatz und Beschäftigung?
- Welchen indirekten Beitrag leisten Designberufe zur Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg in Bezug auf Bruttowertschöpfung, Produktivität und Umsatz über alle Branchen hinweg?
- Wie viele Designer arbeiten in der Gesamtwirtschaft über alle Branchen hinweg?
- Welcher Anteil der Designer ist abhängig beschäftigt (in-house), welcher ist als Unternehmer mit Beschäftigten tätig und welcher ist als Solo-Selbständiger und als Mini-Selbständiger tätig?
- Wie verteilen sich die Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte Architektur, Werbung und Kunsthandwerk regional in Baden-Württemberg und wo befinden sich regional bedeutsame Designcluster?
- Wie haben sich die Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte im Vergleichszeitraum 2009 bis 2016 entwickelt?

Zentraler Definitionskern

Alle Designaktivitäten sind in ihrem erwerbswirtschaftlichen Status definiert und tragen durch ihren »schöpferische Akt« wertsteigernd zur Wertschöpfungskette bei.

Alle handwerklichen und akademischen Designberufe – im Architektur-, Industrie-/Produkt-, Kommunikations-, Service- und Sozibereich – haben eins gemeinsam: die Visualisierungskompetenz, die sich von allen anderen Berufen unterscheidet.

Designer sind daher geradezu prädestiniert, Probleme und Fragen sichtbar, damit Komplexität zugänglich und Gestaltungskompetenz vermittelbar zu machen.

2.2 Methodik I (Teilmarktanalyse)

Die Methodik I stellt die Designwirtschaft im engeren Sinne und ihre komplementären Teilmärkte Architektur, Werbung und Kunsthandwerk dar. Diese Darstellung basiert auf dem bereits vorliegenden Methodikkonzept der Wirtschaftsministerkonferenz, die in einem statistischen Leitfadens die Definition, Gliederung und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt und für die verschiedenen Teilmärkte des Designs festgelegt hat. (WMK, Fassung 2016)

Die Methodik I konzentriert sich auf eine teilmarktbezogene Betrachtung der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte. Das bedeutet, die Teilmärkte werden in wirtschaftsfachlicher Gliederung beschrieben.

Diese branchenbezogene, wirtschaftsfachliche Gliederung ist mit der allgemeingültigen Wirtschaftszweigklassifikation (WZ-08) verknüpft. Dadurch können amtliche Wirtschafts- und Beschäftigungsstatistiken zur Analyse verwendet werden.

Einschränkend ist darauf hinzuweisen, dass mit der branchenbezogenen Betrachtung nur solche unternehmerischen Leistungen aufgenommen werden können, die den Designunternehmen, Designateliers oder den selbständigen Designern direkt zugeordnet werden können.

Alle designerischen Aktivitäten und Leistungen, die indirekt in vielen anderen Branchen erbracht werden, können durch die Analysetechnik der Methodik I nicht ausreichend erfasst werden.

Es wird deshalb im Abschnitt Methodik II ein erweiterter Ansatz vorgestellt, der sich auf die berufsbezogene Betrachtung des Designs konzentriert. Damit soll die Erfassung der Wertschöpfung durch Design in einer umfassenderen Weise möglich werden.

Abb. 2.1 Die Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz

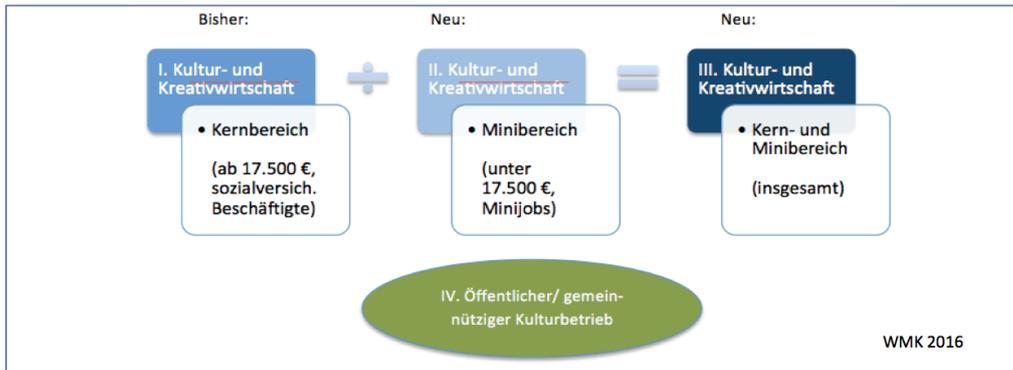


Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Wirtschaftsministerkonferenz

Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der „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.

Dazu gehören alle Kultur- und Kreativunternehmen die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern/Dienstleistungen befasst sind.

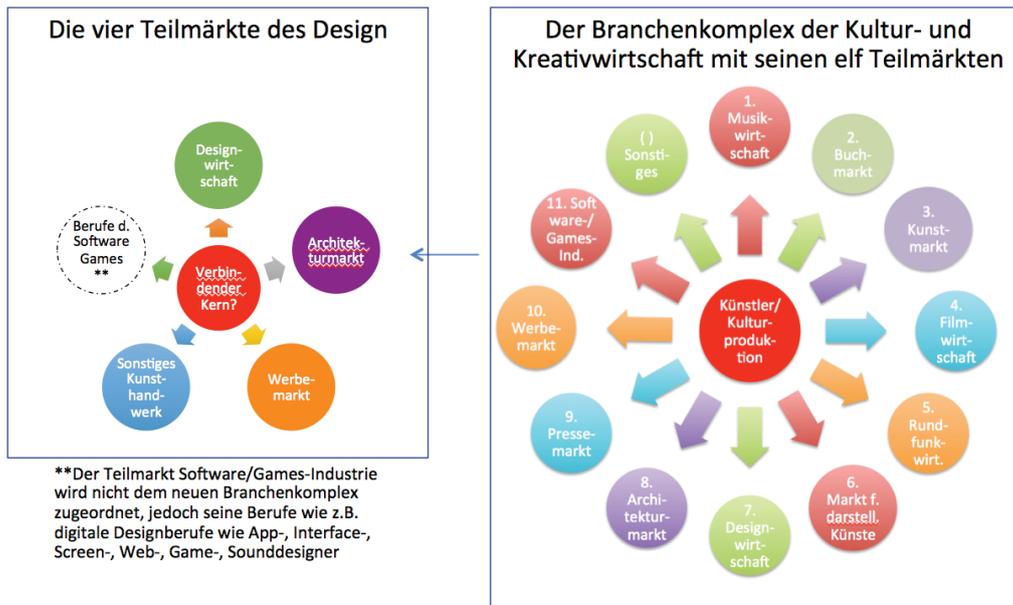
Abb. 2.2 Erweiterte Erfassung der Kultur-/Kreativwirtschaft



Das erweiterte Analysemodell gliedert systematisch in die oben dargestellten Schwerpunkte: Kernbereich (bisherige Standarderfassung) – Minibereich (neue Erfassung) – Kern- und Minibereich zusammen (neue Erfassung) und nachrichtlich: Öffentlicher/gemeinnütziger Kulturbetrieb (neue Erfassung).

Die amtliche Wirtschaftsstatistik erfasste lange Zeit keine Steuerpflichtigen mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro. Entsprechend blieb die Gruppe der freiberuflich Tätigen, Soloselbständigen oder Mikrounternehmerinnen und -unternehmer in der Wirtschaftsforschung unberücksichtigt. Dieses Manko ist nunmehr behoben. Mit der neuen „Umsatzsteuerstatistik - Veranlagungen“ werden auch alle Akteure erfasst, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielen. Somit umfasst der sogenannte Minibereich nun die Selbständigen bis 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Beschäftigten mit geringfügiger Tätigkeit (Minijobs).

Abb. 2.3 Die Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte



Die Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte werden aus dem Konzept der WMK zur Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft abgeleitet, um eine konzeptionelle und fachliche Verbindung zum übergeordneten WMK-Konzept beizubehalten. Deshalb werden die statistischen Definitionen der einzelnen Teilmärkte Designwirtschaft, Architekturmarkt und Werbemarkt vom WMK-Konzept vollständig übernommen.

Für den vierten komplementären Teilmarkt „Kunsthandwerk“ liegt im WMK-Konzept bisher keine einheitliche Abgrenzung vor. Deshalb wurde hier das Modell angewandt, welches bereits für den „Datenreport Kultur- und Kreativwirtschaft des Landes Baden-Württemberg“ entwickelt wurde. Dieser Report liegt in der letzten Fassung für das Jahr 2014 vor (Quelle: Landtag BW, Drucksache 15/6151).

Der Teilmarkt Software-/Games-Industrie enthält eine ganze Reihe von digital geprägten Designberufen, wie App-, Interface-, Screen-, Web-, Game-, Sound-Designer, die für eine umfassende Betrachtung des Design von großer Relevanz sind. Da der Teilmarkt überwiegend durch nicht-designrelevante wirtschaftliche Aktivitäten geprägt ist, wurde er nicht in das Konzept der komplementären Teilmärkte aufgenommen. Stattdessen werden die digital geprägten Designberufe in das Konzept der Berufsanalyse (in Methodik II)

einbezogen. (Siehe dazu auch die statistische Übersicht zu den Designberufen im Anhang)

Abb. 2.4 Statistische Übersicht der Designwirtschaft und ihrer design-relevanten komplementären Teilmärkte mit Wirtschaftszweigen

Teilmarkt	WZ-Nr.	Wirtschaftszweige
Designwirtschaft	74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design
	74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign
	74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung
	71.11.2	*Büros für Innenarchitektur
	73.11	*Werbegestaltung (Anteil 50%)
	32.12	*H. v. Schmuck, Gold, Silberschmiedwaren
	74.20.1	Selbständige Fotografen/innen
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
Werbemarkt	73.11	*Werbeagenturen/Werbegestaltung
	73.12	Vermarkt./Vermittl. v. Werbezeit. u. Werbeflächen

Hinweis: (*) in mehreren Teilmärkten enthalten. Quelle: Wirtschaftsministerkonferenz (WMK) (2016). Leitfaden zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Abb. 2.5 Statistische Übersicht des Kunsthandwerks mit Wirtschaftszweigen

Teilgruppe	WZ-Nr.	Wirtschaftszweige
------------	--------	-------------------

Kunsth Handwerk	32.20	Herstellung von Musikinstrumenten
	32.12	*H. v. Schmuck, Gold, Silberschmiedwaren
	23.41	H. v. keramischen Haushaltswaren u. Ziergegenständen
	23.49	H. v. sonstigen keramischen Erzeugnissen
	16.29	H. v. Holzwaren, Kork-,Flecht-u. Korbwaren (ohne Möb.)
	23.13	Herstellung von Hohlglas
	18.14	Buchbinderei etc.
	23.7	Be- u. Verarbeitung v. Naturwerksteinen u. Natursteinen
	74.20.1	Selbständige Fotografen

Hinweis: Die Textil- und Lederproduktion wurde nicht aufgenommen, da hier die gesamte Textil-Bekleidungsindustrie hätte einbezogen werden müssen. Zu Beschlag- und Kunstschmieden keine Angaben möglich, da nach der Klassifikation WZ-2008 in einen größeren Wirtschaftszweig aufgenommen und somit nicht mehr nachweisbar. a.n.g. = anderweitig nicht genannt. *auch im Teilmarkt Designwirtschaft enthalten.

Quelle: Abgrenzung Kunsthandwerk in Anlehnung an Bund der Kunsthandwerker Baden-Württemberg e.V. Datenreport 2014 zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg (Drucksache 15/6151)

2.3 Methodik II (Berufsanalyse)

Mit der Methodik II wird eine erweiterte Analyseform zur Erfassung des wirtschaftlichen Potenzials des Designs vorgestellt. Unterschiedlichste Designaktivitäten werden im Spiegel einer umfangreichen Liste von Designberufen und verwandten Berufsbildern geprüft.

Dies erfolgt in mehreren Schritten:

Aus der designrelevanten Fachliteratur, den einschlägigen Berufsklassifikationen und den Berufsdatenbanken wurde eine Liste von Designberufen nach Stichworten erstellt (siehe im Anhang, Stichwortliste mit mehr als 300 Designberufen).

Die idealtypische Stichwortliste wird mit der amtlichen Klassifikation der Berufe (KldB2010) der Bundesagentur abgeglichen und in einem ersten Schritt zu einer systematischen Liste mit ca. 90 designrelevanten Berufsbezeichnungen verdichtet.

In einem weiteren Schritt erfolgt eine thematische Zusammenfassung der 90 Berufsbezeichnungen nach zentralen Feldern des Designs wie zum Beispiel Industrie-Design, Kommunikations-Design oder Service-Design usw.

Es haben sich acht Designfelder herauskristallisiert, die im Folgenden als acht Designberufedomains bezeichnet werden.

Professionen

Die Designberufe sind durch eine große Vielfalt gekennzeichnet, die sich in zahlreichen Berufsbildern (auf Basis definierter Ausbildung) und Berufsbezeichnungen (in Folge neuer Technologien) äußert. Neben den zahlreichen traditionell handwerklichen stehen immer mehr akademische Kompetenzen.

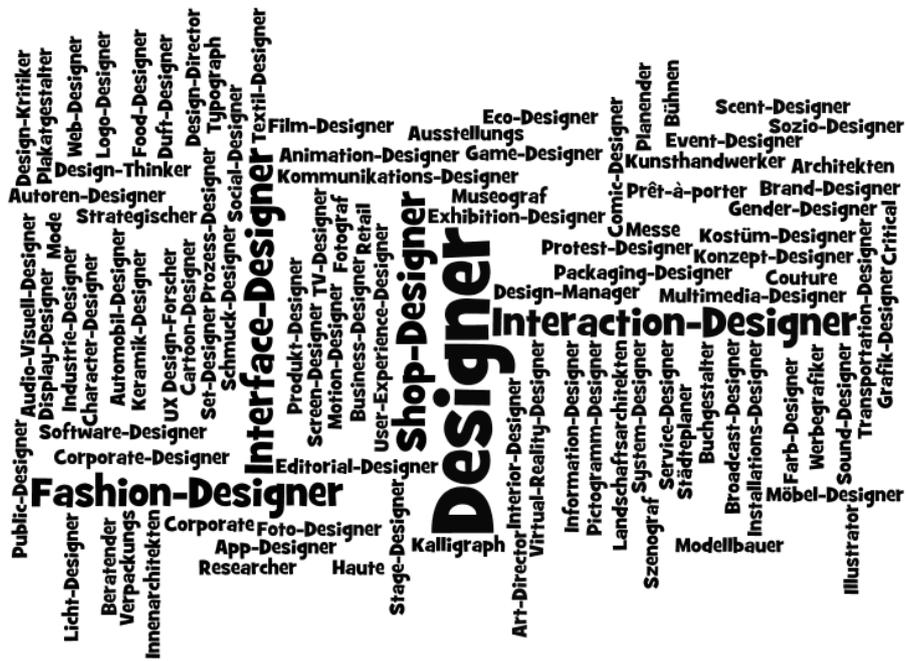
Viele Berufsbezeichnungen lassen sich eindeutig einem der Kernbereiche (Domains) zuordnen, einige auch mehreren Bereichen und einige den erweiterten Bereichen.

Manche Bezeichnungen sind einerseits eindeutig und andererseits auch in anderen Bereichen enthalten.

Die circa 90 Berufsbezeichnungen (siehe folgende Abbildung) stellen den ersten vorläufigen

Stand zur Übersicht der Designberufe dar, bei einer zukünftig offenen Entwicklung.

Abb. 2.6 Berufsbezeichnungen (ca. 90)



**Abb. 2.7 Systematische Liste Designberufe, ca. 90 Berufsbezeichnungen
 nach der Klassifikation der Berufe (KlDB 2010), Bundesagentur für Arbeit
 (Stand 15.5.2018)**

1. Animation-Designer	25. Design-Thinker	49. Kommunikations-Designer	73. Retail- / Shop-Designer
2. App-Designer	26. Digital (Design)	50. Konzept-Designer	74. Schmuck-Designer
3. Architekten	27. Duft-Designer	51. Kostüm-Designer	75. Screen-Designer
4. Art-Director	28. Eco-Designer	52. Kunsthandwerker	76. Service-Designer
5. Audio-Visuell-Designer (AV)	29. Editorial-Designer	53. Landschaftsarchitekten	77. Set-Designer
6. Ausstellungs-Designer	30. Event-Designer	54. Landschaftsarchitekten	78. Social-Designer
7. Automobil-Designer	31. Farb-Designer	55. Level-Designer	79. Software-Designer
8. Autoren-Designer	32. Film-Designer	56. Licht-Designer	80. Sound-Designer
9. Beratender Designer	33. Food-Designer	57. Logo-Designer	81. Sozio-Designer
10. Brand-Designer	34. Foto-Designer	58. Messe- / Shop-Designer	82. Städteplaner
11. TV-Designer	35. Fotograf	59. Möbel-Designer	83. Stage-Designer
12. Buchgestalter	36. Game-Designer	60. Mode- / Fashion-Designer	84. Strategischer Designer
13. Bühnen- Designer	37. Gender-Designer	61. Modellbauer	85. System-Designer
14. Business-Designer	38. Grafik-Designer	62. Motion-Designer	86. Szenograf
15. Cartoon-Designer	39. Illustrator	63. Multimedia-Designer	87. Textil-Designer
16. Character-Designer	40. Industrie-Designer	64. Museograf	88. Transportation-Designer
17. Comic-Designer	41. Information-Designer	65. Packaging-Designer	89. Typograph
18. Corporate Fashion-Designer	42. Innenarchitekten	66. Pictogramm-Designer	90. User-Experience-Designer
19. Corporate-Designer	43. Installations-Designer	67. Plakatgestalter	91. Virtual-Reality-Designer
20. Critical- / Protest-Designer	44. Interaction-Designer	68. Planender Designer	92. Visuelles Marketing -
21. Design-Director	45. Interface-Designer	69. Produkt-Designer	93. Web-Designer
22. Design-Forscher (-Researcher)	46. Interior-Designer	70. Prozess-Designer	94. Werbegrafiker
23. Design-Kritiker	47. Kalligraph	71. Public-Designer	95. N.N.
24. Design-Manager	48. Keramik-Designer	72. Raumausstattung - Fachkraft	

Abb. 2.8 Die acht Designberufedomains



Inhalte der ersten fünf Designberufedomains im engeren Sinne

Zu den ersten fünf Designberufedomains gehören die Designberufe im engeren Sinne.

1. Industrie/Produkt – umfasst den Entwurf und die Gestaltung von Investitions- und Konsumgütern in der seriellen und manuellen Fertigung.
2. Kommunikation – umfasst den Entwurf und die Gestaltung von analogen und digitalen Medien (Animation, Grafik, Illustration, Foto, Typografie, Web).
3. Architektur – umfasst den Entwurf und die Gestaltung von Hochbauten, Innenbereichen und Landschaft, sowie die Stadtplanung.
4. Service – umfasst den Entwurf und die Gestaltung von Dienstleistung und Interaction-Anwendungen.
5. Sozio – umfasst den Entwurf im Rahmen von Entwicklungsprozessen (als beratende und planende Dienstleistung).

Inhalte der drei Designberufedomains im weiteren Sinne

Zu den drei weiteren Designberufedomains sechs bis acht gehören die Designberufe im weiteren Sinne.

6. Kunsthandwerk – umfasst den Entwurf und die Gestaltung mit verschiedenen Materialien (Glas, Holz, Keramik, Metall, Porzellan, Stein) in Einzelanfertigung.

7. Digital – umfasst den Entwurf und die Gestaltung von Datenbanken und Software (für Systeme und Anwendungen).

8. Werbung – umfasst den Entwurf und die Gestaltung von Werbemedien (Anzeigen, Deko, Plakate, Radio-/TV-Spots) zur Verkaufsförderung.

Abb. 2.9 Statistische Zuordnung der Designberufe zu den acht Designberufedomains

Designberufe-domain	KldB-Code	KldB-Berufsuntergruppe	Design-anteil	Beispiel für Designberuf
1. Industrie- / Produkt-Design	9310	Berufe im Produkt- und Industriedesign	100%	Automobil designer/in
	9322	*Berufe im visuellen Marketing	100%	Ausstellungsdesigner/in
	9323	Berufe in der Raumausstattung	100%	Raumgestalter/in
	9333	Berufe Drechslerei, Spielzeugherstellung	100%	Designer/in (FS) Spielzeug
	9341	Berufe kunsthandwerkli. Keramikgestaltung	100%	Formgestalter/in für Keramik
	9343	Berufe kunsthandwerkliche Glasbläserei	100%	Glasdesigner/in
	9352	<u>Kunsthandw. Schmuckherst., Edelsteinbearb.</u>	100%	Designer/in (HS) Industriediamanten
	9451	Berufe Veranstaltungs- und Bühnentechnik	100%	Lichtdesigner/in / Lichtgestalter/in
	9461	Berufe i.d. Bühnen- und Kostümbildneri	100%	Bühnengestalter/in
	8234	Berufe in der Maskenbildneri	100%	Maskenbildner/in
	2811	Berufe in der Textilgestaltung	100%	Textildesigner
	2821	Berufe im Modedesign	100%	Modedesigner/in
	9471	Berufe Museums- und Ausstellungstechnik	57%	Museums /Ausstellungstechniker/in
	2729	Aufsicht, Führung- <u>TechZeich.Konstr.Modell</u>	5%	Handwerksmeister/in – Modellbau
	2822	Berufe i.d. Bekleidungsherstellung	5%	Bekleidungsgestalter/in Damenmode
	2831	Berufe in der Lederherstellung	5%	Gestalter/in Ledertechnik
	2834	Berufe in der <u>Pelzbe- und -verarbeitung</u>	5%	Bekleidungsgestalter/in Kürschneri
8232	Berufe in der Kosmetik	5%	Face Designer/in	
8231	Berufe im Friseurgewerbe	1%	Frisurengestalter/in	

Hinweis: Weitere Zuordnungen zu den restlichen Domains siehe Anhang

Allgemeine Hinweise zur „Klassifikation der Berufe (KldB2010)“ der Bundesagentur für Arbeit

Der statistischen Abgrenzung der Beispielgruppe Designberufe liegt die Klassifikation der Berufe (KldB2010) der Bundesagentur für Arbeit zugrunde. Die KldB2010 erfasst sämtliche Berufe innerhalb der deutschen Volkswirtschaft nach einem Klassifikationsschema, das in Aggregationsstufen aufgebaut ist. Aus einer Stichwortliste von rund 24.000 Berufsbenennungen werden 2.177 Bezeichnungen gefiltert, die in fachlich tiefen Aggregationsstufen zusammengefasst werden.

Der Aufbau ist wie folgt:

- 1.286 Berufsgattungen in 5-stelliger Tiefe (sogenannter 5-Steller Code)
- 700 Berufsuntergruppen in 4-stelliger Tiefe (4-Steller Code)
- 144 Berufsgruppen in 3-stelliger Tiefe (3-Steller-Code)
- 37 Berufshauptgruppen in 2-stelliger Tiefe (2-Steller-Code)

Wie das Beispiel der Designberufedomain Industrie-/Produkt-Design deutlich macht, können mehrheitlich die erfassten Berufsuntergruppen mit den 4-stelligen Nummern den acht Designberufedomains zugeordnet werden.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass die hier vorgestellte erweiterte Erfassung der Designberufe einen ersten experimentellen Versuch darstellt, der durch weitere methodische Arbeiten in späteren Projekten fortgesetzt werden sollte.

3 Direkte wirtschaftliche Effekte der Designwirtschaft und ihrer komplementären Branchen in Baden-Württemberg (Teilmarktperspektive)

Dieses Kapitel stellt die volkswirtschaftlichen Effekte dar, die in direkter Weise durch den Designwirtschaft im engeren Sinne und ihren komplementären Teilmärkte entstehen.

Aus der Branchenperspektive zählen dazu:

- Designwirtschaft
sowie die komplementären Teilmärkte der Designwirtschaft mit
- Architekturmarkt
- Werbemarkt und
- Kunsthandwerk

Die designwirtschaftlichen Anteile der Software-/Games-Industrie mit den digitalen Designberufen werden in der berufsbezogenen Analyse erfasst.

3.1 Direkte wirtschaftliche Effekte der Designwirtschaft

Die Designwirtschaft im engeren Sinne umfasst die Wirtschaftszweige Industrie-, Produkt-, Mode-Design, das Grafik- und Kommunikationsdesign, das Interior Design und die Raumgestaltung, die Büros für Innenarchitektur, die Werbegestaltung, die Herstellung von Schmuckproduktion u.ä. sowie die selbständigen Fotografen.

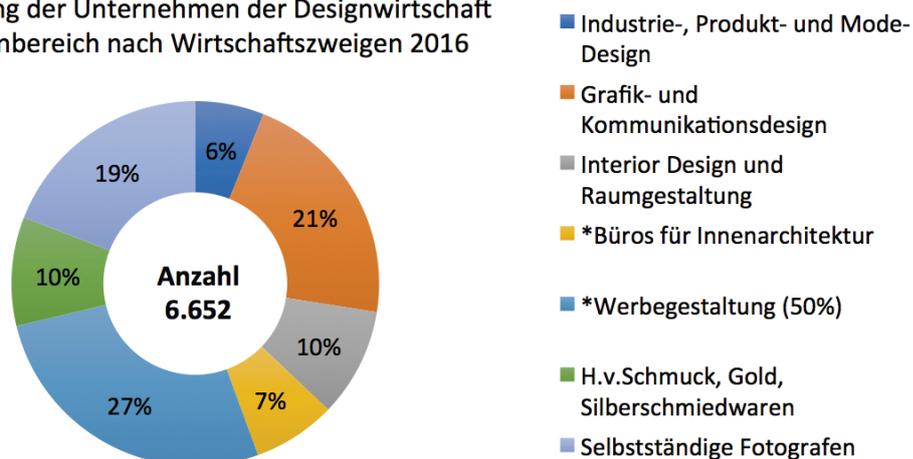
Im Kernbereich der Designwirtschaft in Baden-Württemberg waren im Jahr 2016 rund 6.600 Selbständige und Unternehmen tätig, die zusammen ein Umsatzvolumen von knapp 2,7 Mrd. Euro erwirtschafteten.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erreichte mehr als 13.800 und bildete zusammen mit der Zahl der Selbständigen ein Erwerbstätigenvolumen von rund 20.500 Personen.

Zählt man die Zahlen der Mini-Selbständigen von rund 5.800 und der 8.200 geringfügig Beschäftigten hinzu, arbeiteten in der Designwirtschaft von Baden-Württemberg insgesamt rund 34.500 Erwerbstätige.

Abb. 3.1 Die Struktur der Designwirtschaft im engeren Sinne in Baden-Württemberg

Verteilung der Unternehmen der Designwirtschaft im Kernbereich nach Wirtschaftszweigen 2016



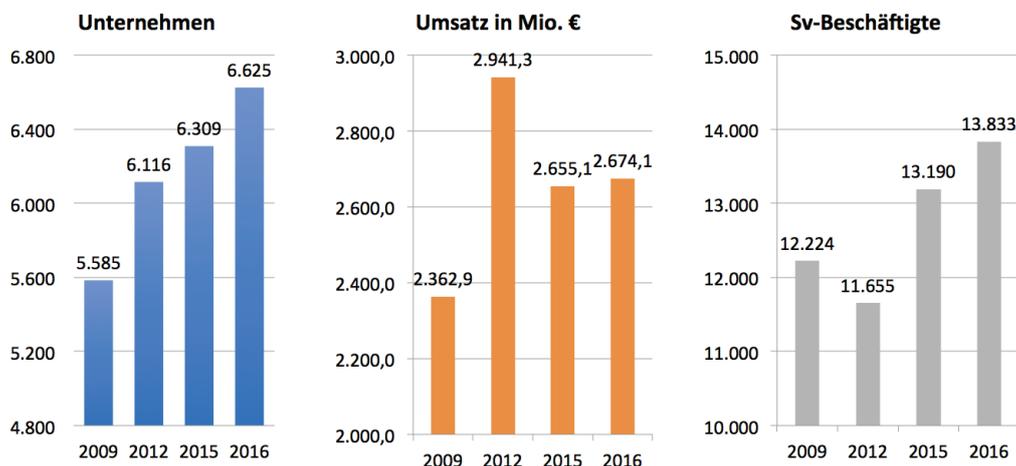
Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz. *Wirtschaftszweig mehreren Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Innerhalb der Designwirtschaft stellten im Jahr 2016 die Werbegestalter und die Grafik- und Kommunikationsdesigner mit zusammen 48 Prozent fast die Hälfte der Selbständigen/Unternehmen in der Designwirtschaft. Mit 19 Prozent Anteil erreichte die Gruppe der Fotografen noch eine relevante Größe, während die übrigen 4 Wirtschaftszweige jeweils 10 Prozent oder weniger Anteile belegten.

In wirtschafts- und beschäftigungsrelevanter Hinsicht verschieben sich die Schwerpunkte hin zur Werbegestaltung und Schmuckproduktion. Beim Umsatz erzielten die Werbegestalter 45 Prozent Anteil und die Schmuckproduzenten 33 Prozent. Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erzielten die Werbegestalter ebenfalls einen Anteil von 45 Prozent, bei den Schmuckproduzenten waren es 24 Prozent. Alle anderen Wirtschaftszweige erreichten in Umsatz und Beschäftigung Anteile unter 10 Prozent. Dies besagt jedoch nicht, dass diese Wirtschaftszweige wirtschafts- und beschäftigungspolitisch uninteressant sind, sondern sie gehören zu den kleineren Unternehmenstypen mit überwiegend freiberuflich Tätigen. Sie erzielten im Schnitt ein Umsatzvolumen je Unternehmen von durchschnittlich 90.000 bis 300.000 Euro jährlich. Im Vergleich dazu lagen die Werbegestalter bei einem Umsatzvolumen je Unternehmen von rund 670.000 Euro jährlich. Bei den Schmuckproduzenten waren es überdurchschnittliche rund 1,4 Mio. Euro pro Unternehmen jährlich. Hier kann man davon ausgehen, dass diese Wirtschaftszweige eher gewerblich ausgerichtet sind. Die Schmuckproduktion ist ohnehin für die gesamte Designwirtschaft in wirtschaftlicher Hinsicht von überragender Bedeutung. Denn nicht nur für Baden-Württemberg, sondern für das gesamte Bundesgebiet ist der Standort Pforzheim von zentraler Bedeutung.

Abb. 3.2 Entwicklung der Designwirtschaft i.e.S. in Baden-Württemberg



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz, Sv-Beschäftigte = sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitbeschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte (Minijobs).
 Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Unternehmen und Selbständige

Die Zahl der Unternehmen wuchs im Vergleichszeitraum vom Jahr 2009 an stetig und erreichte im Jahr 2016 einen Zuwachs von insgesamt 19 Prozent. Die Unternehmensentwicklung wurde geprägt von den drei größten Gruppen Grafik-/Kommunikationsdesign, Werbegestaltung und Fotografen, deren Zahlen im Jahr 2016 zwischen 1.300 und 1.800 Unternehmen lagen. Besonders auffallend ist das starke Wachstum des Grafik-/Kommunikationsdesigns, das im gesamten Zeitraum von 2009 bis 2016 um über 140 Prozent zugelegt hat, gefolgt vom Industrie-/Produkt- und Modedesign mit 94 Prozent und den Büros für Innenarchitektur mit 53 Prozent Wachstum. Hingegen haben die Werbegestalter und Schmuckproduzenten rund 16 Prozent bzw. 11 Prozent ihrer Unternehmen verloren.

Umsatz

Das wirtschaftliche Volumen konnte gemessen am Umsatz, mit Ausnahme des Jahres 2012 regelmäßig moderat gesteigert werden und legte im gesamten Zeitraum um 13 Prozent zu.

Das Jahr 2012 fällt aus dem üblichen Rahmen, da hier die Schmuckproduktion mit einem Umsatz von 1,2 Milliarden zwischenzeitlich der größte Wirtschaftszweig in der Designwirtschaft war, noch vor der Werbegestaltung, die in allen anderen Jahren regelmäßig der größte Umsatzträger in der Designwirtschaft war.

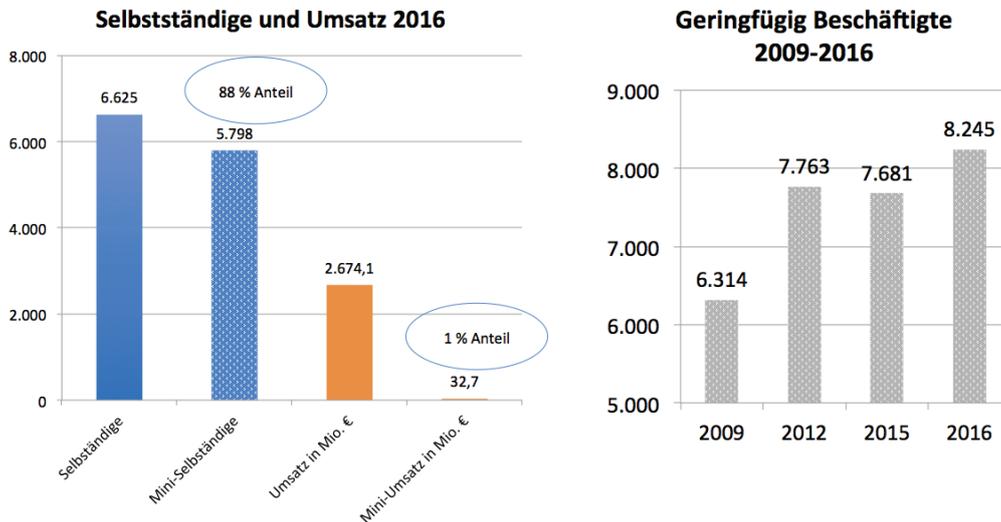
Die Schmuckproduktion konnte nach dem Einbruch durch die Finanz-/Wirtschaftskrise im Jahr 2008/2009 einen starken wirtschaftlichen Aufholprozess einleiten und ihren Umsatz von 780 Millionen Euro im Jahr 2009 auf über 1,2 Milliarden Euro im Jahr 2012 steigern, um dann in den Folgejahren bis 2016 wieder auf 890 Millionen zu sinken.

Beschäftigung

Die Beschäftigung ist über den gesamten Zeitraum ebenfalls um 13 Prozent gewachsen, allerdings musste sie im Jahr 2012 einen Einbruch hinnehmen. Dieser Rückgang war vor allem durch den Abbau von Arbeitsplätzen in der Schmuckproduktion geprägt, zwischen 2009 und 2012 wurden rund 17 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Stellen abgebaut. Dass die Schmuckproduktion im gleichen Zeitraum ein rapides Umsatzwachstum erreichen konnte, ist nur in Verbindung mit dem zuvor erfolgten starken Wirtschaftseinbruch in der Finanz-/Wirtschaftskrise und dem anschließenden enormen Nachholbedarf erklärbar. Denn die Schmuckproduktion in Pforzheim ist auf den weltweiten Export ausgerichtet. Der Abbau der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze setzte sich ungeachtet des Aufschwungs allerdings kontinuierlich bis zum Jahr 2016 fort.

Diese Entwicklung steht in starkem Gegensatz zu den kleineren Beschäftigungsmärkten in der Designwirtschaft, die ein überdurchschnittlich starkes Wachstum im Vergleichszeitraum verzeichnen konnten. Die Zahl der Beschäftigten bei den Innenarchitekten und dem Interior Design stieg um jeweils rund 90 Prozent, bei den Grafikdesignern wuchs sie um rund 160 Prozent und bei den Industriedesignern wuchs sie um weit überdurchschnittliche 240 Prozent.

Abb. 3.3 Minibereich der Designwirtschaft in Baden-Württemberg



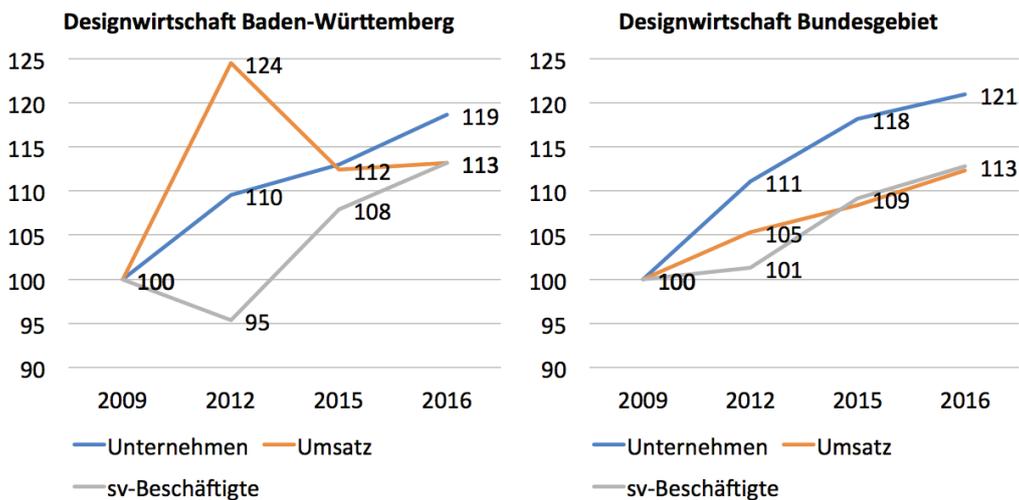
Hinweis: Selbstständige einschließlich Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und Mini-Selbstständige mit weniger als 17.500 Euro. Da Mini-Selbstständige auf der Basis des Jahres 2013 wurden, kann keine Entwicklung für diese Kategorie dargestellt werden. Gf-Beschäftigte = geringfügig Beschäftigte (Minijobs).

Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Mini-Selbständigen in der Designwirtschaft von Baden-Württemberg erwirtschaften im Jahr einen Umsatz von weniger als 17.500 Euro. Damit verfügen sie kaum über ein ertragreiches Wirtschaftsmodell. Ihre Anzahl ist allerdings relativ hoch, gemessen an der Zahl der wirtschaftlich Selbständigen mit einem Einkommen über 17.500 Euro. Bei den letzteren lag die Zahl bei rund 6.600, die Mini-Selbständigen erreichten eine Anzahl von rund 5.800.

Erwartungsgemäß spielten die Mini-Selbständigen beim Umsatz keine nennenswerte Rolle. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten in der Designwirtschaft von Baden-Württemberg erreichte im Jahr 2016 beachtliche 8.200 Personen.

**Abb. 3.4 Designwirtschaft - Baden-Württemberg und Bundesgebiet im
Entwicklungsvergleich**



Hinweis: Selbständige einschließlich Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz. Sv = sozialversicherungspflichtig
 Quelle: Destatis, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklungskurven bei Umsatz und Beschäftigung zeigen für die Designwirtschaft in Baden-Württemberg ein stark vom Bundesgebiet abweichendes Bild. Während die Entwicklung im Bundesgebiet kontinuierlich verlief, wurde die Entwicklung in Baden-Württemberg vor allem durch die Schmuckproduktion geprägt.

Im Jahr 2012 war der Wirtschaftszweig Schmuckproduktion stärkster Umsatzträger in der Designwirtschaft in Folge der Nachholeffekte des wirtschaftlichen Einbruchs in der Finanz-/Wirtschaftskrise 2009. Zugleich hat der Wirtschaftszweig in dieser Phase einen Abbau von Arbeitsplätzen vorgenommen, der das Bild der gesamten Designwirtschaft in Baden-Württemberg beeinflusst.

Ohne die Schmuckproduktion würde die Designwirtschaft Baden-Württembergs beim Umsatz einen ähnlichen Kurvenverlauf zeigen wie im Bundesgebiet und ein Umsatzplus von 13 Prozent erreichen. Die Beschäftigungsdynamik wäre ohne die Schmuckproduktion mit einem Plus von 30 Prozent jedoch deutlich höher.

Abschließend kann festgestellt werden, dass die Designwirtschaft in Baden-Württemberg

zwar von den großen Wirtschaftszweigen Werbegestaltung und Schmuckproduktion geprägt wird, starke Impulse für die Designwirtschaft gehen aber eher von den kleineren Wirtschaftszweigen aus. Diese sind, betrachtet man die Kennziffern, überdurchschnittlich erfolgreich, auch wenn es kleine Unternehmen sind.

3.2 Direkte wirtschaftliche Effekte des Architekturmarkts

Nach der Definition der Wirtschaftsministerkonferenz zählen folgende fünf Wirtschaftszweige zum Architekturmarkt: Architekturbüros für Hochbau; Büros für Innenarchitektur; Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung; Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung und selbständige Restauratoren.

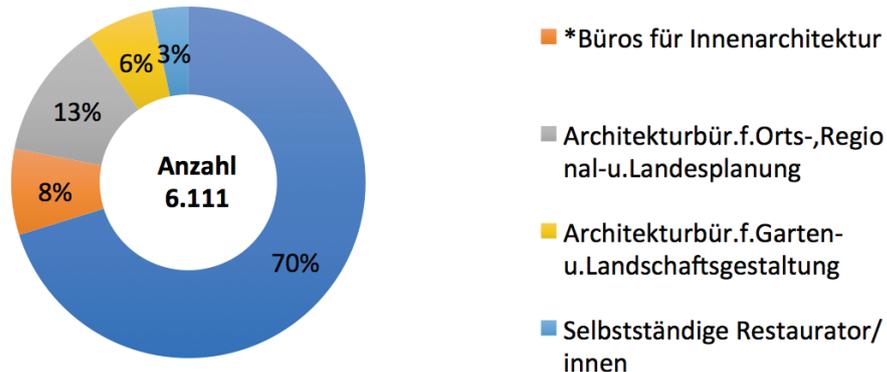
Im Kernbereich des Architekturmarktes waren im Jahr 2016 rund 6.100 Selbständige und Unternehmen tätig, die zusammen ein Umsatzvolumen von knapp 1,8 Mrd. Euro erwirtschafteten.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erreichte mehr als 13.700 und bildete zusammen mit der Zahl der Selbständigen ein Erwerbstätigenvolumen von rund 19.900 Personen.

Zählt man die Zahlen der Mini-Selbständigen von knapp 3.000 und den mehr als 3.400 geringfügig Beschäftigten hinzu, arbeiteten im Architekturmarkt insgesamt rund 26.300 Erwerbstätige.

Abb. 3.5 Die Struktur des Architekturmarktes in Baden-Württemberg

Verteilung der Unternehmen des Architekturmarktes nach Wirtschaftszweigen 2016

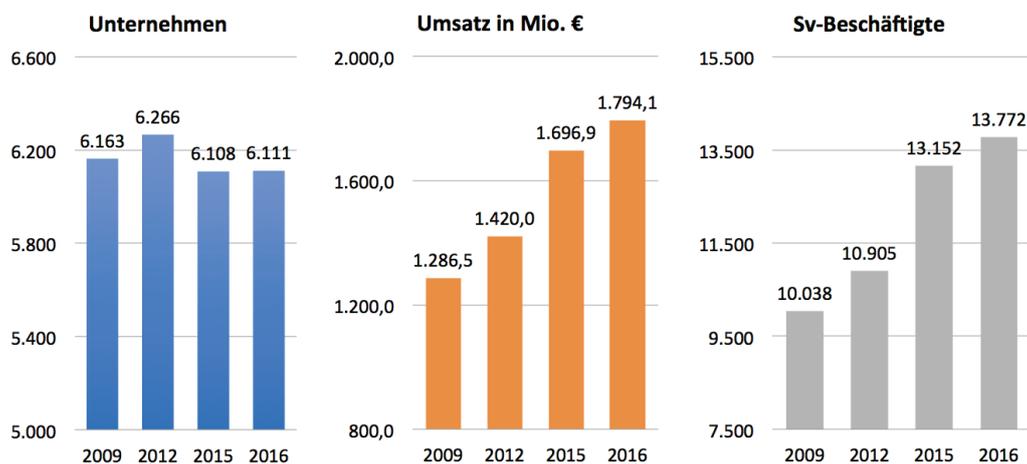


Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz. *Wirtschaftszweig mehreren Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Im Jahr 2016 entfielen im Architekturmarkt 70 Prozent der Architekturbüros auf den Hochbau und 13 Prozent auf die Büros für Ortsplanung u. ä. Die restlichen Architekturzweige hatten jeweils weniger als 10 Prozent Anteile. Diese Gewichtung spiegelt sich auch in der Verteilung der Umsätze, rund 70 Prozent entfielen auf den Hochbau und rund 15 Prozent auf die Büros für Ortsplanung u.ä. Beim Beschäftigungsmarkt waren die Hochbaubüros mit 83 Prozent Anteil dominierend.

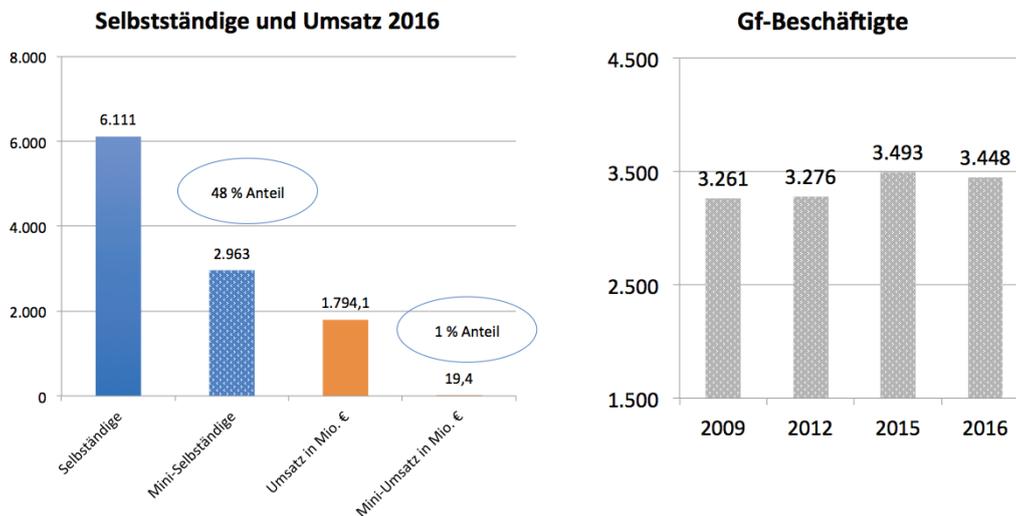
Abb. 3.6 Entwicklung des Architekturmarktes in Baden-Württemberg



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz, Sv-Beschäftigte = sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitbeschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte (Minijobs).
 Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Im Zeitverlauf vom Jahr 2009 bis zum Jahr 2016 zeigte der Architekturmarkt ein überdurchschnittliches Wachstum bei Umsatz und Beschäftigung, während die Entwicklung bei der Unternehmenszahl überwiegend stagnierte. Der Umsatz stieg insgesamt um knapp 40 Prozent, die Beschäftigung legte um 37 Prozent zu. Beide Werte machen deutlich, dass die Architekturbüros im Vergleichszeitraum überaus erfolgreich agiert haben. Der mit Abstand größte Zweig sind die Architekturbüros für Hochbau, die den Architekturmarkt und seine Entwicklung insgesamt am stärksten prägten. Dennoch sind es die kleineren Architekturzweige, die eine weit überdurchschnittliche Wachstumsdynamik hinlegen konnten. Bei den Büros für Innenarchitektur stieg der Umsatz im gesamten Vergleichszeitraum um mehr als 153 Prozent und die Beschäftigung um 89 Prozent, bei den Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung stiegen die Werte jeweils um rund 60 Prozent.

Abb. 3.7 Minibereich des Architekturmarktes in Baden-Württemberg

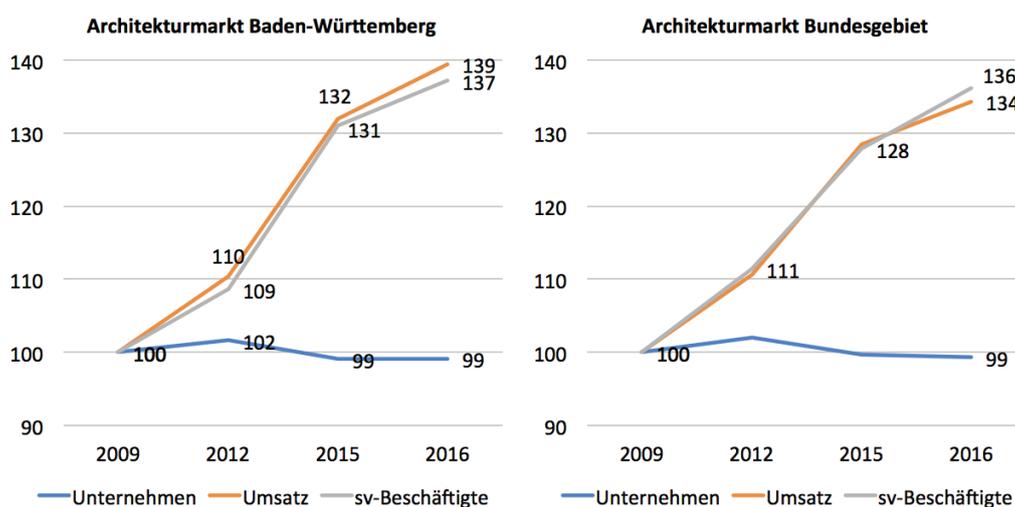


Hinweis: Selbstständige einschließlich Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und Mini-Selbstständige mit weniger als 17.500 Euro. Da Mini-Selbstständige auf der Basis des Jahres 2013 wurden, kann keine Entwicklung für diese Kategorie dargestellt werden. Gf-Beschäftigte = geringfügig Beschäftigte (Minijobs). Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Aus der Abbildung zum Mini-Bereich des Architekturmarktes wird ersichtlich, dass die Zahl der Mini-Selbständigen weniger als die Hälfte der wirtschaftlich relevanten Architekten ausmacht. Den knapp 3.000 Mini-Selbständigen standen mehr als 6.000 wirtschaftlich relevante Architekten gegenüber. Dies ist in zweierlei Hinsicht bedeutsam: Zum einen liegt die Zahl der Mini-Selbständigen in den anderen Teilmärkten der Designwirtschaft in Baden-Württemberg zwar signifikant höher, meist beträgt ihr Anteil rund 80 Prozent. Zum anderen aber ist es erstaunlich, dass der Anteil der Mini-Selbständigen überhaupt so hoch ist bei einem Teilmarkt, der so streng reguliert ist, wie der Architekturmarkt, der ja die Kammerzugehörigkeit für seine Architekten verlangt.

Die Zahl der geringfügig Beschäftigten im Architekturmarkt spiegelt das Verhältnis ebenfalls: sie lag hier bei 3.500. Im Vergleich dazu lag die Anzahl z. B. beim Design bei knapp 8.300.

**Abb. 3.8 Architekturmarkt - Baden-Württemberg und Bundesgebiet im
Entwicklungsvergleich**



Hinweis: Selbständige einschließlich Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz. Sv = sozialversicherungspflichtig
 Quelle: Destatis, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Architekturmarkt in Baden-Württemberg unterscheidet sich im Gesamtbild kaum von der Bundesentwicklung. Der Entwicklungsverlauf beim Umsatz liegt in Baden-Württemberg bei 39 Prozent, während er im Bundesgebiet bei 34 Prozent liegt. Noch ähnlicher sind die Entwicklungskurven bei der Beschäftigung, in Baden-Württemberg liegt der Zuwachs bei 37 Prozent, im Bundesgebiet bei 36 Prozent. Der Verlauf der Unternehmensentwicklung zeigt hier wie da Stagnation und bleibt im Zeitverlauf stabil.

Abschließend kann zum Architekturmarkt in Baden-Württemberg festgestellt werden, dass er sich als überaus robuster und wachstumsstarker Markt darstellt. Der Umsatzdurchschnitt je Architekturbüro in Baden-Württemberg lag im Jahr 2016 bei knapp 300.000 Euro, im Jahr 2009 lag er noch bei knapp 210.000 Euro. Auf den ersten Blick scheint der Architekturmarkt in Baden-Württemberg relativ geschlossen zu sein, da sich die Zahl der Büros im Zeitverlauf kaum verändert hat. Das würde bedeuten, Neueinsteiger in Baden-Württemberg haben es schwer, im Architekturmarkt Fuß zu fassen. Bei differenzierter Betrachtung zeigt sich jedoch ein anderes Bild: Während die Hochbauarchitekten im Zeitverlauf um 10 Prozent

geschrumpft sind, haben die kleineren Spezialbüros, wie Innenarchitekten, Ortsplaner, Gartengestalter und auch die Restauratoren zugelegt und diesen Schrumpfungsprozess kompensiert. Dies legt den Schluss nahe, dass sich der Markt von den konventionellen Büros weg und zu den kleineren spezialisierten Büros hin entwickelt.

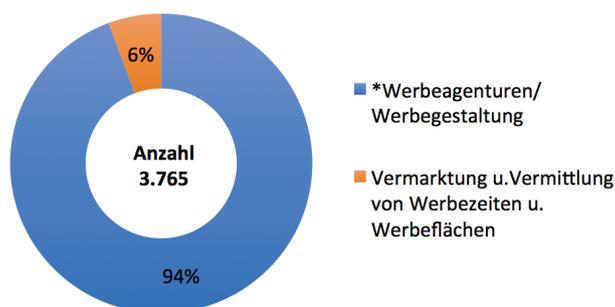
3.3 Direkte wirtschaftliche Effekte des Werbemarkts

Nach der Definition der Wirtschaftsministerkonferenz zählen folgende Wirtschaftszweige zum Werbemarkt: Werbeagenturen/Werbegestaltung sowie Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen.

Im Kernbereich des Werbemarktes waren im Jahr 2016 mehr als 3.700 Selbständige und Unternehmen tätig, die zusammen ein Umsatzvolumen von knapp 2,8 Mrd. Euro erwirtschafteten. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erreichte knapp 13.400 und bildete zusammen mit der Zahl der Selbständigen ein Erwerbstätigenvolumen von rund 17.100 Personen. Zählt man die Zahlen der Mini-Selbständigen von knapp 2.600 und die 12.400 geringfügig Beschäftigten hinzu, arbeiteten im Werbemarkt insgesamt mehr als 32.000 Erwerbstätige.

Abb. 3.9 Die Struktur des Werbemarktes in Baden-Württemberg

Verteilung der Unternehmen des Werbemarktes nach Wirtschaftszweigen 2016

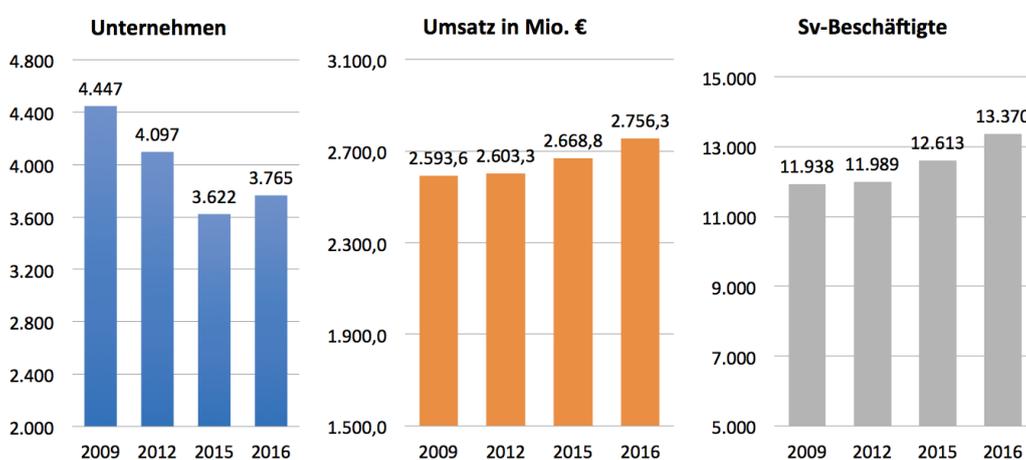


Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz. *Wirtschaftszweig mehreren Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Werbeagenturen prägten mit 94 Prozent den Markt, die restlichen 6 Prozent entfielen auf die Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen. Diese Verteilung spiegelt sich auch bei der Beschäftigung. Beim Umsatz zeigt sich ein etwas anderes Bild, hier entfielen 87 Prozent auf die Werbeagenturen und 13 Prozent auf die Vermarkter von Werbezeiten etc.

Abb. 3.10 Entwicklung des Werbemarktes in Baden-Württemberg



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz, Sv-Beschäftigte = sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitbeschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte (Minijobs).
 Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

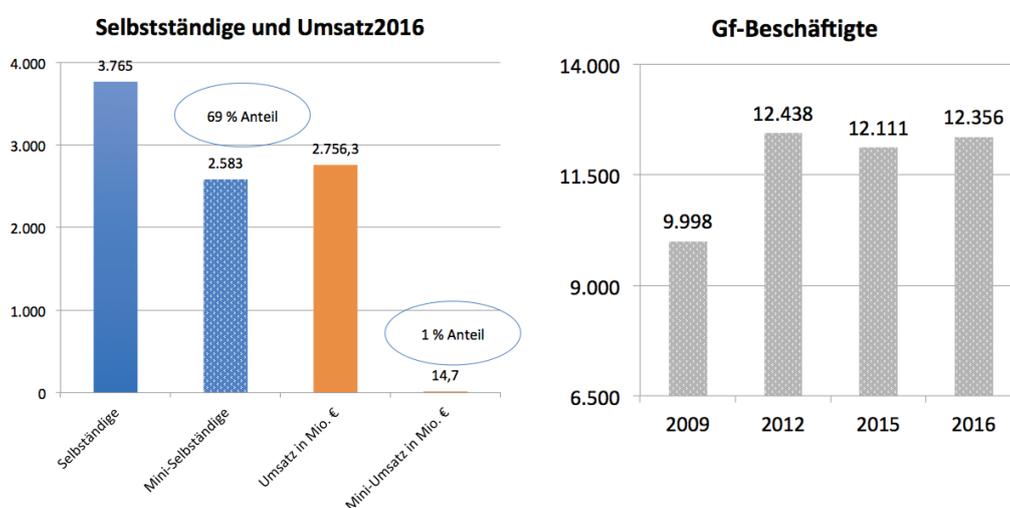
Bei der Entwicklung im Werbemarkt ist ein deutlicher Schrumpfungsprozess zu erkennen, bis zum Jahr 2015 ist die Anzahl der Unternehmen konstant zurückgegangen. Allerdings zeigt sich im Anschluss daran zum Jahr 2016 wieder ein Wachstum bei der Anzahl der Unternehmen.

Beim Umsatz zeigt sich ein konstant positiver Verlauf im Untersuchungszeitraum. Bemerkenswert ist die starke Zunahme bei Vermietung und Vermarktung, im Zeitverlauf nahm der Umsatz um mehr als 112 Prozent zu, während der Umsatz bei den Werbeagenturen mit minus 1 Prozent stagnierend bis rückläufig war. Dies lässt den Schluss zu, dass der Wirtschaftszweig Vermietung und Vermarktung insbesondere Umsatzzuwächse

im Online-Bereich verzeichnen kann.

Bei der Beschäftigung stieg die Kurve im Zeitverlauf um 12 Prozent. Auch hier ist es wiederum der Wirtschaftszweig Vermarktung, der mit 44 Prozent im Zeitverlauf mehr als viermal so schnell wächst, wie die Werbeagenturen, die ein Plus von 10 Prozent erreichten.

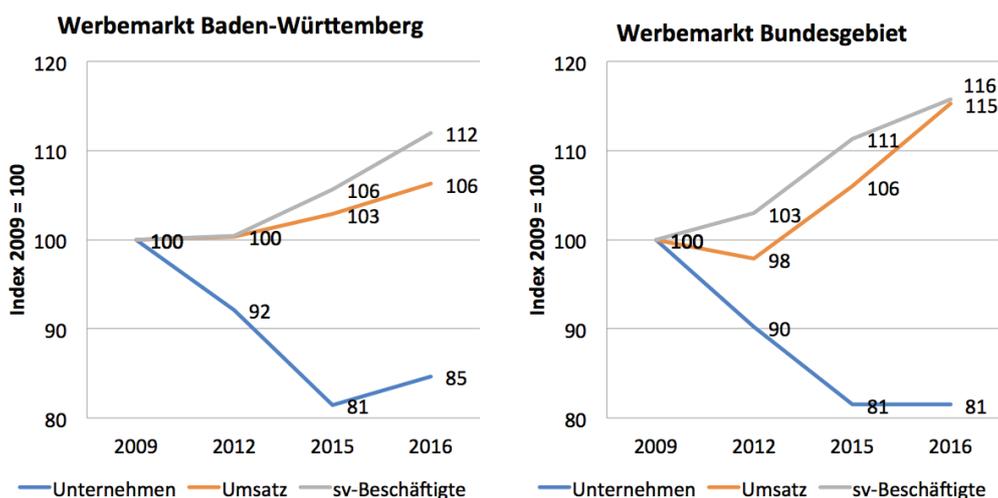
Abb. 3.11 Minibereich des Werbemarktes in Baden-Württemberg



Hinweis: Selbstständige einschließlich Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und Mini-Selbstständige mit weniger als 17.500 Euro. Da Mini-Selbstständige auf der Basis des Jahres 2013 wurden, kann keine Entwicklung für diese Kategorie dargestellt werden. Gf-Beschäftigte = geringfügig Beschäftigte (Minijobs). Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Zahl der Mini-Selbständigen im Werbemarkt lag bei knapp 2.600 und erreicht damit einen Anteil an den wirtschaftlich relevanten Selbständigen von knapp 70 Prozent. Bemerkenswert ist hier vor allem auch die Zahl der geringfügig Beschäftigten, die im Jahr 2016 bei rund 12.400 lag. Damit erreicht sie fast das gleiche Niveau, wie die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die 2016 bei knapp 13.400 lag. Betrachtet man die weitere Entwicklung bis zum Jahr 2017, so zeigen die vorläufigen Zahlen noch einmal einen dramatischen Anstieg der Zahl der geringfügig Beschäftigten, die dann voraussichtlich bei 15.700 liegt, während die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten voraussichtlich 13.700 erreichen wird und damit deutlich hinter der Zahl der Minijobs zurück bleibt.

Abb. 3.12 Werbemarkt - Baden-Württemberg und Bundesgebiet im Entwicklungsvergleich



Hinweis: Selbständige einschließlich Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz. Sv = sozialversicherungspflichtig
 Quelle: Destatis, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Beim Bundesvergleich zeigen sich ähnliche Entwicklungen in Baden-Württemberg und im Bundesgebiet. Allerdings bleibt Baden-Württemberg beim Umsatz mit einem Plus von 6 Prozent im Zeitverlauf deutlich hinter der Bundesentwicklung zurück, die ein Plus von 15 Prozent erreichte. Die Beschäftigungsentwicklung verläuft mit einem Plus von 12 Prozent besser, bleibt aber hinter der Entwicklung im Bundesgebiet zurück, die um 16 Prozent zulegen konnte. Bei der Unternehmensentwicklung machen beide Kurven deutlich, dass fast 20 Prozent der Unternehmen vom Werbemarkt verschwunden sind. Immerhin wird in Baden-Württemberg ein kleiner Aufwärtstrend bei der Unternehmensentwicklung von 2015 auf 2016 sichtbar, während sie im Bundesgebiet stagniert.

Abschließend kann für den Werbemarkt festgestellt werden, dass er insgesamt durch einen Konzentrationsprozess gekennzeichnet ist. Die Schrumpfung der Unternehmen, bei gleichzeitigem Umsatz- und Beschäftigungswachstum deutet auf einen Umstrukturierungsprozess hin. Freiberufliche und Soloselbständige können sich im Markt nicht mehr behaupten, während größere gewerbliche Unternehmen sich stabilisieren

können. Gravierend ist das exorbitant große Volumen im Minijobbereich des Werbemarktes, das – glaubt man den neusten Zahlen – noch wächst.

3.4 Direkte wirtschaftliche Effekte des Kunsthandwerks

Das Kunsthandwerk im engeren Sinne umfasst die Wirtschaftszweige: Herstellung von Kork-, Flecht- und Korbwaren; Buchbinderei u.ä.; Herstellung von Hohlglas; Herstellung von keramischen Haushaltswaren u. ä.; Herstellung von keramischen Erzeugnissen; Steinbildhauerei u. ä.; Herstellung von Schmuckwaren u.ä.; Herstellung von Musikinstrumenten und das fotografische Handwerk.

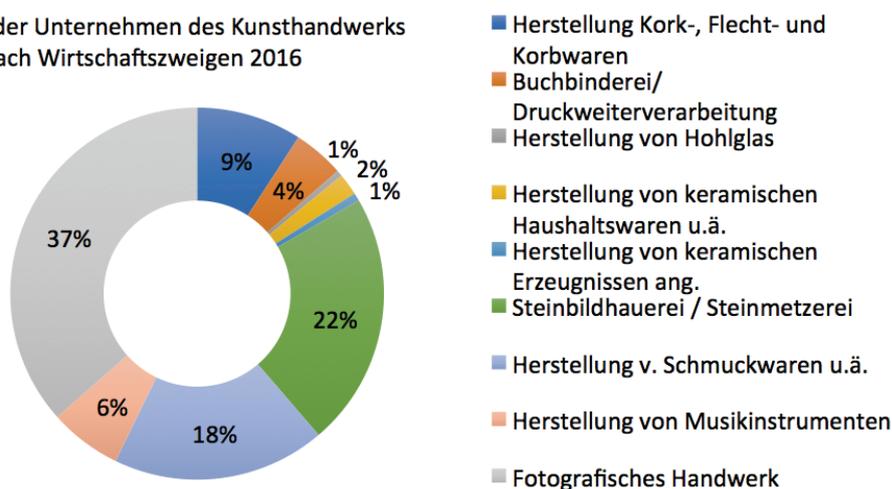
Im Kernbereich des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg waren im Jahr 2016 knapp 3.500 Selbständige und Unternehmen tätig, die zusammen ein Umsatzvolumen von mehr als 2,4 Mrd. Euro erwirtschafteten.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erreichte rund 12.600 und bildete zusammen mit der Zahl der Selbständigen ein Erwerbstätigenvolumen von mehr als 16.000 Personen.

Zählt man die Zahlen der Mini-Selbständigen von knapp 2.200 und die knapp 4.000 geringfügig Beschäftigten hinzu, arbeiteten im Kunsthandwerk von Baden-Württemberg insgesamt rund 22.200 Erwerbstätige.

Abb. 3.13 Die Struktur des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg

Verteilung der Unternehmen des Kunsthandwerks
nach Wirtschaftszweigen 2016



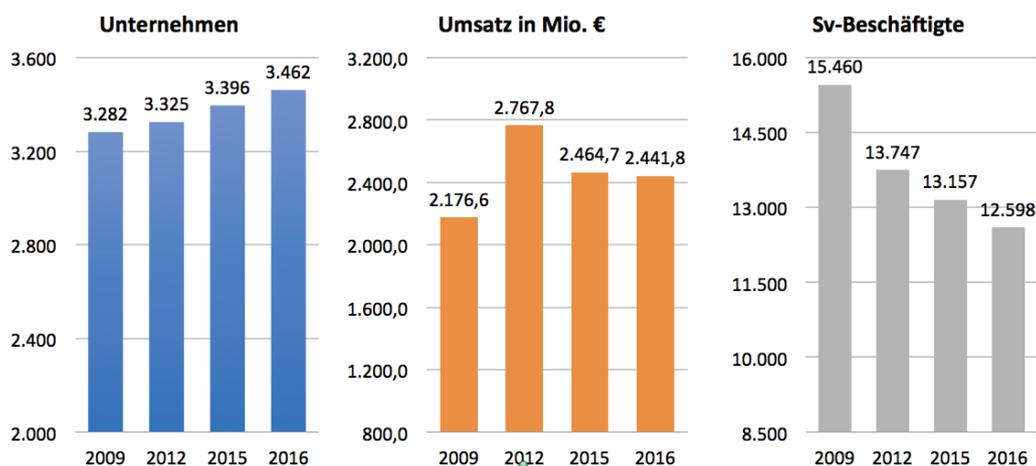
Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz. *Wirtschaftszweig mehreren Teilmärkten zugeordnet

Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Innerhalb des Kunsthandwerks stellten die Fotografen und die Steinbildhauer mit zusammen 59 Prozent mehr als die Hälfte der Selbständigen und Unternehmen im Kunsthandwerk. Mit 18 Prozent Anteil erreichten die Schmuckproduzenten noch eine relevante Größe, während die übrigen Wirtschaftszweige jeweils unter 10 Prozent Anteile belegten.

Beim Umsatz erzielte die Schmuckproduktion 36 Prozent Anteil und die Hohlglasproduktion erreichte 22 Prozent. Die Steinbildhauerei belegte 14 Prozent, die übrigen blieben unter 10 Prozent. Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erzielten vier Wirtschaftszweige zweistellige Anteilswerte. In der Rangfolge sind dies die Steinbildhauerei mit 28 Prozent, die Schmuckproduktion mit 27 Prozent, die Korkherstellung mit 13 Prozent und die Buchbinderei mit 11 Prozent.

Abb. 3.14 Entwicklung des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz, Sv-Beschäftigte = sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitbeschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte (Minijobs).
 Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Unternehmen und Selbständige

Die Zahl der Unternehmen wuchs im Vergleichszeitraum von 2009 regelmäßig und erreichte im Jahr 2016 einen moderaten Zuwachs von insgesamt 5 Prozent. Die

Unternehmensentwicklung wurde ausschließlich geprägt von zwei Wirtschaftszweigen, die positive Entwicklungsverläufe aufweisen können. Das ist zum einen das fotografische Handwerk mit einem Zuwachs im Zeitverlauf von 38 Prozent. Zum anderen ist dies die Musikinstrumentenproduktion mit einem Zuwachs von 5 Prozent. Alle anderen Handwerkszweige weisen Minusraten im Untersuchungszeitraum auf. Ohne die Fotografen würde das gesamte Kunsthandwerk bereits einen Schrumpfungsprozess zeigen.

Umsatz

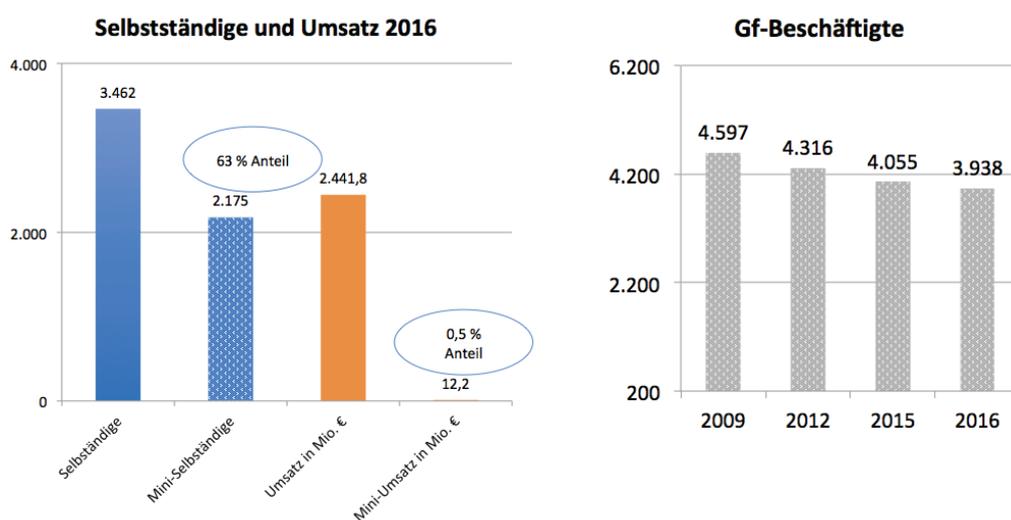
Beim Umsatz bietet sich ein anderes Bild. Hier sind die Zuwachsraten bedeutend besser. Die Mehrheit der 9 Wirtschaftszweige zeigt positive Entwicklungstrends, so dass das gesamte Kunsthandwerk im Vergleichszeitraum ein Umsatzplus von 12 Prozent erreichte. Das Jahr 2012 fällt auch im Kunsthandwerk aus dem üblichen Rahmen, da hier die

Schmuckproduktion mit einem Umsatz von 1,2 Milliarden exorbitant gestiegen ist, dies als Folge der Krise im Jahr 2009 und dem darauf folgenden Nachholbedarf.

Beschäftigung

Im Beschäftigungsmarkt schrumpft das Kunsthandwerk über den gesamten Zeitraum und verlor im Zeitverlauf fast 20 Prozent bis zum Jahr 2016. Die Beschäftigungsverluste waren in nahezu allen Handwerksbereichen erheblich und erreichten zweistellige Minusraten. Nur ein Wirtschaftszweig blieb von Verlusten im Beschäftigungssektor verschont und konnte seinen Markt stabilisieren. Das waren die Steinbildhauer, die im gesamten Zeitraum ein Wachstumsplus von 4 Prozent erreichten. Dies war jedoch zu wenig, um die Beschäftigungsverluste der anderen Wirtschaftszweige kompensieren zu können.

Abb. 3.15 Minibereich des Kunsthandwerks in Baden-Württemberg



Hinweis: Selbstständige einschließlich Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und Mini-Selbstständige mit weniger als 17.500 Euro. Da Mini-Selbstständige auf der Basis des Jahres 2013 wurden, kann keine Entwicklung für diese Kategorie dargestellt werden. Gf-Beschäftigte = geringfügig Beschäftigte (Minijobs). Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Mini-Selbständigen im Kunsthandwerk von Baden-Württemberg sind unerwartet zahlreich. Sie erreichten eine Anzahl von rund 2.200 Personen. Dies entspricht einem Anteil

von 63 Prozent an den wirtschaftlich relevanten Selbständigen. Dieser Anteil ist unerwartet hoch, da im Kunsthandwerk überwiegend gewerblich tätige Handwerksunternehmen zu finden sind. Die Ursache liegt darin, dass mehr als die Hälfte dieser Mini-Selbständigen bei den Fotografen zu finden sind. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten schrumpfte ähnlich wie die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Vergleichszeitraum um insgesamt 14 Prozent. Von diesem Schrumpfungsprozess waren fast alle Handwerkszweige betroffen.

Zum Bundesgebiet gibt es für das Kunsthandwerk keine Vergleichsmöglichkeit, weil es im Bundesmonitoring Kultur- und Kreativwirtschaft nicht berücksichtigt wird.

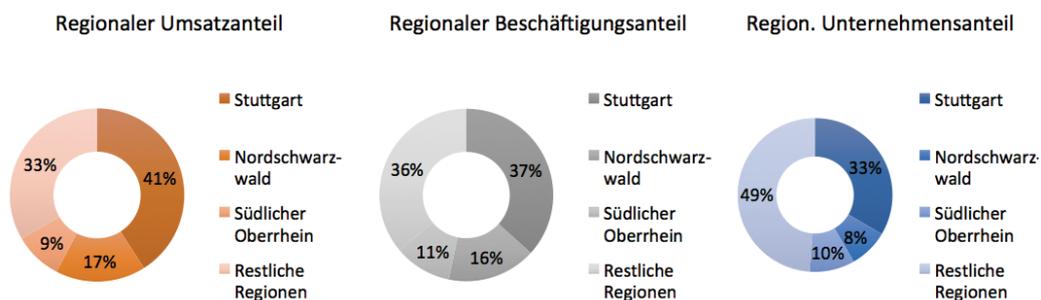
Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Entwicklungsdynamik im Kunsthandwerk eher zurückhaltend ist. Trotz der minimal positiven Unternehmens- und Umsatzzuwächse, scheint das Kunsthandwerk in Baden-Württemberg in einer strukturell eher schwierigen Phase zu sein. Die Kurve der Unternehmensentwicklung zeigt in fast allen Wirtschaftszweigen nach unten, lediglich das exorbitante Wachstum bei den Fotografen überdeckt diese Gesamtentwicklung. Die Beschäftigungsmärkte im Kunsthandwerk unterliegen im Untersuchungszeitraum einem kontinuierlichen Schrumpfungsprozess. Dies deutet darauf hin, dass die Geschäftslage im Kunsthandwerk nicht sehr stabil zu sein scheint.

3.5 Direkte wirtschaftliche Effekte in ausgewählten Regionen Baden-Württembergs

In diesem Kapitel werden beispielhaft Auswertungen zu regionalen Schwerpunkten der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte vorgestellt. Allerdings muss vorab konstatiert werden, dass in allen Regionen Baden-Württembergs nennenswerte Designaktivitäten zu beobachten sind. Aus Kapazitätsgründen wurde hier eine Beschränkung auf drei Regionen vorgenommen, die in dem Cluster Designwirtschaft im engeren Sinne zu den stärksten gehören. Dazu zählt die Region Stuttgart, die Region Nordschwarzwald und die Region Südlicher Oberrhein. Alle drei Regionen weisen hinsichtlich des Clusters Designwirtschaft im engeren Sinne die stärksten Kennzahlen zu Umsatz und Beschäftigung auf. Erwähnenswert ist dessen ungeachtet, dass die Regionen Mittlerer Oberrhein, Rhein-Neckar und die beiden Bodenseeregionen ebenfalls ausgeprägte designwirtschaftliche Profile im weiteren Sinne vermuten lassen.

Über die 3 ausgewählten Regionen lassen sich empirisch z. T. erhebliche Profile der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte identifizieren.

Abb. 3.16 Regionale Profile der Designwirtschaft in Baden-Württemberg

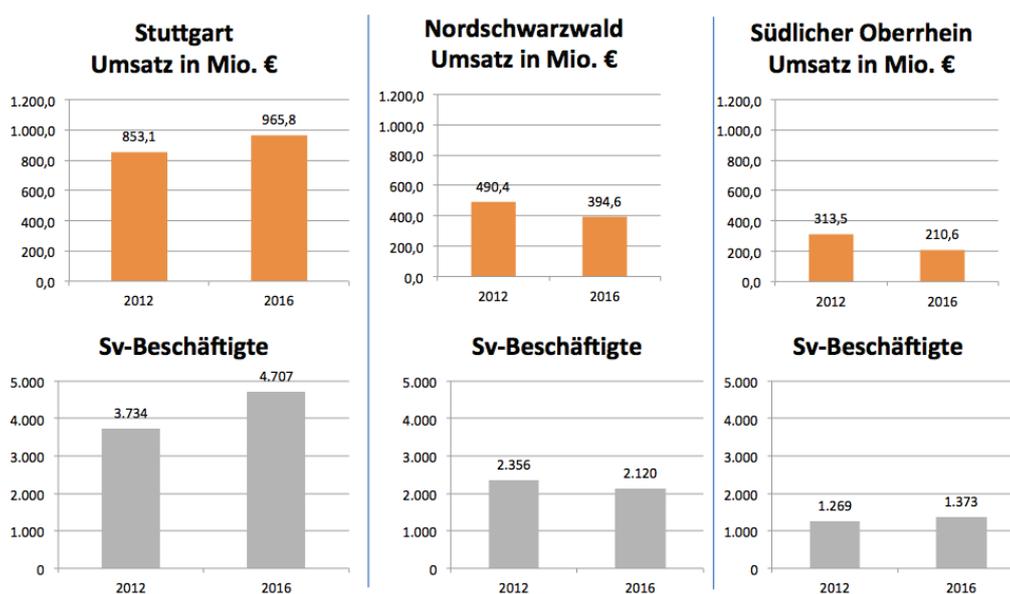


Hinweis: Jahresumsatz ab 17.500 Euro. Beschäftigung = sozialversicherungspflichtig. Unternehmen und Selbständige ab 17.500 Euro. Quelle: Unternehmensregister Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie die Abbildung deutlich macht, ist die Region Stuttgart der überragende regionale Cluster in Baden-Württemberg mit Blick auf die Designwirtschaft im engeren Sinne. 41 Prozent des

gesamten Umsatzes in der Designwirtschaft Baden-Württembergs werden hier erwirtschaftet. Auch beim Beschäftigungsmarkt steht Stuttgart mit 37 Prozent an der Spitze, ebenso bei der regionalen Unternehmensverteilung mit einem Anteil von 33 Prozent an allen Designunternehmen in Baden-Württemberg. Die beiden Regionen Nordschwarzwald und südlicher Oberrhein stehen an zweiter und dritter Stelle hinsichtlich des Umsatz- und Beschäftigungsanteils der Designwirtschaft.

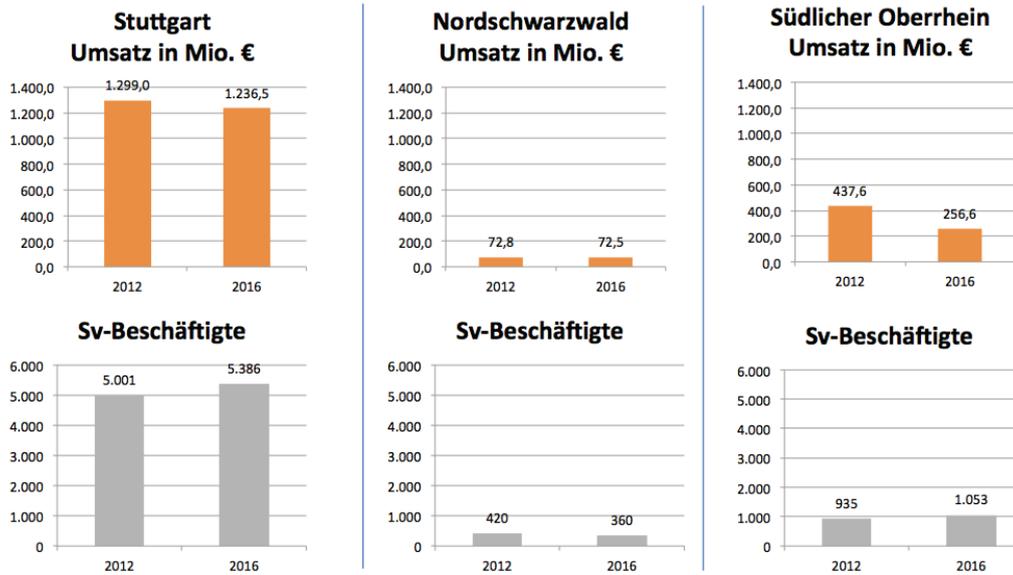
Abb. 3.17 Designwirtschaft – Entwicklung der drei regionalen Cluster



Hinweis: Jahresumsatz ab 17.500 Euro. Sv = sozialversicherungspflichtig. Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung der Designwirtschaft in Stuttgart konnte trotz der überragenden absoluten Stellung in den Vergleichsjahren 2012 und 2016 noch zulegen. Die positive Umsatzentwicklung korreliert mit einer ebenso positiven Entwicklung im Beschäftigungsmarkt. Die beiden Vergleichsregionen Nordschwarzwald und Südlicher Oberrhein hingegen mussten in den Vergleichsjahren beim Umsatz Verluste hinnehmen. Bei der Beschäftigung legte die Region Südlicher Oberrhein leicht zu, die Region Nordschwarzwald musste auch hier Einbußen hinnehmen.

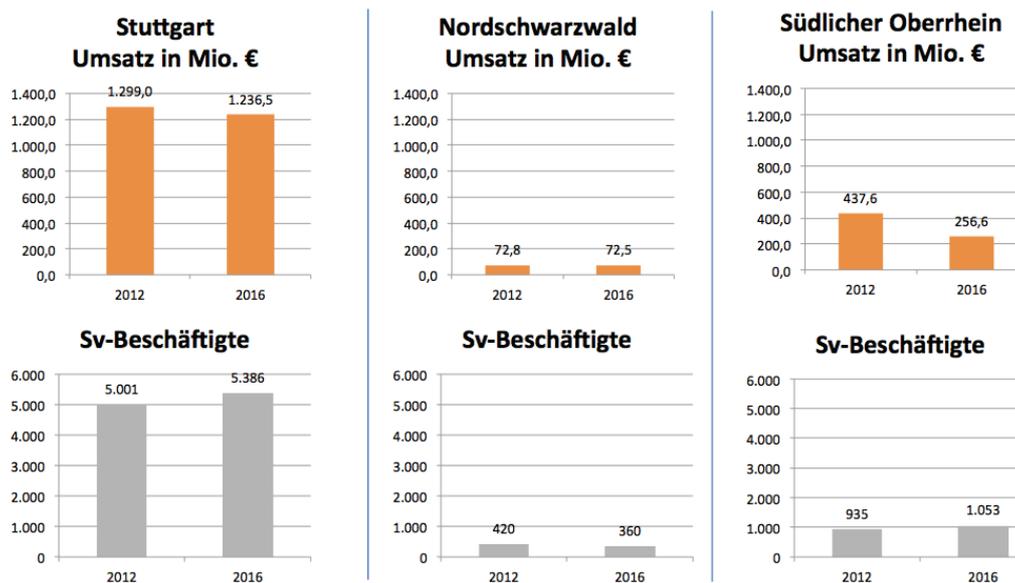
Abb. 3.18 Architekturmarkt – Entwicklung der drei regionalen Cluster



Hinweis: Jahresumsatz ab 17.500 Euro. Sv = sozialversicherungspflichtig. Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bei der Entwicklung im Architekturmarkt lag Stuttgart beim Umsatz und bei der Beschäftigung ebenfalls an erster Stelle. Der Abstand zu den beiden Regionen Nordschwarzwald und Südlicher Oberrhein ist zwar erheblich, immerhin hatten aber beide Regionen in den Untersuchungsjahren positive Entwicklungen.

Abb. 3.19 Werbemarkt – Entwicklung der drei regionalen Cluster



Hinweis: Jahresumsatz ab 17.500 Euro. Sv = sozialversicherungspflichtig. Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Beim Werbemarkt verlief die Umsatzentwicklung in der Region Stuttgart negativ, während die Beschäftigung zunahm. Ein Grund für diese widersprüchliche Entwicklung könnte darin liegen, dass Unternehmen, die in Stuttgart ansässig waren, ihren Unternehmenssitz in andere Regionen verlegt haben, bei gleichzeitiger Beibehaltung von Betriebsstätten als Beschäftigungsort. In der Region Nordschwarzwald stagnierte der Umsatz, während die Beschäftigung minimal zurückging. In der Region Südlicher Oberrhein wird eine ähnliche Entwicklung wie in Stuttgart sichtbar, während die Zahl der Unternehmen zurückging, stieg die Beschäftigung. Auch hier kann ein ähnliches Phänomen wie in Stuttgart vermutet werden.

Diese vorläufigen Daten lassen erste Trends in den untersuchten Regionen erkennen. Es bleibt festzustellen, dass alle Regionen Baden-Württembergs untersucht werden können. Denn die Datenbestände der amtlichen Statistik in Baden-Württemberg gehören vermutlich zu den besten in allen Bundesländern.

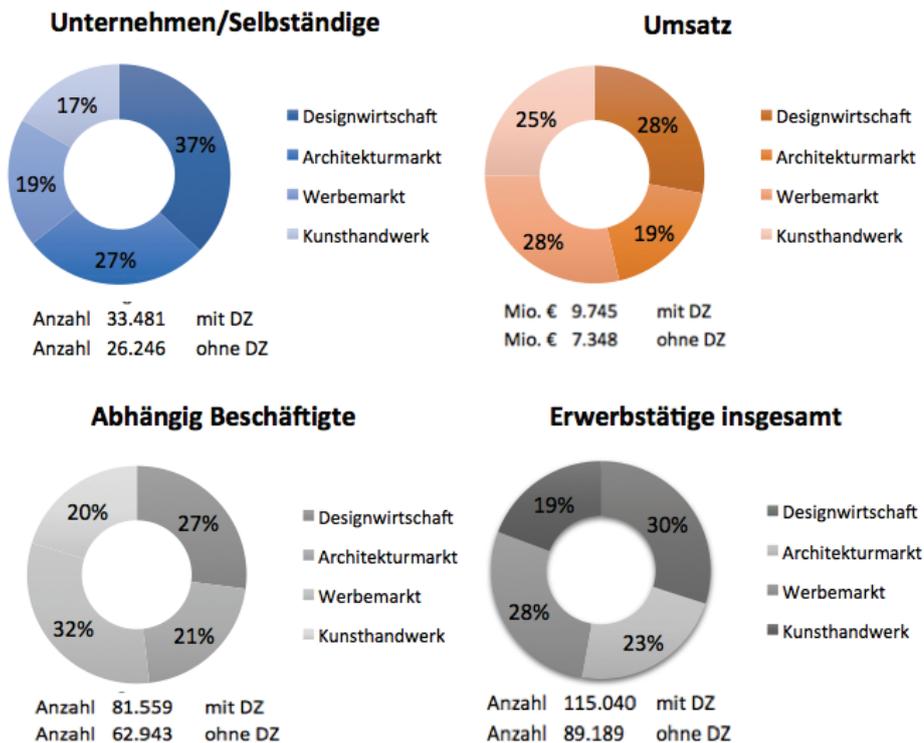
3.6 Die direkten Effekte der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte im Gesamtüberblick

Die vier einzeln vorgestellten Teilmärkte werden nun in einem kurzen Überblick zusammenfassend eingeordnet.

Für den Kern- und Minibereich zusammen gelten folgende Eckdaten für das Wirtschaftsjahr 2016: rund 26.200 Selbständige und Unternehmen waren in allen vier Teilmärkten aktiv. Das entspricht einem Anteil von 3,2 Prozent an der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg. Insgesamt erzielten die Unternehmen und Selbständigen ein Umsatzvolumen von 7,3 Mrd. Euro, das ist ein Anteil von 0,7 Prozent am Umsatz in der Gesamtwirtschaft. In den vier Teilmärkten gab es rund 62.900 abhängig Beschäftigte, die einen Anteil von 1,1 Prozent an der Gesamtbeschäftigung in Baden-Württemberg erreichen. Insgesamt gab es in den vier Teilmärkten zusammen rund 89.200 Erwerbstätige (alle Beschäftigungsformen). Sie erreichen einen Anteil von 1,4 Prozent an der Erwerbstätigkeit in der Gesamtwirtschaft. Der Beitrag zur Bruttowertschöpfung, den die vier Teilmärkte erbrachten liegt bei 3,5 Mrd. Euro und erreicht damit einen Anteil an der Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft Baden-Württembergs von 0,8 Prozent.

Die folgende Abbildung zeigt die unterschiedlichen Anteile der vier Teilmärkte an den untersuchten Kategorien Unternehmen, Umsatz, abhängig Beschäftigte und Erwerbstätige insgesamt.

Abb. 3.20 Gesamtüberblick zur Designwirtschaft und ihren komplementären Teilmärkten
2016



Hinweis: *DZ = Doppelzählung; GW = Gesamtwirtschaft. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur f. Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In der Kategorie Unternehmen/Selbständige ist die Designwirtschaft der größte Teilmarkt, gefolgt vom Architekturmarkt. Zu den kleineren Teilmärkten in dieser Kategorie zählen der Werbemarkt und das Kunsthandwerk.

Bei der Kategorie Umsatz sind die Designwirtschaft und der Werbemarkt auf gleicher Höhe, gefolgt vom Kunsthandwerk. Den kleinsten Teilmarkt stellt hier der Architekturmarkt.

In der Kategorie Beschäftigung liegt der Werbemarkt an erster Stelle, gefolgt von der Designwirtschaft. Auf die Plätze drei und vier folgen der Werbemarkt und das Kunsthandwerk.

In der Kategorie Erwerbstätige führt die Designwirtschaft, gefolgt von Werbemarkt, Architekturmarkt und Kunsthandwerk.

Die Abbildung zeigt die recht wechselnde Verteilung der Anteile in den vier Teilmärkten. Lediglich das Kunsthandwerk belegt außer beim Umsatz bei allen übrigen untersuchten Kategorien den vierten Platz.

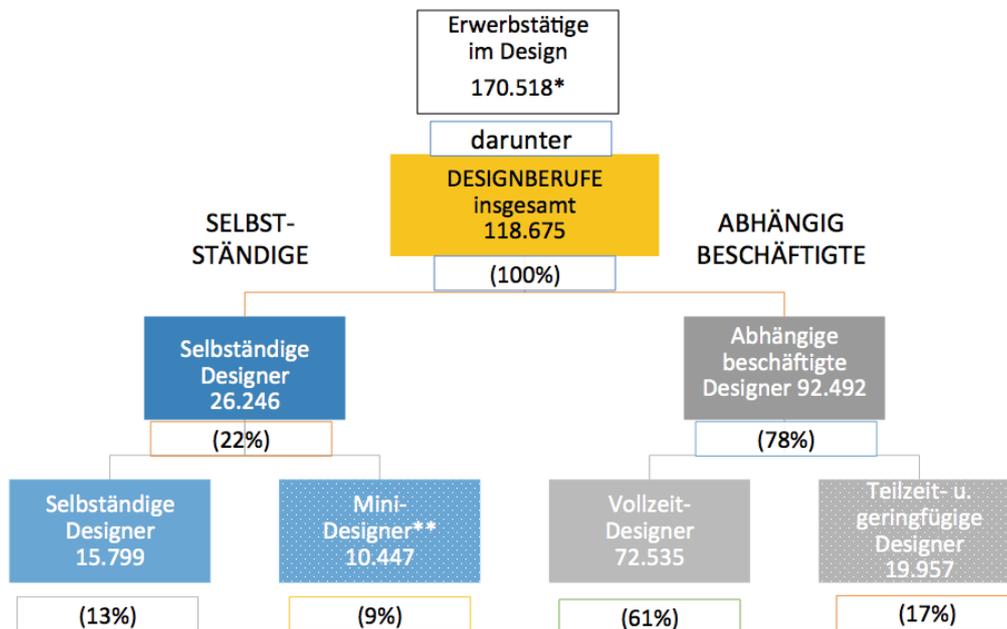
In Kapitel 5.1.2 folgt noch einmal eine abschließende Bewertung der direkten Effekte der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte im Gesamtüberblick.

4 Indirekte wirtschaftliche Effekte durch Designberufe in Baden-Württemberg (Berufsperspektive)

Im folgende Kapitel werden die empirischen Befunde zu den indirekten wirtschaftlichen Effekten durch die Designberufe in Baden-Württemberg vorgestellt. Dies erfolgt mittels grafischer und tabellarischer Aufbereitung. Die beschäftigungsrelevanten und wirtschaftlichen Schlussfolgerungen zu den indirekten Effekten werden im Kapitel 5.1.2 zusammenfassend dargestellt.

4.1 Das Erwerbstätigenpotenzial des Designs

Abb. 4.1 Anzahl der Designberufe in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2016/2017 – Selbständige und abhängig Beschäftigte –



Hinweis: *einschließlich rund 51.800 Beschäftigte in der Designwirtschaft und ihren komplementären Teilmärkte Architektur, Werbung und Kunsthandwerk, die nicht als Designer tätig sind, z.B. Büropersonal, etc.
Selbständige/Freiberufler ab 17.500 Euro Jahresumsatz; Vollzeitbeschäftigte in sozialversicherungspflichtiger Stellung;
**Mini-Selbständige bis 17.500 Euro Jahresumsatz, die sofern im Nebenerwerb tätig evtl. auch doppelt erfasst sind;
Teilzeitbeschäftigte einschließlich Midi-Beschäftigte in sozialversicherungspflichtiger Stellung, geringfügige Beschäftigte

(ausschließliche „Minijobs“ und nicht im Nebenberuf). Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abb. 4.2 Globaldaten zu den beschäftigungsbezogenen Effekten des Designs in Baden-Württemberg 2016/2017

Thema	Einheit	Anzahl/Anteil
I. Gesamtbeschäftigungseffekte durch Design		
Erwerbstätige im Design insgesamt	Anzahl	170.518
Erwerbstätige Designer	Anzahl	118.675
Abhängig Beschäftigte, jedoch nicht im Designberuf	Anzahl	51.843
II. Selbständige Designer u. abhängig beschäftigte Designer in der Gesamtwirtschaft		
Erwerbstätige Designer	Anzahl	118.675
Selbständige Designer	Anzahl	26.246
Abhängige beschäftigte Designer	Anzahl	92.429
Abh. bes. Designer in der Kultur- und Kreativwirtschaft	Anzahl	16.900
Abh. bes. Designer außerhalb	Anzahl	75.529
III. Abhängige beschäftigte Designer in der Gesamtwirtschaft		
Abhängige beschäftigte Designer	Anzahl	92.429
Alle abhängig Beschäftigten	Anzahl	5.301.075
Anteil Designer an Gesamtbeschäftigung	%	1,7%
IV. Abhängige Designbeschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft		
Abhängig beschäftigte Designer (KKw)	Anzahl	16.900
V. Abhängige Designbeschäftigte außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft		
Abhängig beschäftigte Designer (außerhalb KKw)	Anzahl	75.529
VI. Erwerbstätigkeit in der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte		
Selbständige Designer	Anzahl	26.246
Abh. Beschäftigte Designer	Anzahl	11.100

Abh. Beschäftigte	Anzahl	51.843
Erwerbstätige	Anzahl	89.189

VII. Abhängige beschäftigte Designer in der Gesamtwirtschaft

BWS durch abhängig beschäftigte Designer	Mrd. €	7,5
BWS der Gesamtwirtschaft	Mrd. €	429,0
Anteil BWS durch Design an BWS der Gesamtwirtschaft	%	1,7%
BWS je abhängig beschäftigte Designer	in Tsd. €	80,9

VIII. Abhängige Designbeschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft

BWS durch abhängig beschäftigte Designer	Mrd. €	1,7
--	--------	-----

IX. Abhängige Designbeschäftigte außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft

BWS durch abhängig beschäftigte Designer	Mrd. €	5,8
BWS je abhängig beschäftigte Designer	in Tsd. €	76,5

Hinweis: svB = sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Voll und Teilzeit (ohne geringfügig Beschäftigte aber bis Midi)

agfB = ausschließlich geringfügig Beschäftigte (Minijobs bis 450 Euro monatlich)

gf-B mit/ohne NJ= ausschließlich geringfügig Beschäftigte und im Nebenjob oder ohne Nebenjob

VGR-BW = Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Länderergebnisse Baden-Württemberg

UST/BA = Umsatzsteuer-/Beschäftigungsstatistik

UST (VO,VL) = Umsatzsteuer Voranmeldung = Selbständige/Unternehmen ab 17.500 Euro,

Umsatzsteuer Veranlagung = Selbständige/Unternehmen bis 17.500 Euro

Quellen: Sonderauswertung, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Umsatzsteuerstatistik Voranmeldung,

Veranlagung

Sonderauswertung, Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik mit Beschäftigungsformen

Destatis, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

**Abb. 4.3 Die Top 10 Branchen mit den größten Beschäftigungspotenzialen an Designern
2016/2017**

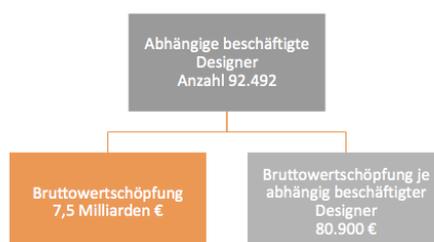
Branche	Rang	Anzahl der Designer(1)	Anzahl Gesamtbeschäftigte in der Branche	Anteil der Designer an der Branche
Architektur- und Ingenieurbüros	1	10.156	107.001	9,5%
Software-/IKT-Dienstleistung	2	6.365	126.492	5,0%
DV-Geräte-Industrie	3	6.042	30.031	20,1%
Maschinenbau	4	4.455	290.088	1,5%
Automobilindustrie	5	4.110	219.941	1,9%
Papierindustrie	6	4.009	22.898	17,5%
Einzelhandel	7	3.803	387.880	1,0%
Möbelindustrie	8	3.050	83.919	3,6%
Großhandel	9	2.988	230.648	1,3%
Rechts-/Unternehmensberat. etc.	10	2.958	175.855	1,7%

Hinweis: (1) alle sozialversicherungspflichtigen Voll-/Teilzeitbeschäftigten und ausschließlich geringfügig Beschäftigten.

Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

4.2 Die wirtschaftlichen Effekte des Designs

Abb. 4.4 Das Wertschöpfungspotenzial durch abhängig beschäftigte Designer in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2016/2017



Abhängig beschäftigte Designer in BW (1)	Anzahl	92.429
Bruttowertschöpfung durch abhängig beschäftigte Designer (2)	Mrd. €	7,5
Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft in BW (3)	Mrd. €	429,0
Wertschöpfung der Designer an gesamter Bruttowertschöpfung	Anteil	1,7%
Bruttowertschöpfung je abhängig beschäftigter Designer	in Tsd. €	80,9

Hinweis: (1) alle sozialversicherungspflichtigen Voll-/Teilzeitbeschäftigten und ausschließlich geringfügig Beschäftigten. (2) Schätzung auf Basis der Bundesangaben zur Bruttowertschöpfung je Beschäftigter. (3) Bruttowertschöpfung in jeweiligen Preisen. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abb. 4.5 Die Top 10 Branchen mit den größten Bruttowertschöpfungsbeiträgen durch Designer 2016/2017

Branche	Rang	Bruttowertschöpfung durch Design in Mio. € (1)	Anzahl der Designer(2)
Architektur- und Ingenieurbüros	1	789	10.156
Software-/IKT-Dienstleistung	2	681	6.365
Automobilindustrie	3	587	4.110
Maschinenbau	4	382	4.455
Papierindustrie	5	314	4.009
DV-Geräte-Industrie	6	298	6.042
Druckgewerbe	7	252	2.200
Großhandel	8	231	2.988
Rechts-/Unternehmensberat. etc.	9	210	2.958
Möbelindustrie	10	198	3.050

Hinweis: (1) Bruttowertschöpfung in jeweiligen Preisen (2) alle sozialversicherungspfl. Voll-/Teilzeitbeschäftigten und ausschließlich geringfügig Beschäftigten.

Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abb. 4.6 Die Top 10 Branchen mit der größten Produktivität durch Designer 2016/2017

Branche	Rang	Produktivität in 1.000 € (1)	Anzahl der Designer(2)
Pharmazieindustrie	1	176,6	488
Automobilindustrie	2	142,8	4.110
Chemische Industrie	3	136,2	355
Druckgewerbe	4	114,5	2.200
Sonstiger Fahrzeugbau	5	114,2	253
Freiberufl., wiss., technische Büros	6	107,1	1.112
Software-/IKT-Dienstleistung	7	107,0	6.365
Kreative, künstlerische Tätigk. etc.	8	92,9	1.950
Elektroindustrie	9	86,2	1.406
Maschinenbau	10	85,8	4.455

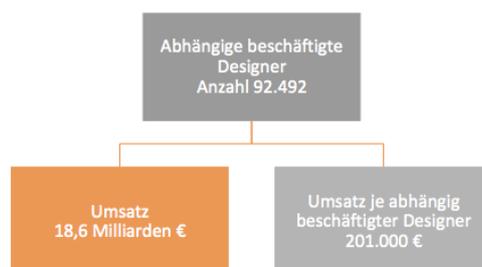
Hinweis: (1) Bruttowertschöpfung je abhängig beschäftigter Designer (2) sozialversich. Voll-/Teilzeitbeschäftigten, ausschl. geringfügig Beschäftigten. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abb. 4.7 Die Top 10 Branchen mit den größten Umsätzen durch Designer 2016/2017

Branche	Rang	Umsatz mit Design in Mio. €	Anzahl der Designer(2)
Großhandel	1	2.945	2.988
Automobilindustrie	2	2.666	4.110
Papierindustrie	3	1.509	4.009
Architektur- / Ingenieurbüros	4	1.208	10.156
Einzelhandel	5	1.173	3.803
Software-/IKT-Dienstleistung	6	1.026	6.365
Maschinenbau	7	962	4.455
Hochbau	8	744	2.033
DV-Geräte-Industrie	9	661	6.042
Druckgewerbe	10	640	2.200

Hinweis: (2) alle sozialversicherungspfl. Voll-/Teilzeitbeschäftigten und ausschließlich geringfügig Beschäftigten.
 Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abb. 4.8 Das Umsatzpotenzial durch abhängig beschäftigte Designer in der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg 2016/2017



Abhängig beschäftigte Designer in BW (1)	Anzahl	92.429
Umsatz durch abhängig beschäftigte Designer (2)	Mrd. €	18,6
Umsatz der Gesamtwirtschaft in BW	Mrd. €	1.065,6
Umsatz der Designer am Umsatz der Gesamtwirtschaft	Anteil	1,7%
Umsatz je abhängig beschäftigter Designer	in Tsd. €	201,0

Hinweis: (1) alle sozialversicherungspflichtigen Voll-/Teilzeitbeschäftigten und ausschließlich geringfügig Beschäftigten. (2) Schätzung auf Basis der Bundesangaben zur Bruttowertschöpfung je Beschäftigter. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Abb. 4.9 Die acht Designberufedomains



Hinweis: Die Auswertung und Darstellung der Designberufe nach den acht Domains ist derzeit noch nicht möglich, da hierzu die feinste fachliche Gliederung nach der 4-Steller Berufsuntergruppe notwendig.

In nachfolgender Übersicht werden deshalb die Auswertungen in der Gliederung nach fachlicher Gruppierung der Klassifikation der Berufe (KIdB2010) vorgestellt.

Abb. 4.10 Das Potenzial der Designberufe in berufsfachlicher Perspektive

Designrelevante Berufsgruppen in der fachlichen Gliederung der Klassifikation der Berufe (KldB2010) Bundesagentur für Arbeit	Beschäftigung (1)	Design Intensität (2)	Designbeschäftigte (3)
KldB - Berufshauptgruppe	Anzahl	Anteilswert	Anzahl*
	2017	2017	2017
12 Gartenbauberufe, Floristik	40.782	5,8%	2.373
22 Kunststoff- u. Holzherst.,-verarbeitung	88.806	0,3%	264
23 Papier-,Druckberufe, technische Mediengestaltung	47.127	41,8%	19.720
27 Techn.Entwickl.Konstr.Produktionssteuer.	240.145	5,5%	13.206
28 Textil- und Lederberufe	24.834	10,4%	2.571
31 Bauplanung,Architektur,Vermessungsberufe	39.179	43,1%	16.902
43 Informatik- und andere IKT-Berufe	136.675	6,3%	8.555
71 Berufe Unternehmensführung,-organisation	675.508	0,7%	4.823
82 Nichtmedizinische Gesundheit, Körperpflege, Medizintechnik	121.640	0,6%	704
84/91 Lehrende und ausbildende Berufe, Wissenschaftler	106.379	0,4%	407
92 Werbung, Marketing, kaufm, redaktionelle Medienberufe	70.520	11,8%	8.340
93 Produktdesign, Kunsthandwerk	10.533	94,9%	9.992
94 Darstellende, unterhaltende Berufe	17.754	26,1%	4.637
Summe Designrelevante Berufshauptgruppen (2-Steller)	1.619.882	-	92.492
<i>%-Anteil der Designberufegruppe an Gesamtbeschäftigung</i>	<i>30,6%</i>	-	<i>1,7%</i>
00 Gesamtbeschäftigung (alle Berufsgruppen)	5.301.075	-	5.301.075

Hinweis: (1) Sozialversicherungspflichtig und ausschließlich geringfügig Beschäftigte.

(2) Designintensität ermittelt nach dem Anteil der designrelevanten Berufe aus dem Zensus 2011 in 4-stellig fachlicher Berufsgliederung und teilweise geschätzt. (3) Schätzwerte für die 2-stelligen Berufshauptgruppen, die designrelevante Berufe enthalten.

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

5 Fazit

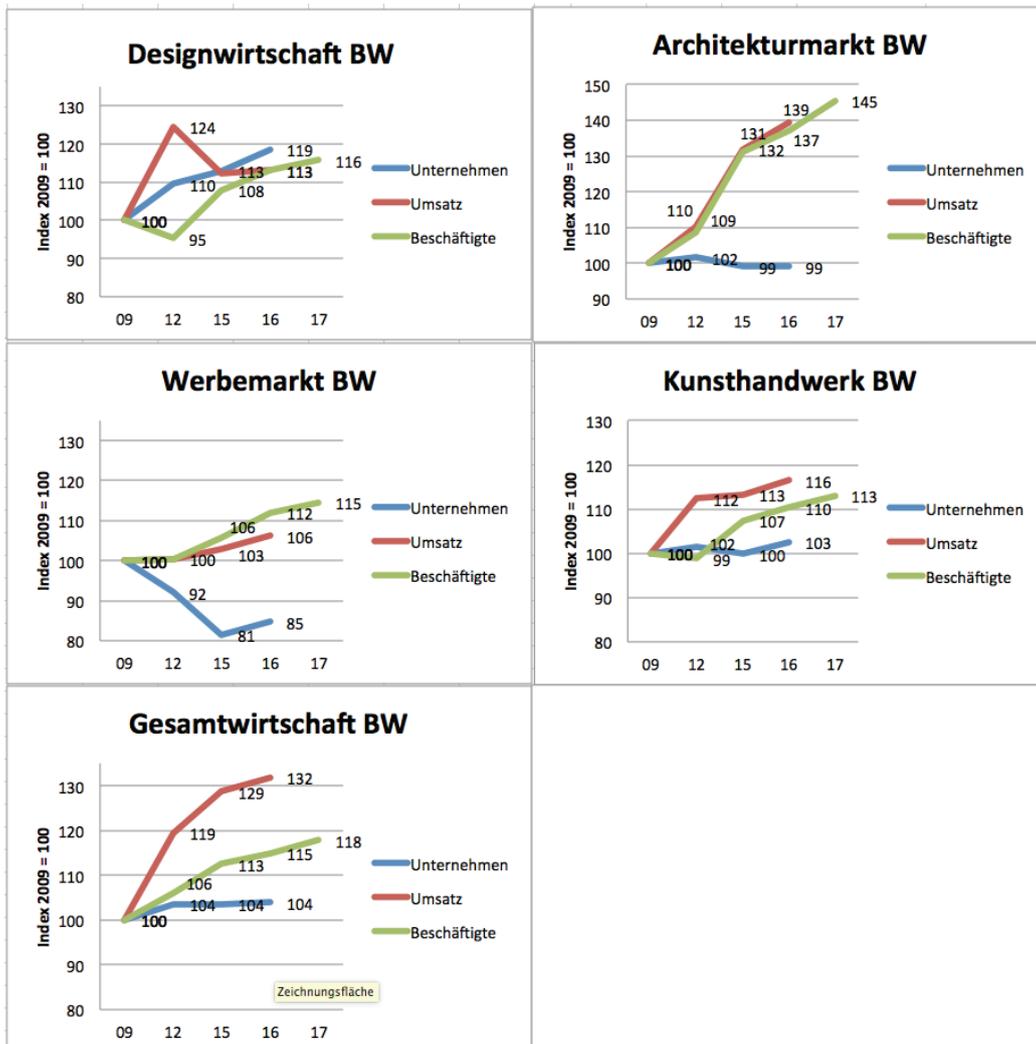
5.1 Schlussfolgerungen aus den empirischen Befunden zu den direkten und indirekten wirtschaften Effekten des Designs

5.1.1 Direkte wirtschaftliche Effekte der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte

Um die Entwicklungschancen der Designwirtschaft und ihrer komplementären Teilmärkte bewerten zu können, soll ein Vergleich zur Gesamtwirtschaft dargestellt werden.

Die folgende Abbildung zeigt deutlich den Anstieg des **Umsatzes** der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg zwischen dem Jahr 2009 und dem Jahr 2016. In diesem Zeitraum beträgt die Zunahme 32 Prozent. Mit dieser überdurchschnittlichen Wachstumsdynamik konnte nur der Architekturmarkt mithalten, die anderen drei Teilmärkte blieben weit dahinter. Das Kunsthandwerk lag im Vergleichszeitraum zwar an zweiter Stelle, hat aber mit 16 Prozent Zuwachs lediglich die Hälfte aufzuweisen. Die Designwirtschaft zeigte im Vergleichszeitraum erhebliche Bewegung und lag am Ende bei einem Plus von 13 Prozent. Diese volatile Bewegung hing eng zusammen mit der schwierigen Situation der Wirtschaftszweige Schmuckproduktion und Werbegestalter. Ohne diese beiden Wirtschaftszweige wäre die Umsatzkurve gänzlich anders verlaufen. Nach dem Jahr 2012 wäre sie nicht eingebrochen, sondern unvermindert angestiegen und hätte im Vergleichszeitraum nach vorläufigen Berechnungen ein Umsatzplus von 57 Prozent erreicht. Demnach wäre der Entwicklungsverlauf in der Designwirtschaft deutlich besser als in der Gesamtwirtschaft gewesen. Der Werbemarkt ist bei der Umsatzdynamik mit einem Plus von 6 Prozent während des Vergleichszeitraums der schwächste der vier Teilmärkte und zeigt eine weit unterdurchschnittliche Wachstumsdynamik.

Abb. 5.1 Die Entwicklung der Designwirtschaft und ihrer komplementären Märkte im Vergleich zur Gesamtentwicklung in Baden-Württemberg, 2009-2016



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz; Beschäftigte = sozialversicherungspflichtig
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg Umsatzsteuerstatistik; Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Umsatzdynamik im Architekturmarkt wird durch eine ebenso starke Wachstumsdynamik bei den **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** ergänzt. Sie erreichten im Vergleichszeitraum ein Plus von 39 Prozent, damit wuchs der Architekturmarkt mehr als doppelt so stark, wie die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Gesamtwirtschaft

mit einem Plus von 15 Prozent. Nach den jüngsten vorliegenden Zahlen der Beschäftigungsstatistik steigt der Architekturmarkt im Jahr 2017 noch einmal um 8 Prozentpunkte an, damit setzt sich der Trend unvermindert fort. Es ist zu vermuten, dass mit diesem Beschäftigungsindikator parallel auch der Umsatzindikator steigt. Bei den übrigen drei Teilmärkten verlief die Entwicklungskurve mit 10 bis 13 Prozent vergleichbar mit der Entwicklungskurve in der Gesamtwirtschaft, die einen Anstieg von 15 Prozent zeigte. Nach den vorläufigen Zahlen aus der Beschäftigtenstatistik setzt sich in der Gesamtwirtschaft der moderate positive Trend mit einem Plus von drei Prozentpunkten fort. Das gleiche Wachstumsplus ist auch bei den weiteren drei Teilmärkten zu beobachten.

Bei der **Unternehmensentwicklung** stellt sich kein einheitliches Bild dar. Während in der Gesamtwirtschaft die Zahl um 4 Prozent im Vergleichszeitraum sehr moderat wuchs, war sie im Architekturmarkt weitgehend stabil. Auch das Kunsthandwerk zeigte mit 3 Prozent Wachstum einen moderaten Anstieg, der bezogen auf den gesamten Vergleichszeitraum eher zur Stagnation tendiert. Diametral gegensätzlich verlief die Unternehmensentwicklung im Design und in der Werbung. In der Werbewirtschaft ging die Zahl der Unternehmen bis zum Jahr 2015 um 19 Prozent rapide zurück, stieg bis zum darauf folgenden Jahr 2016 wieder um 3 Prozent an und hat ein Minus von 15 Prozent im Gesamtverlauf hinzunehmen. Im gleichen Zeitraum stieg die Unternehmensentwicklung im Design um fast 20 Prozent an.

Abschließend ist festzuhalten, dass die vier Teilmärkte sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen unterliegen. Der Architekturmarkt ist mit seinem Kammerwesen stark reguliert und hat in der Regel klare Abnehmer. Das Kunsthandwerk wird durch die Schmuckproduktion mit dem Schmuckcluster in Pforzheim stark geprägt und muss auf internationalen Märkten bestehen. Beim Werbemarkt können inzwischen die Onlineplattformen immer stärkere Anteile für sich verbuchen, damit findet dort eine strukturelle Veränderung statt. Und die Designwirtschaft ist mit ihren sieben Wirtschaftszweigen die heterogenste Branche mit den wenigsten Vorgaben bei den Marktregelungen. Allen Teilmärkten gemeinsam ist die kleinteilige Struktur mit einem hohen

Anteil an Klein- und Kleinstunternehmen. Aber lediglich der Architekturmarkt zeigt eine robuste Entwicklung, ob dies an den eindeutigen Absatzmärkten liegt, lässt sich hier nur vermuten. Es wäre allerdings wünschenswert, dass in einem so produktions- und dienstleistungsstarken Land wie Baden-Württemberg auch die übrigen Teilmärkte Design, Werbung und Kunsthandwerk ähnlich wertschöpfungsstarke Kleinunternehmen erreichen könnten.

5.1.2 Indirekte wirtschaftliche Effekte durch Designberufe für die Gesamtwirtschaft

Die indirekten wirtschaftlichen Effekte der Designberufe für die Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg scheinen atemberaubend zu sein. Mit der neuen, experimentellen Berechnungsmethode, die dieser Untersuchung zu Grunde liegt, wurde die strukturelle Bedeutung des Designs für die Gesamtwirtschaft erstmals umfassend untersucht.

Nach der herkömmlichen Berechnung der Designwirtschaft im engeren Sinne (WMK-Modell/Modell der Wirtschaftsministerkonferenz) erwirtschafteten in Baden-Württemberg im Jahr 2016 rund 34.500 Erwerbstätige ein Umsatzvolumen von schätzungsweise 2,7 Mrd. Euro. **Nach der neuen Berechnungsmethode, die nun eine volkswirtschaftliche Gesamtbetrachtung des Designs ermöglicht, sind es rund 119.000 Erwerbstätige in den Designberufen und weitere 52.000 Beschäftigte, die als Nicht-Designer in Designunternehmen arbeiten (Bürokräfte etc.), zusammen sind das rund 171.000 Erwerbstätige. Das ist nahezu die fünffache Anzahl im Vergleich zur bisherigen Berechnungsmethode. Sie erwirtschafteten zusammen rund 22,3 Mrd. Euro Umsatz und damit das Achtfache dessen, was die Designwirtschaft im engeren Sinne erzielte. Damit leistete das Design einen Bruttowertschöpfungsbeitrag von schätzungsweise rund 7,5 Mrd. Euro im Jahr 2016. Diese empirisch untermauerten Zahlen zeigen, dass die Bedeutung des Designs erheblich größer ist, als bisher angenommen.**

Zum besseren Verständnis sei noch einmal darauf hingewiesen, dass mit Design hier nicht nur der geschlossene Branchenbegriff gemeint ist, sondern alle Aktivitäten die durch Designberufe in der Gesamtwirtschaft Baden-Württembergs geleistet werden, also z. B. auch der Designer in der Automobilindustrie oder in der Medizintechnik. Wie bedeutend die Designberufe für die gesamte Volkswirtschaft sind, lässt auch an den zahlreichen Branchen erkennen, für die sie Wertschöpfung leisten. Zu den wichtigsten gehören die Architektur- und Ingenieurbranche, die Software-/IKT-Dienstleistung; die Automobilindustrie; der Maschinenbau; die Papierindustrie und die Möbelindustrie.

Die einerseits erfreuliche Breite der Designberufe in der Gesamtwirtschaft hat andererseits eine Heterogenität zur Folge, die eine wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Begleitung der Designberufe durchaus erschwert.

Mit dem vorliegenden, neuen Modell können vorerst nur die strukturellen Besonderheiten deutlich gemacht werden, weil zunächst ein Berufs- und Wirtschaftsjahr analysiert wurde. Vergleichende Entwicklungsreihen könnten erst in den kommenden Jahren erbracht werden, wenn das Modell fortgeschrieben wird.

Das Erwerbstätigenpotenzial des Designs

Von den oben erwähnten rund 171.000 Erwerbstätigen insgesamt gehören 119.000 zu den Designberufen. Von diesen 119.000 Erwerbstätigen insgesamt sind mehr als 26.000 Selbständige, das ist ein Anteil von 22 Prozent, und mehr als 92.000 sind abhängig Beschäftigte, das sind 78 Prozent. Der Anteil von 22 Prozent Selbständigen ist vergleichsweise hoch, in der Gesamtwirtschaft liegt der Anteil der Selbständigen bei rund 10 bis 11 Prozent. Der hohe Anteil in der Designwirtschaft, der im Übrigen auch in anderen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft beobachtet werden kann, liegt darin begründet, dass es hier einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Soloselbständigen gibt. Dieser Anteil kann je nach Branche sogar bis zu 80 Prozent betragen. Diese Soloselbständigkeit ist ein

zentrales strukturelles Merkmal im Design und keine temporäre Erscheinung, eher werden sie zukünftig voraussichtlich noch weiter wachsen.

Die **abhängig Beschäftigten** wurden bisher kaum erfasst, deshalb soll ihnen hier ein besonderes Augenmerk gewidmet werden. Von den insgesamt mehr als 92.000 abhängig beschäftigten Designern sind mehr als 72.000 Vollzeitbeschäftigte. Rund 20.000 Designer sind Teilzeitbeschäftigte oder ausschließlich geringfügig Beschäftigt (Minijob). Um die Relevanz der Designbranche zu unterstreichen, sollen hier die Vollzeitbeschäftigten mit ausgewählten anderen Berufsgruppen verglichen werden: In den gesamten Arztpraxen Baden-Württembergs arbeiten beispielsweise rund 49.000 Angestellte in Vollzeit; In der technischen Forschung und Entwicklung arbeiten rund 67.000 Vollzeitbeschäftigte und in der Elektrotechnik gibt es rund 75.000 Vollzeitbeschäftigte.

Der Anteil der Vollzeitbeschäftigung ist überraschend hoch, er beträgt fast 80 Prozent aller abhängig beschäftigten Designer in Baden-Württemberg. Im Vergleich dazu erreicht die Vollzeitbeschäftigung in der Gesamtwirtschaft lediglich einen Anteil von 64 Prozent. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass es neben den Soloselbständigen in der Designwirtschaft, die in der Regel wirtschaftlich weniger stark sind, auch Unternehmen gibt, die so zahlreiche Design-Vollzeitarbeitsplätze finanzieren können. Alleine ca. 10 Prozent der vollzeitbeschäftigten Designer arbeiten in Informatik- und IKT-Berufen, das sind rund 7.500 Vollzeitbeschäftigte. Zu diesen ‚digitalen Designern‘ gehören beispielsweise App-Entwickler, Web-Designer, Interface-Designer u.a.

Wo arbeiten nun aber die übrigen 90 Prozent der vollzeitbeschäftigten Designer? Um darauf eine Antwort zu finden, wurde für die vorliegende Analyse die gesamte Volkswirtschaft von Baden-Württemberg einbezogen. Es konnten insgesamt 22 Branchen identifiziert werden, die eine nennenswerte Anzahl von Designberufen beschäftigen. Beispielhaft werden hier die fünf wichtigsten Branchen mit den größten Beschäftigungsmärkten für in-house Designer vorgestellt. Dazu zählen die Architektur- und Ingenieurbranche mit rund 10.000 in-house Designern, die Software-/IKT-Dienstleistung und die DV-Geräteindustrie mit jeweils rund

6.000 in-house Designern und der Maschinenbau und die Automobilindustrie mit rund 4.000 in-house Designern.

Abschließend soll das Gesamtgewicht des Designs in Baden-Württemberg mit einer Kennzahl verdeutlicht werden, die in der Kultur- und Kreativwirtschaft allgemein verwendet wird. Die rund 171.000 Erwerbstätigen des Designs erreichen einen beachtlichen Anteil von 2,8 Prozent an allen Erwerbstätigen in Baden-Württemberg. Die Erwerbstätigkeit wird von der VGR (Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung) für das Jahr 2016 mit rund 6.165.800 angegeben (Stand: Februar/2018).

Die wirtschaftlichen Effekte des Designs

Für die wirtschaftliche Leistung einer Branche ist die Bruttowertschöpfung die bedeutsamste Kennzahl. Die Berechnung der Wertschöpfung erfolgt traditionell auf der Basis von Güterströmen und ‚physischen‘ Dienstleistungen. Das Besondere bei Designleistungen ist nun, dass sie mehrheitlich unsichtbarer bzw. immaterieller Natur sind und deshalb in der Wertschöpfungsbilanz nicht auftauchen. Daten zur Wertschöpfung des Designs sucht man daher in der amtlichen Statistik vergeblich. Dort werden jedoch auf Bundesebene die Wertschöpfungsbeiträge erhoben, die eine Branche insgesamt erzielt, ebenso, wie die Zahl der Erwerbstätigen in dieser Branche.

Um nun die **Wertschöpfungsleistung** des Designs einer Branche zu ermitteln, wurde in dieser Analyse folgendermaßen vorgegangen, am Beispiel der Automobilindustrie wird dies erläutert: Die Automobilindustrie hat nach den Angaben der VGR (der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung) im Jahr 2015 einen Wertschöpfungsbeitrag von 124 Mrd. Euro geleistet. Diese Wertschöpfungsleistung haben 868 Tsd. Beschäftigte in der Automobilbranche erwirtschaftet. Daraus wird der Quotient ermittelt, der den Pro-Kopf-Wert je Beschäftigten angibt. Dieser Wert liegt für die Automobilindustrie bei 142.800 Euro je Beschäftigten. In der amtlichen Statistik oder der Wirtschaftsstatistik wird dieser Wert auch als sogenannte

sichtbare Arbeitsproduktivität bezeichnet. Da nun die Anzahl der 4.110 Beschäftigten in den Designberufen für die Automobilbranche Baden-Württembergs ermittelt wurde, kann der Wertschöpfungsbeitrag durch Übertragung des Produktivitätswertes berechnet werden. Dieser liegt in Baden-Württemberg bei einem geschätzten Volumen von 587 Mio. Euro.

Nach dieser Berechnung ergibt sich ein Wertschöpfungsbeitrag des Designs über alle Branchen hinweg in Höhe von mehr als 7,5 Mrd. Euro. Bezogen auf die Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg, die für das Jahr 2016 bei rund 429 Mrd. Euro liegt (Angaben der VGR aus dem Februar 2018), erreicht der Anteil der designrelevanten Wertschöpfung somit 1,7 Prozent.

Die für die Wertschöpfung 10 wichtigsten Designbranchen sind die Architektur- und Ingenieurbranche mit 789 Mio. Euro, die Software-/IKT-Dienstleistung mit 681 Mio. Euro und an dritter Stelle die bereits erwähnte Automobilindustrie mit 587 Mio. Euro. Es folgen der Maschinenbau mit 382 Mio. Euro, die Papierindustrie mit 314 Mio. Euro und die Branchen mit Anteilen zwischen 300 und 200 Mio. Euro, dazu gehören die DV-Geräte-Industrie, das Druckgewerbe, der Großhandel, die Rechts- und Unternehmensberatungen und die Möbelindustrie. Auf diese Branchen konzentriert sich bereits rund die Hälfte der designrelevanten Wertschöpfung in Baden-Württemberg.

Mit diesem hier erstmals angewandten Berechnungsmodell ist es zukünftig möglich, die ökonomische Bedeutung der indirekten Designeffekte auf einer quantifizierbaren Basis fortzuschreiben und damit eine größere Wahrnehmung in der Fachöffentlichkeit zu ermöglichen.

Um eine angemessene Bewertung dieser neuartigen Untersuchungsmethode vornehmen zu können, sollen die Zahlen aus dem Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg aus dem Jahr 2014 zum Vergleich genannt werden. Demnach waren in der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt rund 231.000 Erwerbstätige (alle

Beschäftigungsformen) beschäftigt, die ein Umsatzvolumen von ca. 23,6 Mrd. Euro erwirtschaftet haben. Der geschätzte Wertschöpfungsbeitrag lag bei rund 9,5 Mrd. Euro. **Für die hier ermittelten Werte zu den indirekten wirtschaftlichen Effekten des Designs wurden bereits rund 171.000 Erwerbstätige gezählt, die ein Umsatzvolumen von rund 22,3 Mrd. Euro erzielten und einen Wertschöpfungsbeitrag von rund 7,5 Mrd. Euro erwirtschafteten. Dieser Vergleich alleine zeigt, dass die Erweiterung des Konzepts der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die Einbeziehung der indirekten wirtschaftlichen Effekte – wie in diesem Modell dargestellt – die reale Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft enorm erweitern kann.** Mit der Fortschreibung dieses hier erstmals experimentell angewandten Konzepts kann es zukünftig ermöglicht werden, die bislang unsichtbaren innovativen Leistungen des Designs stärker sichtbar werden zu lassen.

5.2 Handlungsempfehlungen für die Zukunft der Designwirtschaft und Designberufe in Baden-Württemberg

Voraussetzungen

Die Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte sind ein heterogenes Feld. Davon zeugen alleine schon die zahlreichen designrelevanten Berufe. Design als industrienaher Branche der Kreativwirtschaft ist in weiten Teilen der Gesellschaft immerhin bekannt. Die innovative Kraft, die von der Designwirtschaft ausgeht, kann jedoch nur annähernd ermesselt werden, wenn auch die bislang weniger bekannten Designberufe und -aktivitäten stärker in den Fokus der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit gerückt werden.

Qualifizierung und Weiterbildung ist in den Wirtschaftsbranchen eine ständige Aufgabe für alle Arbeitnehmer und Unternehmer. Nun handelt es sich bei der Designwirtschaft in weiten Teilen nicht um ein klassisches Wirtschaftsfeld mit meist etablierten Strukturen und Firmen. Hier sind häufig „andersartige Unternehmer“ tätig, deren Schwerpunkt in experimentellen,

kreativen Aktivitäten und intrinsischen Motiven liegt. So sind mitunter für eine Selbständigkeit in der Designwirtschaft weniger monetäre Aspekte, sondern eher Gestaltungsabsichten und Motive wie Selbstverwirklichung, künstlerische Freiheit und soziale Anerkennung von größerer Bedeutung. Dies kann allerdings auch dazu führen, dass ökonomische Themen bei den Akteuren der Designwirtschaft vernachlässigt werden. Erschwerend kommt hinzu, dass Fragen der Selbständigkeit und des Unternehmertums im Rahmen von Aus-, Fort- und Weiterbildung eine untergeordnete Rolle spielen, obwohl ein Großteil der Künstler und Kreativen selbständig sind. Von den herkömmlichen Beratungsprogrammen fühlt sich die Zielgruppe vielfach nicht angesprochen oder aber die Beratungsangebote sind für die Zielgruppe in der klassischen Form nicht geeignet.

Die Vernetzung ist ein in der Designwirtschaft extrem wichtiges Thema. Aufgrund der Vielfalt der Designberufe und der Kleinteiligkeit der Designwirtschaft besteht ein großer Bedarf für das Arbeiten in Netzwerken. Denn dadurch können die strukturellen Nachteile zum Teil ausgeglichen werden, die durch die geringe Geschäftsgröße der Einzel- und Kleinunternehmen bedingt sind. Hinzu kommt, dass gerade der Dialog in branchenübergreifenden Netzwerken Produktentwicklungen oder -weiterentwicklungen fördern kann. Ein weiterer Vorteil besteht in der professionelleren Vermarktung der Produkte. Netzwerke eignen sich außerdem sehr gut zur Bildung von längerfristigen Kooperationen, die dem Aufbau von Kapazitäten zur Bearbeitung größerer Aufträge dienen.

Aus der vorliegenden Analyse der direkten und indirekten Effekte der Designwirtschaft für die Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg lassen sich relevante wirtschaftliche und beschäftigungsbezogene Potenziale der Designwirtschaft und der Designberufe in Baden-Württemberg ableiten. Um diese Potenziale sichern und weiterentwickeln zu können, bedarf es verschiedener Maßnahmen zur gezielten Förderung der Designberufe und der Designwirtschaft – und damit auch der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg. Allerdings

lassen sich die Maßnahmen nicht alleine aus der statistischen Analyse ableiten, sondern sie werden aus der Auswertung einschlägiger Studien insgesamt abgeleitet.¹

Vier Schwerpunkte sind für mögliche Handlungsfelder auszumachen:

1. Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Designwirtschaft
2. Verzahnung der Designwirtschaft mit Wirtschaft und Gesellschaft
3. Ergänzung der technischen Innovationen durch designbasierte Innovationen
4. Weiterführung und Vermittlung der Methodik

5.2.1 Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Designwirtschaft

Initiierung von Netzwerken

Der aktive und regelmäßige Austausch zwischen Akteuren in der Designwirtschaft und den Designerberufen hilft u. a. neue Informationen zu erlangen, wertvolles Feedback einzuholen, neuartige Kooperationen zu schließen und neue Innovationsprojekte zu starten. Deshalb ist es notwendig, Netzwerkbildungen in jeglicher Form zu initiieren und zu unterstützen.

Qualifizierungsmaßnahmen

Eine wissensintensive und innovative Branche wie die Designwirtschaft kann ohne Aus-, Fort- und Weiterbildung kaum bestehen. Hinzu kommen die Herausforderungen der Digitalisierung, die auch hier erfolgreich gemeistert werden müssen. Fundierte Fachausbildungen sowie Fort- und Weiterbildungen sollten angeboten werden, um Möglichkeiten zur Qualifizierung und damit auch zur besseren Vernetzung in der Branche zu bieten.

¹ BMWI (2018). Monitoring Kultur- und Kreativwirtschaft 2017; Kreativwirtschaft Austria (2008/2017). Dritter und Siebter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht; Bertelsmann (2018). Europe's Creative Hubs. Update 2018; MFW (2014). Datenreport 2014 zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg; SMWAV (2018). Zwischenbericht zur zweiten Kulturwirtschaftsbericht; Müller, A.; Mossig, I. (2018). Räumliche Verteilung und Entwicklungsdynamik der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2007-2016, in: Wolter, K., Schiller, D., Hesse, C. (2018): Kreative Pioniere in ländlichen Räumen. Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land, Stuttgart

Aufbau eines Wissenspools für Designberufe

Ein erleichterter Zugang zu grundlegenden Informationen ist in der eher kleinteilig strukturierten Designbranche dringend erforderlich. Zu den Themenfeldern gehören Themen wie unternehmerische Praxis ebenso, wie auch geistiges Eigentum, oder Finanzierungsmöglichkeiten bis hin zu formalen und rechtlichen Anforderungen. Die Themen sollten speziell auf die Designwirtschaft zugeschnitten sein. Dadurch kann die Gründung, Festigung und Entwicklung unternehmerischer Aktivitäten von Designberufen wesentlich unterstützt werden.

Verschlinkung bürokratischer Vorgaben

Einzel- und Kleinunternehmen, wie sie in der Designwirtschaft überwiegend anzutreffen sind, werden durch bürokratische Vorgaben und unüberschaubare Regulierungen besonders belastet, Gebühren und Steuern sind dabei noch gar nicht eingeschlossen. Vereinfachungen auf diesen Ebenen sind notwendig, um den Designunternehmern den Arbeitsalltag zu erleichtern. Dadurch wird Raum für ihre Kreativität und Innovationskraft geschaffen.

Förderung von Kooperationen

Kooperation ist eine der Voraussetzungen für Innovationen in der Designwirtschaft und daher von großer Bedeutung für die Branche. Die Reduzierung oder Beseitigung von bürokratischen Hemmnissen und ein vereinfachter rechtlicher Rahmen können die Bereitschaft und Möglichkeiten zur Kooperation der Designakteure erhöhen.

Ausbau der technischen Rahmenbedingungen

Eine schnelle und sichere Internetverbindung ist wesentliche Voraussetzung von Einzel- und Kleinunternehmen für die oben genannten Punkte. Gerade auch in peripheren Regionen sind Kommunikation, geschäftliche Beziehungen, Teilhabe an branchenspezifischem Austausch, Vernetzung, Kooperation und Vieles mehr ansonsten nur schwer umsetzbar. Der Breitbandausbau in Baden-Württemberg muss daher so schnell wie möglich umgesetzt

werden.

Einführung der dualen Ausbildung

Für Einzel- und Kleinunternehmen in der Designwirtschaft ist die handwerkliche, prozessuale und technologische Ausbildung von Lehrlingen in der Regel zu aufwendig und nicht wirtschaftlich. Um Jugendlichen dennoch einen Lehrberufe in der Designwirtschaft zu ermöglichen und die Ausbildung für Einzel- und Kleinunternehmer attraktiver zu machen, wäre eine Förderung der dualen Ausbildung für beide Seiten sehr hilfreich.

Förderung von autodidaktisch tätigen Designern

Die Zahl von Amateuren, die designwirtschaftliche Tätigkeiten im autodidaktischen Rahmen starten wächst, da die Grenze zur unternehmerischen Tätigkeit wegen der einfach zugänglichen Vermarktungsmöglichkeiten im Web schwimmend ist und die Anwendung von Technologien im Design immer einfacher zu handhaben ist. Die hier agierenden Talente sollten erkannt und deren Ideen durch gezielte Maßnahmen für den Nachwuchs in der Designwirtschaft genutzt werden.

5.2.2 Verzahnung der Designwirtschaft mit Wirtschaft und Gesellschaft

Dokumentation des Mehrwerts von Designleistungen

Die Messung und Dokumentation des Mehrwerts von Designleistungen bilden die Basis für die positive Wahrnehmung der Designwirtschaft. Laufend aktualisierte Daten und Fakten zur wirtschafts-, innovations- und regionalpolitischen Wirkung der Designwirtschaft helfen ihre Sichtbarkeit und Wahrnehmung auch in der Politik zu unterstützen.

Informationszentren für die Designwirtschaft

Eine gebündelte Kommunikation über die Leistungen der Designwirtschaft kann das Wissen und Bewusstsein in der breiten Öffentlichkeit und bei den relevanten Zielgruppen

unterstützen. In der Folge können Crossover-Effekte, Partnerschaften und Geschäftsbeziehungen gefördert werden.

Design in Schulen

Kinder und Jugendliche frühzeitig mit den Leistungen der Designwirtschaft in Berührung zu bringen kann das Bewusstsein über den Wert designerischer Leistungen stärker in der Gesellschaft zu verankern. Denkbar ist hier beispielsweise die Förderung von Projekten in Schulen.

Beratungsstellen für die Vermittlung von Designdienstleistungen

Zur Überwindung von Branchengrenzen sind günstige Rahmenbedingungen notwendig. Besonders KMUs, die noch wenige Erfahrungen mit Dienstleistern aus dem Designbereich haben, tun sich bisweilen schwer mit einer Zusammenarbeit. Um diese Hemmschwelle zu überwinden sollte die gezielte Förderung durch Designberatung weiter ausgebaut werden.

Förderung von Designangeboten in öffentlichen Institutionen

Die Designwirtschaft kann die öffentlichen Institutionen bei der Entwicklung von neuen, kundenorientierten Services, neuen Prozessen und Systemen und in der Kommunikation maßgeblich unterstützen. Daher sollte die Designwirtschaft durch die öffentliche Beschaffung aktiv und systematisch auf allen Ebenen der Verwaltung genutzt werden.

5.2.3 Ergänzung der technischen Innovationen durch designbasierte Innovationen

Labs für Austausch

Die räumliche Nähe zwischen Designschaffenden und anderen Innovations-Akteuren kann Co-Creation-Effekte erzeugen und neue Partnerschaften initiieren. Innovations- und Experimentierräume (Fablabs, Inkubatoren etc.) haben sich in der Praxis bewährt. Temporär oder permanent, digital oder physisch, bieten sie Orte, wo sich Akteure vertrauensvoll

treffen, um gemeinsam Ideen zu entwickeln, sie zu testen und sie zu realisieren.

Förderprogramme für designwirtschaftsbasierte Innovationen

Manche Designunternehmen verfügen nicht über ausreichend praktische Erfahrungen in der Anwendung unterschiedlicher Innovationsmethoden, obwohl sie bereits innovativer sind, als der Durchschnitt aller Unternehmen und Designleistungen und daher für den Innovationsstandort unverzichtbar. Das betrifft die Innovations-Nachfragenden (für die eigene unternehmerische Weiterentwicklung) und auch die Innovations-Schaffenden (indem Ideen und Konzepte für Nachfrager entwickelt werden). Wesentliche Kenntnisse, Kompetenzen und mehr Grundwissen zu vermitteln als bisher, ist die Voraussetzung für Innovation in hoher Qualität. Hier wären spezifische Förderprogramme für designwirtschaftsbasierte Innovationen zu entwickeln und umzusetzen, damit das Innovationspotenzial der Designwirtschaft gezielt gestärkt werden kann.

Zugang zu Finanzierung

Für die Förderungen von designwirtschaftsbasierten Innovationen ist der generelle Zugang zu Finanzierungen – wie zum Beispiel bei der Förderung technologischer Innovationen – zu ermöglichen und zu verbessern. Die Bewertung von immateriellen und materiellen Gütern ist hier ebenso zu verankern.

Steuerliche Anreize

Für etablierte Unternehmen und Start-ups sollte es attraktiver werden, in designwirtschaftliche Innovationen zu investieren. Um Unternehmen zu Investitionen in Innovation zu motivieren, sollten steuerliche Anreize gegeben werden. Die sollten ebenso private Investoren erhalten, die in Designwirtschaftsunternehmen oder -projekte investieren wollen.

5.2.4 Weiterführung und Vermittlung der Methodik

Fortführung und Weiterentwicklung

Eine Fortführung der Designanalyse auf Basis dieser Grundlagenforschung ist notwendig, wenn die hier angewandte, neuartige Methode weiterentwickelt werden soll. Durch eine periodische Analyse sollte diese Methode verfeinert werden, um die statistisch verfügbaren Daten zunehmend besser abgrenzen und bewerten zu können. Auch sollten zeitraumbezogene Vergleichszahlen erhoben werden, um die weitere Entwicklung des Designsektors und der Designberufe zu evaluieren. Um einen landesweiten Vergleich aller Regionen zu ermöglichen, sollten weitere Regionen in Baden-Württemberg analysiert werden.

Verstärkte Berücksichtigung der Arbeitsmärkte

Die Arbeitsmärkte der Designbranchen sind nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht von Bedeutung, sondern in gleichem Masse in sozialer Hinsicht. Deshalb sollten die Arbeitsmärkte nicht nur wirtschaftspolitisch betrachtet werden, sondern sie sollten ebenso arbeitsmarktpolitisch thematisiert werden. Dabei ist die Vielfalt von abhängiger Beschäftigung und selbständiger Tätigkeit in den Designberufen, sowie gleichzeitige und wechselnde (hybride) Erwerbsformen darzustellen. Die Arbeitsmärkte sollten daher als relevanter Bestandteil der Branchen- und Berufsanalysen einbezogen werden. Daraus abgeleitet ließen sich weitere mögliche Ansätze für gezielte Fördermaßnahmen der Designberufe, der Designwirtschaft und der Gesamtwirtschaft entwickeln.

Design in der Gesamtwirtschaft

Bewertungsansätze der Designleistungen zeigen die qualitativen und quantitativen Anteile in der Wertschöpfungskette auf. Diese bilden einen relevanten Bestandteil der gesamtwirtschaftlichen Leistungen und sind ein unverzichtbares Glied in der Wertschöpfungskette. Dazu können Ansätze aus der Markenbewertung – als Ausgangspunkte spezifischer Definitionen – für Designleistungen genutzt werden. Da hierzu

bisher keine umfassenden und grundlegenden Analysen vorliegen und in der Praxis überwiegend eher spekulative Bewertungen üblich sind, entstehen erhebliche Unschärfen. Eine separate Studie sollte entsprechende Ansätze analysieren und weitere strukturell fundierte Grundlagen entwickeln.

Die Ergebnisse der Analysen und Bewertungen sollten im Designsektor und der Gesamtwirtschaft in Baden-Württemberg öffentlich gemacht und über geeignete Medien kommuniziert werden. Auch sollten gemeinsam mit den Fachinstitutionen und Branchenverbänden Informationsveranstaltungen in den Regionen durchgeführt und die Ergebnisse den Akteuren in den Designbranchen und der Gesamtwirtschaft vorgestellt und diskutiert werden.

Einbeziehung der Hochschulausbildung

Im Zuge der aktuellen Analysen ist eine Einbeziehung der Hochschulausbildung notwendig. Zur professionellen Entwicklung der Studierenden müssen diese frühzeitig für die gegebenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Perspektiven der Designwirtschaft sensibilisiert werden, um sich die erforderlichen Kompetenzen erschließen zu können. Für die Lehrenden und Studierenden in den Hochschulen sollten Informationsveranstaltungen durchgeführt werden, auf denen die Ergebnisse dieser und weiterer Studien vorgestellt und diskutiert werden – mit dem Ziel einer wirtschaftsrelevanten Erweiterung des Curriculums.

6 Anhang

6.1 Glossar

Architektur	– dingliche / soziale Gestaltung (Gebäude, Interieur, Landschaft, Umwelt)
Artefakte	– dingliche Gestaltung (Ausführung)
Design-Bewertungsansätze	– basiert auf wertschöpfende »Identitätsbasierter Markenführung«
Design-Leadership	– Generieren von Innovationen
Design-Management	– Design-Ressourcen und –Aktivitäten
Designer-Digitalisierung	– Desktop-Publishing, CAD, 3D-Druck
Entwicklungsprozesse	– Prozessphase – Beratung – Projektphase – Planung – Produktphase – Gestaltung
Industrie-/Produkt-Design	– dingliche Gestaltung von Produkten
Kommunikations-Design	– dingliche Gestaltung von Medien
Mentefakte	– gedankliche Gestaltung (Beratung)
Service-Design	– dingliche / soziale Gestaltung (Dienstleistungen)
Sozio-Design	– gedankliche Gestaltung und Beratung in Prozessen
Soziefakte	– soziale Gestaltung (Planung)
Wertschöpfungskette	– Beratung (hohes Honorarniveau +++) – Planung (mittleres Honorarniveau ++)

- | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 18. Corporate Fashion-Designer | 45. Interface-Designer | 71. Raumausstatter - Fachkraft |
| 19. Corporate-Designer | 46. Interior-Designer | 72. Retail- / Shop-Designer |
| 20. Critical- / Protest-Designer | 47. Kalligraph | 73. Schmuck-Designer |
| 21. Design-Director | 48. Keramik-Designer | 74. Screen-Designer |
| 22. Design-Forscher (-Researcher) | 49. Kommunikations-Designer | 75. Service-Designer |
| 23. Design-Kritiker | 50. Konzept-Designer | 76. Set-Designer |
| 24. Design-Manager | 51. Kostüm-Designer | 77. Social-Designer |
| 25. Design-Thinker | 52. Kunsthandwerker | 78. Software-Designer |
| 26. Digital (Design) | 53. Landschafts-architekten | 79. Sound-Designer |
| 27. Duft-Designer | 54. Level-Designer | 80. Sozio-Designer |
| 28. Eco-Designer | 55. Licht-Designer | 81. Städteplaner |
| 29. Editorial-Designer | 56. Logo-Designer | 82. Stage-Designer |
| 30. Event-Designer | 57. Messe- / Shop-Designer | 83. Strategischer Designer |
| 31. Farb-Designer | 58. Möbel-Designer | 84. System-Designer |
| 32. Film-Designer | 59. Mode- / Fashion-Designer | 85. Szenograf |
| 33. Food-Designer | 60. Modellbauer | 86. Textil-Designer |
| 34. Foto-Designer | 61. Motion-Designer | 87. Transportation-Designer |
| 35. Fotograf | 62. Multimedia-Designer | 88. Typograph |
| 36. Game-Designer | 63. Museograf | 89. User-Experience-Designer |
| 37. Gender-Designer | 64. Packaging-Designer | 90. Virtual-Reality-Designer |
| 38. Grafik-Designer | 65. Pictogramm-Designer | 91. Visuelles Marketing - |
| 39. Illustrator | 66. Plakatgestalter | 92. Web-Designer |
| 40. Industrie-Designer | 67. Planender Designer | 93. Werbegrafiker |
| 41. Information-Designer | 68. Produkt-Designer | |
| 42. Innenarchitekten | 69. Prozess-Designer | |
| 43. Installations-Designer | 70. Public-Designer | |
| 44. Interaction-Designer | | |

Abb. 6.2 Designberufe – Stichwortliste, rund 300 Berufsbenennungen, Stand: 15.05.2018

- | | | |
|---|-------------------------------------|---|
| 1. Animationsdesigner | 12. Assistent Fotodesign | 20. Assistent Werbung und Verkaufsförderung |
| 2. Anwendersoftwareentwickler | 13. Assistent Grafik-Design | 21. Atelierleiter Schauwerbung |
| 3. Anwendungs-entwickler | 14. Assistent Industriedesign | 22. Audio-Designer - Musik |
| 4. Architekt | 15. Assistent Innenarchitektur | 23. Ausstattungsplaner (Innenarchitektur) |
| 5. Architekturfotograf | 16. Assistent Mode und Textildesign | 24. Ausstellungsdesigner |
| 6. Architekturmaler (Kunstmaler) | 17. Assistent Produktdesign | 25. Ausstellungs-entwickler |
| 7. Architekturmodellbauer | 18. Assistent Screen Design | 26. Ausstellungsgestalter |
| 8. Architekturzeichner | 19. Assistent Textil und Design | 27. Autodesigner |
| 9. Assistent Bekleidung/Modedesign | | 28. Automobildesigner |
| 10. Modedesign | | 29. Autoren Designer |
| 11. Assistent Design und visuelle Kommunikation | | 30. AV-Mediendesigner |

- | | | |
|---|---|--|
| 31. Bachelor of Virtual Design - Virtual Design | 65. Designer (BFS) Grafik | 90. Designer (HS) Mode- und Kostümdesign |
| 32. Bau- und Raumgestalter | 66. Designer (BFS) Kommunikationsdesign | 91. Designer (HS) Modedesign |
| 33. Baudenkmalpfleger Architekt | 67. Designer (BFS) Medien | 92. Designer (HS) Multimedia/Virtuelle Realität-Design |
| 34. Bauleiter Architekt | 68. Designer (BFS) Mode | 93. Designer (HS) neue Medien |
| 35. Bauzeichner Architektur | 69. Designer (FS) Ausstellung | 94. Designer (HS) Objektdesign |
| 36. Bekleidungsgestalter Damenbekleidung | 70. Designer (FS) Ausstellungs-konzeption | 95. Designer (HS) Produktdesign |
| 37. Bekleidungsgestalter Herrenbekleidung | 71. Designer (FS) Bekleidung, Mode | 96. Designer (HS) Schmuckdiamanten |
| 38. Bekleidungsgestalter Kürschnerie | 72. Designer (FS) Bekleidungsgestaltung | 97. Designer (HS) Szenenbild |
| 39. Bekleidungsgestalter Modisterei | 73. Designer (FS) Informationsdesign | 98. Designer (HS) Textildesign |
| 40. Bekleidungsgestalter Pelznähen | 74. Designer (FS) Schauerbe-gestaltung | 99. Designer (HS) visuelle Kommunikation |
| 41. Berufe in der Gravur | 75. Designer (FS) Spielzeug | 100. Digital Media Designer |
| 42. Bildgestalter (Filmproduktion) | 76. Designer (FS) Werbung | 101. Digital-Media-Designer |
| 43. Buchgestalter | 77. Designer (HS) audiovisuelle Medien | 102. Displaydesigner |
| 44. Bühnenarchitekt | 78. Designer (HS) Bühnenbild | 103. Displaygestalter |
| 45. Bühnendesigner | 79. Designer (HS) Foto | 104. Dokumentations-entwickler |
| 46. Bühnengestalter | 80. Designer (HS) Fotodesign | 105. Drei-D-Designer |
| 47. CAD-Designer | 81. Designer (HS) Grafik-, Kommunikationsdesign | 106. Druckgestalter |
| 48. Cartoonist | 82. Designer (HS) Industriedesign | 107. DTP-Layouter |
| 49. Comic-Designer | 83. Designer (HS) Industriediamanten | 108. DTP-Multimedia-designer |
| 50. Computeranimations-designer | 84. Designer (HS) Innenarchitektur | 109. Duft-Designer |
| 51. Computerdesigner | 85. Designer (HS) Kommunikationsdesign | 110. E-Logistik-Entwickler |
| 52. Computergrafiker | 86. Designer (HS) Kostümgestaltung | 111. Edelmetallgestalter |
| 53. Computerspiele-designer | 87. Designer (HS) Maskenbild | 112. Edelstein- und Schmuckdesigner (HS) |
| 54. Computerspiele-gestalter | 88. Designer (HS) Media System | 113. Edelsteingestalter |
| 55. Courseware-Designer | 89. Designer (HS) Mediendesign | 114. Entwickler Digitale Medien |
| 56. Critical- / Protest-Designer | | 115. Entwickler digitale Wirtschaft |
| 57. Datenbankdesigner | | 116. Entwickler interaktive Lernmedien |
| 58. Datenbankentwickler | | 117. Entwickler Multimedia |
| 59. Deko- und Werbeleiter | | 118. ERP-Anwendungs-entwickler (SAP) |
| 60. Dekorateur | | 119. Expo Designer |
| 61. Design-Ingenieur | | 120. Face Designer |
| 62. Designassistent | | 121. Fachberater Werbung |
| 63. Designer (BFS) angewandte Formgebung, Schmuck/Gerät | | |
| 64. Designer (BFS) Foto | | |

- | | | |
|--|--|--|
| 122. Fachkaufmann/-frau
Werbung und
Kommunikation | 156. Games Designer | 185. Gestalter
Mediengestaltung |
| 123. Fachkraft Computer
Aided Design | 157. Games Level Designer | 186. Gestalter
Metallgestaltung |
| 124. Fachwirt Marketing
und Werbung | 158. Games-Entwickler | 187. Gestalter
Produktdesign |
| 125. Fachwirt
Schauwerbung | 159. Garten- und
Landschaftsgestalter | 188. Gestalter
Raumgestaltung |
| 126. Fahrzeugdesigner | 160. Gartenarchitekt | 189. Gestalter Spielzeug |
| 127. Fahrzeuggestalter | 161. Gender-
wissenschaftler | 190. Gestalter Stein |
| 128. Farb- und
Raumgestalter | 162. Gerätgestalter | 191. Gestalter
Steingestaltung |
| 129. Farbdesigner | 163. Gestalter
Architekturgestaltung,
Objektdesign,
Denkmalpflege | 192. Gestalter
Textilgestaltung/
Gewebe/Maschen |
| 130. Farbgestalter | 164. Gestalter Bekleidung,
Mode | 193. Gestalter
Textiltechnik |
| 131. Fashion Designer | 165. Gestalter Bildhauerei | 194. Gestalter visuelles
Marketing |
| 132. Fernsehdesigner | 166. Gestalter
Blumenkunst/Floristik | 195. Gestalter Werbe- und
Mediengestaltung |
| 133. Film- und
Kommunikations-
designer | 167. Gestalter Design und
visuelle
Kommunikation | 196. Gestalter
Werbegestaltung |
| 134. Filmarchitekt | 168. Gestalter Edelmetall | 197. Gestaltungstech-
nische/r Assistent
Grafik/Objektdesign |
| 135. Filmdesigner | 169. Gestalter Edelstein,
Schmuck und Gerät | 198. Gestaltungstech-
nische/r Assistent
Mode/Design |
| 136. Filmfotograf | 170. Gestalter Farbe,
Gestaltung und
Werbung (Werbung) | 199. Gestaltungstech-
nische/r Assistent
Produktdesign |
| 137. Flash-Designer | 171. Gestalter
Farbtechnik/Raum-
gestaltung | 200. Gestaltungstech-
nische/r Assistent
Screen-Design |
| 138. Flechtwerkgestalter | 172. Gestalter Garten- und
Landschaftsbau | 201. Glasdesigner |
| 139. Floralgestalter | 173. Gestalter Glas | 202. Grafik- u.
Kommunikations-
designer |
| 140. Food-Designer | 174. Gestalter Glastechnik | 203. Grafikdesigner (BFS) |
| 141. Raumgestalter | 175. Gestalter Grafikdesign | 204. Grafikdesigner (FS) |
| 142. Formgestalter | 176. Gestalter Handwerk | 205. Grafikdesigner (HS) |
| 143. Formgestalter Glas-,
Gefäß- und
Keramikgestaltung | 177. Gestalter
Holz/Möbel/Raum-
gestaltung | 206. Grafikdesigner (HS)
Art Director |
| 144. Formgestalter
Industriedesign | 178. Gestalter
Informationsdesign | 207. Grafikdesigner (HS)
Informationsdesign |
| 145. Formgestalter
Industriedesign | 179. Gestalter
Informationsdesign | 208. Grafikdesigner (HS)
Kommunikations-
design |
| 146. Formgestalter
industrielle
Formgestaltung | 180. Gestalter Keramik | 209. Grafikdesigner (HS)
Ökologiedesign |
| 147. Formgestalter
Modegestaltung | 181. Gestalter
Kommunikations-
design | 210. Grafikdesigner (HS)
Visuelle |
| 148. Formgestalter
Produktgestaltung | 182. Gestalter Künstler | |
| 149. Formgestalter
Textilgewebe-
gestaltung | 183. Gestalter
Ledertechnik | |
| 150. Formgestalter
Umweltgestaltung | 184. Gestalter
Mediendesign | |
| 151. Fotodesignassistent | | |
| 152. Fotodesigner (BFS) | | |
| 153. Fotodesigner (HS) | | |
| 154. Frisuren-gestalter | | |
| 155. Game-Designer | | |

- Kommunikation
211. Grafikgestalter
212. Grafische/r Zeichner
213. Grafische/r Zeichner –
Gebrauchsgrafik
214. Grünflächengestalter
215. Handwerksgestalter
216. Handwerksmeister –
Modellbau
217. Illustrationsdesigner
218. Industrialdesigner
219. Industriedesigner
220. Industriemodellbauer.
221. Informationsdesigner
- DTP und Multimedia
222. Informationsdesigner
223. Ingenieur Architektur
224. Ingenieurdesigner
225. Innenarchitekt
226. Interaction-Designer
227. Interactive Art-
Director
228. Interface-Designer
229. Internetdesigner /
Mediadesigner (Web-
Design)
230. Kommunikations- und
Fotodesigner
231. Kommunikationsdesig-
ner – Multimedia
232. Kommunikations-
gestalter
233. Kostümdesigner
234. Kostümgestalter
235. Kostümzeichner
236. Kunsth. SchmuckherEd
elsteinbe.-Spezialist
237. kunsthand. GlasKeram
, Porzellanmal. Berufe
238. Kunsthandw.
Metallgestaltung-
239. Kunsthandw. Keramik,
Glasgestalt
240. Kunsthandwerk, bild.
Kunst
241. Landschaftsarchitekt
242. Layouter –
Grafikdesign
243. Layoutgrafiker
244. Level-Designer
245. Lichtdesigner /
Lichtgestalter
246. Maler und Grafiker
247. Mannequins,
Dressmen, sonstige
Modells
248. Marketingberater
249. Maskenbildner
250. Mediadesigner
251. Mediadesigner (Web-
Design)
252. Messegestalter
253. Möbeldesigner
254. Modelldesigner
255. Multimediagestalter
256. Multimediagrafiker
257. Multimediасcreen-
designer
258. Museumsfachmann/-
frau – Museums- und
Ausstellungstechnik
259. Online-Designer
260. Plakatmaler
261. Plakatzeichner
262. Porzellandesigner
263. Produkt-,
Industriedesign -
Experte
264. Produkt-,
Industriedesign -
Spezialist
265. Produktdesigner (HS)
266. Produktgestalter
267. Prozessberater
268. Raumausstattung -
Fachkraft
269. Schrift- und
Grafikmaler
270. Schrift- und
Reklamegestalter
271. Schriftlithograf
272. Schriftsetzer
273. Schriftzeichner
274. Screendesigner
275. Screengrafiker
276. Set-Designer
277. Software- und
Hardwaredesigner
278. Soziologe/Soziologin
279. Spieledesigner
280. Städtebauarchitekt
281. Städtebauplaner
282. Strategieberater
283. Szenograf
284. Teachware-Designer
285. Technische/r Designer
– Industriedesign
286. Textildesigner (HS)..
287. Trickfilmdesigner
288. Trickfilmzeichner
289. Typogestalter
290. Typograf
291. Typografische/r
Designer
292. Umwelt- und
Landschaftsplaner
293. Unternehmensberater
294. Unternehmer
295. Vergolderhandwerk
296. Verpackungsdesigner
297. Verpackungsmitteldes-
igner
298. Visuelles Marketing
299. Wachszieherei
300. Web-Designer
301. Web-Gestalter
302. Werbefrafiker
303. Werbe- und
Messegestalter
304. Werbedesigner
305. Werbefotograf
306. Werbegestalter
307. Werbefrafiker
308. Werbemittelgestalter
309. Werbezeichner

Hinweis: HS=Hochschule,
FS=Fachschule,
BFS=Berufsfachschule

Abb. 6.3 Statistische Abgrenzung der Designberufedomains nach der Klassifikation der Berufe (KldB2010), Stand: 15.5.2018

Designberufe-domain	KldB-Code	KldB-Berufsuntergruppe	Design-anteil	Beispiel für Designberuf
1. Industrie- / Produkt-Design	9310	Berufe im Produkt- und Industriedesign	100%	Automobildesigner/in
	9322	*Berufe im visuellen Marketing	100%	Ausstellungsdesigner/in
	9323	Berufe in der Raumausstattung	100%	Raumgestalter/in
	9333	Berufe Drechslerei, Spielzeugherstellung	100%	Designer/in (FS) Spielzeug
	9341	Berufe kunsthandwerkli. Keramikgestaltung	100%	Formgestalter/in für Keramik
	9343	Berufe kunsthandwerkliche Glasbläserei	100%	Glasdesigner/in
	9352	Kunsthandw.Schmuckherst., Edelsteinbearb.	100%	Designer/in (HS) Industriediamanten
	9451	Berufe Veranstaltungs- und Bühnentechnik	100%	Lichtdesigner/in / Lichtgestalter/in
	9461	Berufe i.d. Bühnen- und Kostümbildneri	100%	Bühnengestalter/in
	8234	Berufe in der Maskenbildneri	100%	Maskenbildner/in
	2811	Berufe in der Textilgestaltung	100%	Textildesigner
	2821	Berufe im Modedesign	100%	Modedesigner/in
	9471	Berufe Museums- und Ausstellungstechnik	57%	Museums /Ausstellungstechniker/in
	2729	Aufsicht, Führung-TechZeich.Konstr.Modell	5%	Handwerksmeister/in – Modellbau
	2822	Berufe i.d. Bekleidungsherstellung	5%	Bekleidungsdesigner/in Damenmode
	2831	Berufe in der Lederherstellung	5%	Gestalter/in Ledertechnik
	2834	Berufe in der Pelzbe- und -verarbeitung	5%	Bekleidungsdesigner/in Kürschneri
	8232	Berufe in der Kosmetik	5%	Face Designer/in
	8231	Berufe im Friseurgewerbe	1%	Frisurengestalter/in
2. Kommunikations-Design	2321	Berufe Digital-, Printmediengestaltung	100%	Druckgestalter/in
	2322	*Berufe Grafik-Kommunikations-, Fotodesign	100%	Assistent/in Fotodesign
	2332	Berufe in der Fotografie	100%	Designer/in Foto
	9332	Kunstmaler/innen, Zeichner/innen	100%	Animationsdesigner/in
	9354	Berufe Schilder-, Lichtreklameherstellung	100%	Plakatmaler/in
	9453	Berufe in der Bild- und Tontechnik	100%	Bildgestalter/in (Filmproduktion)
	4312	Berufe in der technischen Informatik	22%	Software- und Hardwaredesigner/in
	9230	Verlags- und Medienkaufleute	15%	Trickfilmdesigner/in
	2312	Berufe Papierverarb., Verpackungstechnik	14%	Verpackungsdesigner/in
	2722	Berufe i.d. Konstruktion u. im Gerätebau	5%	CAD-Designer/in
9241	Redakteure/innen, Journalisten/innen	5%	Dokumentationsentwickler/in	
9418	Musik-, Gesangs-, Dirigententätigk.	5%	Audio-Designer/in - Musik	
3. Architektur (Design)	3111	Berufe in der Architektur	100%	Architekt/in
	3112	Berufe in der Stadt- und Raumplanung	100%	Städtebauarchitekt/in
	9321	Berufe in der Innenarchitektur	100%	Assistent/in Innenarchitektur
	2721	Technische Zeichner/innen	50%	Architekturzeichner/in
	1214	Berufe Garten-, Landschafts, Sportplatzbau	17%	Garten- und Landschaftsgestalter/in

	2723	Berufe im Modellbau	5%	Architekturmodellbauer/in
	3115	Berufe Bauwerkserhaltung und -erneuerung	5%	Baudenkmalpfleger/in Architekt/in
4. Service-Design	2322	*Berufe Grafik-Kommunikations-, Fotodesign	100%	Interaction-Designer/in
	9211	*Berufe in Werbung und Marketing	29%	Marketingberater/in
5. Sozio-Design	2322	*Berufe Grafik-Kommunikations-, Fotodesign	100%	Grafikdesigner/in Art Director
	4315	Berufe in der Medieninformatik	100%	Konzept-Designer
	7110	Geschäftsführer/innen und Vorstände	5%	Business-Designer
	7131	Berufe Unternehmensorganisation, -planung	5%	Prozess-Designer
	7132	Berufe in der Unternehmensberatung	5%	Beratender Designer
	9243	Redakteure/innen, Journalisten/innen	5%	Autoren-Designer
	8430	Berufe i. d. Hochschullehre, -forschung	1%	Design-Forscher
	9132	Berufe in der Soziologie	1%	Gender-Designer
6. Kunsthandwerk	2235	FlechtwerkgestalterBürsten-, Pinselmacher	100%	Flechtwerkgestalter/in
	9334	Berufe im Vergolderhandwerk	100%	Vergolderhandwerk - Fachkraft
	9335	Berufe in der Wachszieherei	100%	Wachszieherei - Fachkraft
	9338	Berufe Kunsthandwerk, bild. Kunst (ssT)	100%	Berufe Kunsthandwerk, bild. Kunst
	9339	Aufsicht - Kunsthandwerk, bildende Kunst	100%	Berufe Kunsthandwerk, bild. Kunst
	9342	Berufe kunsthand.GlasKeram, Porzellanmal.	100%	Porzellanmaler/in
	9349	Aufsicht-Kunsthandw.Keramik, Glasgestalt.	100%	Glasgestalter/in
	9351	Berufe kunsthandwerkl. Metallgestaltung	100%	Metallgestalter/in
	9353	Berufe in der Gravur	100%	Berufe in der Gravur
	9359	Aufsicht-Kunsthandwerkl.Metallgestaltung	100%	Aufsicht-Kunsthandw.Metallgestalt.
	9330	Berufe Kunsthandwerk, bildend.Kunst (oS)	100%	Berufe Kunsthandwerk, bild.Kunst
	1220	Berufe in der Floristik	1%	Floralgestalter/in
7. Digital (Design)	4335	Berufe Datenbankentwicl., -administr.	100%	Datenbankentwickler/in
	4341	Berufe in der Softwareentwicklung	13%	Anwendungsentwickler/in
8. Werbung (Design)	9238	Verlags- und Medienkaufleute	100%	Anzeigenwerber/in
	9322	*Berufe im visuellen Marketing	100%	Dekorateur/in
	9329	Aufsicht-Innenarchitektur, Raumausstatt.	100%	Atelierleiter/in Schauwerbung
	9331	Berufe in der Bildhauerei	100%	Gestalter/in Bildhauerei
	9211	*Berufe in Werbung und Marketing	29%	Assistent/in Werbung
	3119	Aufsicht, Führung-Bauplan, -überw, Archit.	5%	Bauleiter/in Architekt/in
	9423	Mannequins, Dressmen, sonstige Models	5%	Mannequins, Dressmen

Hinweis: *Berufsuntergruppe in mehreren Domains enthalten. Designanteil entspricht dem Anteil der Designberufe in einer Berufsuntergruppe, berechnet und geschätzt auf Basis Zensus 2011

Abb. 6.4 Designwirtschaft und ihre komplementären Teilmärkte zusammen 2016

	Kernbereich 2016	Minibereich 2016*	Kern- u. Minibereich 2016*
	Unternehmen	Mini-Selbständige	Unternehmen u. Mini-Selbständige
Design-Teilmärkte	15.799	10.447	26.246
Gesamtwirtschaft	450.781	372.168	822.949
Anteil an Gesamtwirtschaft	3,5%	2,8%	3,2%
	Sv-Beschäftigte	Gf-Beschäftigte	Abhängig Beschäftigte
Design-Teilmärkte	42.462	20.481	62.943
Gesamtwirtschaft	4.451.187	1.169.897	5.621.084
Anteil an Gesamtwirtschaft	1,0%	1,8%	1,1%
	Erwerbstätige	Mini-Selbständige	Erwerbstätige insgesamt
Design-Teilmärkte	58.261	30.928	89.189
Gesamtwirtschaft	6.071.865	372.168	6.444.033
Anteil an Gesamtwirtschaft	1,3%	2,8%	1,4%
	Umsatz in Mio. €	Mini-Umsatz in Mio. €	Umsatz u. Mini-Umsatz
Design-Teilmärkte	7.285,5	62,3	7.347,8
Gesamtwirtschaft	1.065.648,9	2.043,3	1.067.692,1
Anteil an Gesamtwirtschaft	0,7%	3,0%	0,7%
			Bruttowertschöpfung in Mio. €
Design-Teilmärkte	-	-	3.465,0
Gesamtwirtschaft	-	-	428.994,7
Anteil an Gesamtwirtschaft	-	-	0,8%

Hinweis: *geschätzt. Quelle: Stat. Landesamt Baden-Württemberg; Bundesagentur f. Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

6.3 Quellen und weiterführende Literatur

- Baars, Jan-Erik (2018). Leading Design – Design strategisch einsetzen: Wie Unternehmen das volle Potenzial entfalten!, München
- Ballerstaedt, Christina; Carlsen, Rita; Großmann, Martin; Sommerfeld, Annette (2008). Mythos Designer sein – Ausführliche Arbeitsplatzporträts aller Disziplinen, Essen
- Banz, Claudia, Hrsg. (2016). Social Design – Gestalten für die Transformation der Gesellschaft, Bielefeld
- Bauer, Ruedi; Erlhoff, Michael (2007). Design studieren, Paderborn
- Bertelsmann (2018). Europe’s Creative Hubs. Update 2018
- BMWI (2018). Monitoring Kultur- und Kreativwirtschaft 2017
- Brandes, Uta; Erlhoff, Michael; Schemmann, Nadine (2009). Designtheorie und Designforschung, Paderborn
- Brock, Bazon: Begriff und Konzept des Sozio-Designs in von Borries, Friedrich; Fezer, Jesko, Hrsg. (2013). Weil Design die Welt verändert ... Texte zur Gestaltung, Berlin
- Brown, Tim (2009). Change By Design – How Design Thinking Transforms Organizations And Inspires Innovation, New York
- Buchholz, Kai; Theiner, Justus (2007). Designlehre – Wege deutscher Gestaltungsausbildung, Stuttgart
- Burckhardt, Lucius (2013). Design heißt Entwurf, Hamburg
- Bürdek, Bernhard E. (2005). Design – Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Basel
- Cross, Nigel (2007). Designerly Ways of Knowing, Basel
- Erlhoff, Michael (2013). Theorie des Designs, München
- Erlhoff, Michael; Marshall, Tim, Hrsg. (2008). Wörterbuch Design – Begriffliche Perspektiven des Designs, Basel
- Friedrich, Bernd; Rehm, Alexander (2004). Sachdienliche Hinweise zur Werbung, München
- Gudehus, Juli (2010). Das Lesikon der visuellen Kommunikation, Mainz

- Internationales Forum für Gestaltung Ulm, Hrsg. (2004). Design und Architektur: Studium und Beruf – Fakten, Positionen, Perspektiven, Basel
- Kelley, Tom; Kelley, David (2013). Creative Confidence – Unleashing The Creative Potential Within Us All, London
- Kobuss, Joachim; Bretz, Alexander (2009). Erfolgreich als Designer - Designrechte international schützen und managen, Basel
- Kobuss, Joachim; Bretz, Alexander (2017). Erfolgreich als Designer - Designbusiness gründen und entwickeln, Basel
- Kobuss, Joachim; Bretz, Alexander (2017). Erfolgreich als Designer - Designleistungen bewerten und kalkulieren, Basel
- Kobuss, Joachim; Bretz, Alexander; Hassani, Arian (2013). Become a Successful Designer – Protect and Manage Your Design Rights Internationally, Basel
- Kobuss, Joachim; Hardt, Michael B. (2012). Erfolgreich als Designer - Designzukunft denken und gestalten, Basel
- Kreativwirtschaft Austria (2008/2017). Dritter und Siebter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
- Lewrick, Michael; Link, Patrick; Leifer, Larry (2017). Das Design Thinking Playbook, München
- Mager, Birgit; Gais, Michael (2009). Service Design, Paderborn
- Mareis, Claudia (2014). Theorien des Designs – zur Einführung, Hamburg
- MFW (2014). Datenreport 2014 zur Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württemberg
- Müller, A.; Mossig, I. (2018). Räumliche Verteilung und Entwicklungsdynamik der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2007-2016, in: Wolter, K., Schiller, D., Hesse, C. (2018): Kreative Pioniere in ländlichen Räumen. Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land, Stuttgart
- Rittel, Horst (2012). Die Denkweise von Designern, Hamburg
- Rittel, Horst W.J.; Reuter, Wolf D.; Jonas, Wolfgang (Hrsg.) (2017). Thinking Design– Transdisziplinäre Konzepte für Planer und Entwerfer, Basel
- Romero-Tejedor, Felicidad (2007). Der Denkende Designer – Von der Ästhetik zur

Kognition, Hildesheim

- Schmidt, Florian Alexander (2017). Crowd Design – From Tools for Empowerment to Plattform Capitalism, Basel
- Schneider, Beat (2009). Design – Eine Einführung – Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext, Basel
- Seitz, Tim (2017). Design Thinking und der neue Geist des Kapitalismus – Soziologische Betrachtungen einer Innovationskultur, Bielefeld
- SMWAV (2018). Zwischenbericht zum zweiten Kulturwirtschaftsbericht
- Tischner, Ursula; Schmincke, Eva; Rubik, Frieder; Prösler, Martin (2000). Was ist EcoDesign? – Ein Handbuch für ökologische und ökonomische Gestaltung, Frankfurt a.M.
- von Borries, Friedrich (2016). Eine politische Designtheorie, Berlin
- Ypma, Evert (2006). Design jenseits von Design – Typologien von Design/ern in Corporate Design 2006 – Perspektiven, Auszeichnungen, Profile, Bonn