

## Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland

**Seit einigen Jahren erlebt die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland einen enormen Bedeutungszuwachs. Eine Million Erwerbstätige erwirtschaften derzeit einen Jahresumsatz von 132 Milliarden Euro in fast 240.000 Unternehmen. Gerade den kleinen kreativen Betrieben werden dynamische Wachstums-, Beschäftigungs- und Innovationspotenziale zugesprochen. Aktuelle thematische Karten vermitteln einen deutschlandweiten Überblick sowie die besondere Situation in Sachsen. Von Bastian Lange und Christian Rost**

Noch vor gut 20 Jahren war der Begriff Kultur- und Kreativwirtschaft kaum verbreitet. Gegenwärtig erlangt dieser Wirtschaftsbereich, der im Wesentlichen den privatwirtschaftlichen Sektor umfasst, wachsende Bedeutung. Nach Definition des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie ist der verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ein schöpferischer Akt (BMW 2009). Dazu zählen beispielsweise literarische, musische, gestalterische und architektonische Inhalte und Werke. Diese kreativen Produktionsprozesse können in Unikate, Liveaufführungen, serielle bzw. digitale Produktionen oder Dienstleistungen münden. Neben kleinteiligen Kulturunternehmern zählen aber auch die Unternehmen der Werbewirtschaft, der Designwirtschaft, der Filmwirtschaft und der Software-/Games-Industrie zum heterogenen Branchenkonglomerat „Kultur- und Kreativwirtschaft“ (**Glossar**).

### Eine Wachstumsbranche

**Graphik 1** zeigt, dass es sich bei der Kultur- und Kreativwirtschaft um eine Wachstumsbranche handelt, die moderat und kontinuierlich wächst. Im gesamten Spektrum der volkswirtschaftlichen Leistungen nimmt sie mit 2,5% der Bruttowertschöpfung (2008) einen beachtlichen Platz ein, liegt jedoch bei den Wachstumsraten eher im Mittelfeld. Während die wichtigste Industriebranche Deutschlands, der Maschinenbau, im Jahr 2007 einen Umsatz von 219 Mrd. Euro verzeichnete und in den vier Jahren seit 2003 insgesamt ein Wachstum von 38% aufwies (STATISTISCHES BUNDESAMT 2004-2008), betrug der Umsatz dieses relativ neuen Wirtschaftszweigs 129 Mrd. (2007) und erreichte im selben Zeitraum einen Zuwachs von 10,5%.

**Karte 1** spiegelt die Anzahl der betreffenden Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 17.500 Euro sowie die Umsatzanteile für das Jahr 2006 auf der Ebene der Länder wider. Berlin besitzt mit 18.000 Unternehmen und einem Umsatzanteil von 6,1% an seiner Gesamtwirtschaft eine herausragende Stellung. Die relativ hohe Anzahl der Unternehmen in Deutschland ist darauf zurückzuführen, dass ein sehr großer Teil davon aus Einzelunternehmern bzw. Freiberuflern besteht; auch Kleinstunternehmen mit zwei bis fünf Beschäftigten sind charakteristisch für diese Branche. Die Standortwahl, respektive der Ort der Gründung eines Unternehmens, richtet sich ganz wesentlich nach der Verfügbarkeit von kreativen Mitarbeitern auf dem regionalen Arbeitsmarkt. Dabei treten so genannte weiche Standortfaktoren wie ein tolerantes Umfeld, eine inspirierende Atmosphäre, günstige Mieten sowie das Vorhandensein von Bildungseinrichtungen in den Vordergrund. Die dominierenden Umsatzraten in Hamburg, Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg resultieren im Wesentlichen aus den sehr hohen Umsätzen großer Verlage, Werbeagenturen, Filmproduktionsgesellschaften, Architekturbüros usw. in den jeweiligen Ländern (**Graphik 2**).

### Öffentliche Kulturfinanzierung

Zwischen der privatwirtschaftlichen Kultur- und Kreativwirtschaft und der öffentlich finanzierten Kultur bestehen zahlreiche Interdependenzen. Dieser Übergangsbereich wird aus kultur- sowie wirtschaftspolitischer Sichtweise als komplementärer Bereich angesprochen. Dazu zählt z.B. die so genannte Freie Szene einer Stadt, in der zahlreiche Künstler einerseits als freie Unternehmer, andererseits als "feste Freie" der öffentlichen kulturfinanzierten Einrichtungen



(z.B. Theater) agieren. Die Höhe der öffentlichen Kulturausgaben stellt sich im Ländervergleich sehr heterogen dar: Hier nimmt Sachsen neben den Stadtstaaten Berlin, Hamburg und Bremen, die im Kulturbereich eine Sonderstellung einnehmen, bei den Pro-Kopf-Ausgaben eine führende Position ein (**Karte 2**). Auch bei der Differenzierung der öffentlichen Ausgaben für den *Kulturbereich* und die *kulturnahen Bereiche* ergibt sich kein einheitliches Bild: Während in Mecklenburg-Vorpommern ein Viertel der Ausgaben auf die kulturnahen Bereiche entfällt, sind es in Sachsen lediglich 4% (**Glossar**). Beim Vergleich der Städte über 200.000 Einwohner liegen Frankfurt a.M., Leipzig und Karlsruhe an der Spitze der kommunalen Pro-Kopf-Ausgaben (**Graphik 3**). Unter Berücksichtigung der Kulturausgaben und der höchsten Theater- und Orchesterdichte aller deutschen Flächenländer soll Sachsen im Folgenden näher betrachtet werden.

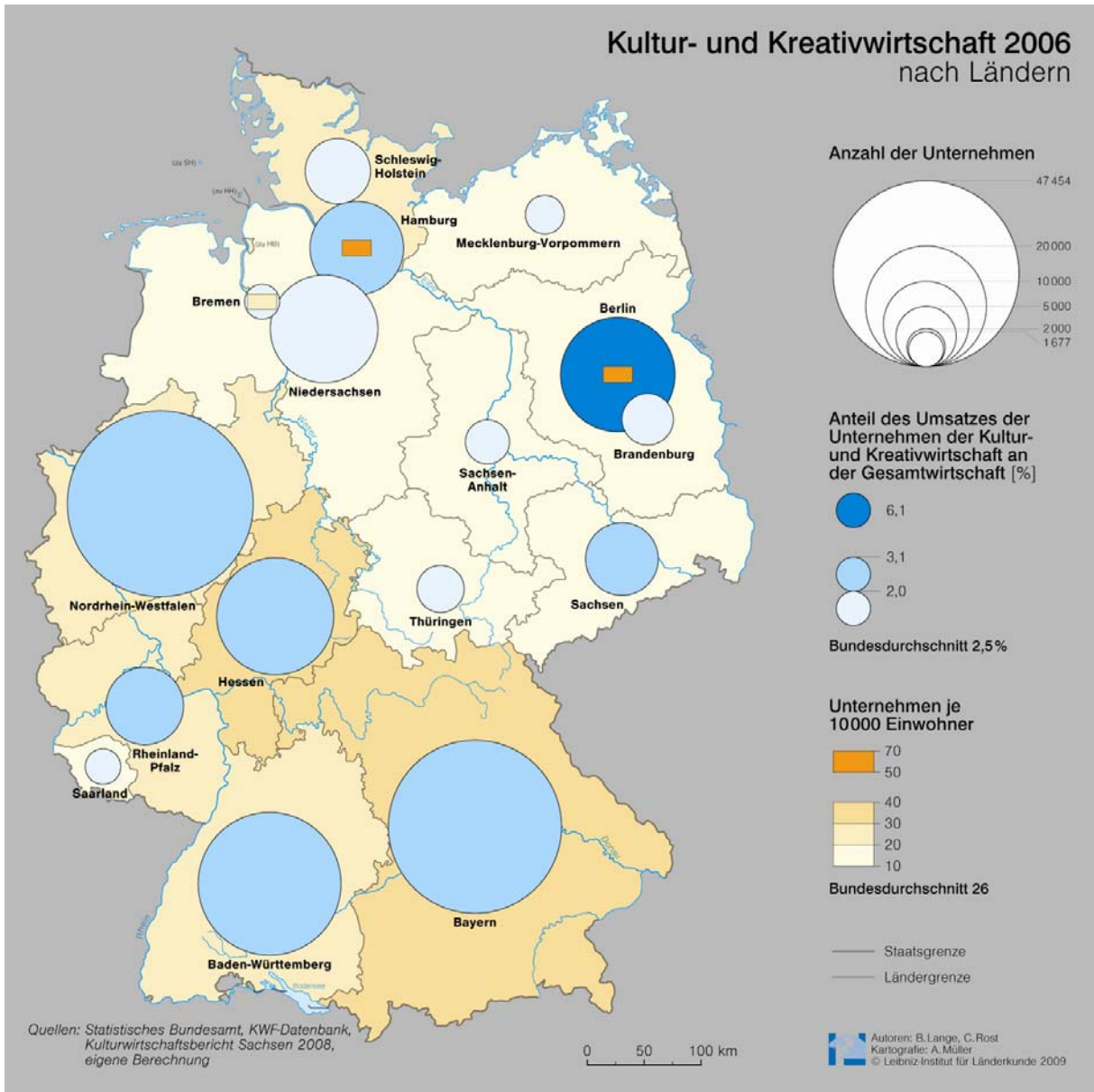
### „Kulturland“ Sachsen

Kultur nimmt in Sachsen eine zentrale Rolle im politischen Selbstverständnis ein. Dies wird unter anderem durch die Selbstbeschreibung als „Kulturland“ dokumentiert (MICHEEL 2007; SMWK 2009). Zum Erhalt und zur Förderung der kulturellen Vielfalt wurde bereits 1994 das Sächsische Kulturraumgesetz verabschiedet. Auf seiner Grundlage ist – bisher einmalig in der Bundesrepublik Deutschland – die Kulturpflege im Freistaat Sachsen als Pflichtaufgabe der Landkreise und Gemeinden ausgestaltet worden. Die neu etablierten Kulturräume haben dabei die Aufgabe, die Träger der kommunalen Kulturpflege bei ihren Aufgaben von regionaler Bedeutung zu unterstützen. Damit können – nicht zuletzt aufgrund der vergleichsweise hohen finanziellen Zuwendungen der öffentlichen Hand (**Karte 2**) – in Sachsen zahlreiche Initiativen im Kultursektor umgesetzt werden.

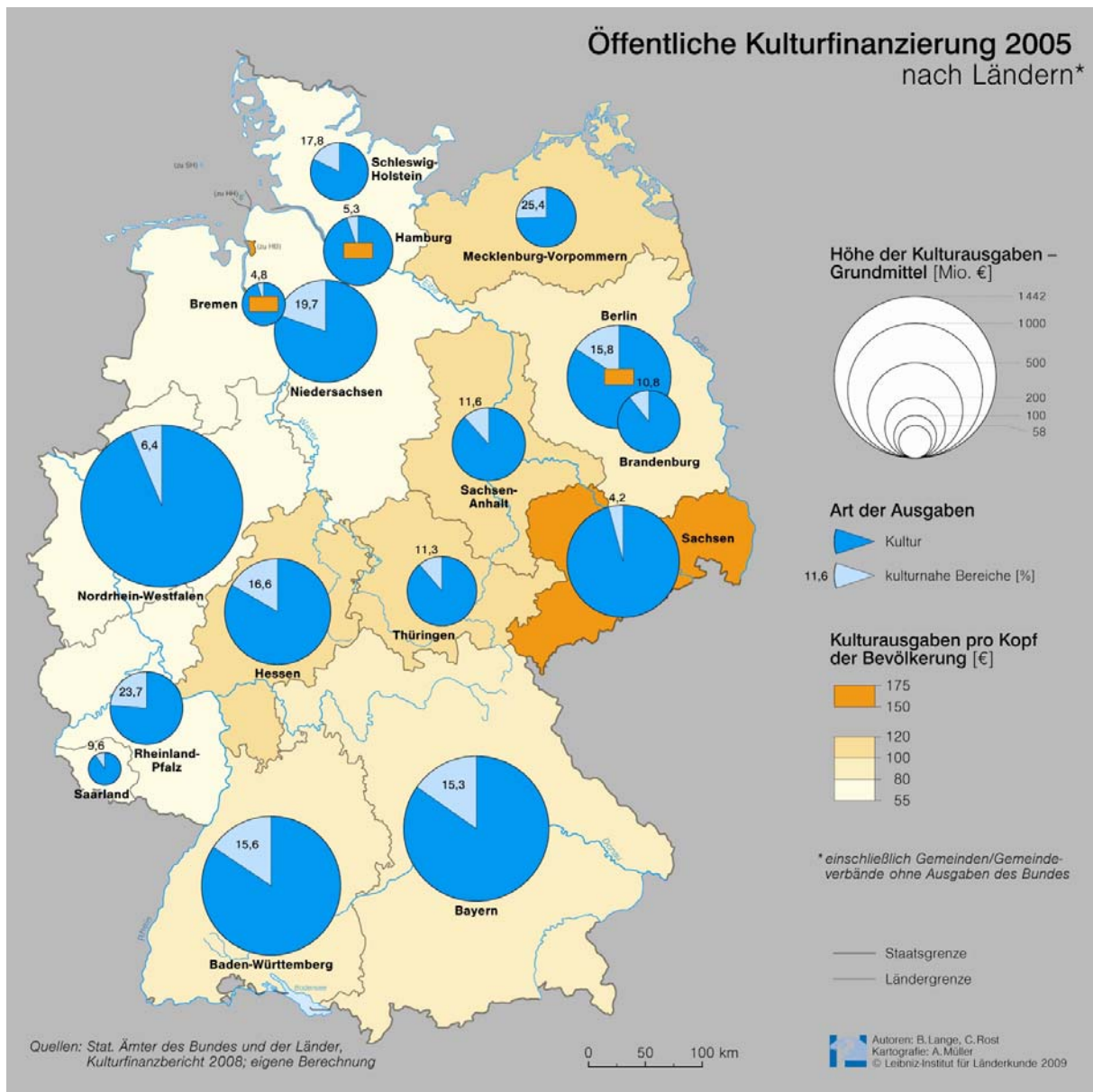
Die sächsische Kultur- und Kreativwirtschaft wird durch junge, kreative Unternehmen geprägt. Dazu zählen Firmen in den Bereichen Design oder der darstellenden Künste, die weltweit etablierten Handwerksbetriebe der vogtländischen Musikinstrumentenproduktion, die traditionelle erzgebirgische Volkskunst, die bildende Kunst und die Filmwirtschaft in Leipzig, die Uhren-Manufakturen der Kleinstadt Glashütte sowie die Unternehmen der Software-/Games-Industrie in Dresden (**Karte 3**). Bedeutende Veranstaltungen wie die Leipziger Buchmesse sowie regionale Initiativen, darunter der Sächsische Staatspreis für Design, fördern die sächsische Kultur- und Kreativwirtschaft. Aktuelle Erkenntnisse des soeben erschienenen Kulturwirtschaftsberichts für den Freistaat Sachsen belegen die relativ hohen Beschäftigtenzahlen dieses Wirtschaftsbereichs im Vergleich zu anderen Branchen: Mit knapp 31.500 sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmern im Jahr 2006 waren es zwar weniger als im Maschinenbau (39.000), aber deutlich mehr als in der Automobilindustrie (22.000) (SMWA/SMWK 2009). Zusammen mit der Gruppe der Selbstständigen gab es in Sachsen somit knapp 40.000 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft – mit steigender Tendenz. Die 8.500 sächsischen Unternehmen dieser Branche erzielten einen Umsatz von insgesamt 3 Mrd. Euro. Im Vergleich dazu weist die amtliche Statistik für den Maschinenbau 442 Betriebe mit einem Gesamtumsatz von 6 Mrd. Euro aus, und in der Automobilindustrie (Herst. v. Kraftwagen und Kraftwagenteilen) waren es 102 Betriebe mit einem Umsatz von 11,4 Mrd. Euro im Jahr 2006 (STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN 2007).

Diese Vergleichszahlen belegen die Kleinteiligkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre feste Verankerung in Selbstständigkeit und Kleinunternehmertum, die einerseits eine starke Fluktuation mit sich bringt, andererseits jedoch auch flexibleres Reagieren auf ökonomische Veränderungen ermöglicht.

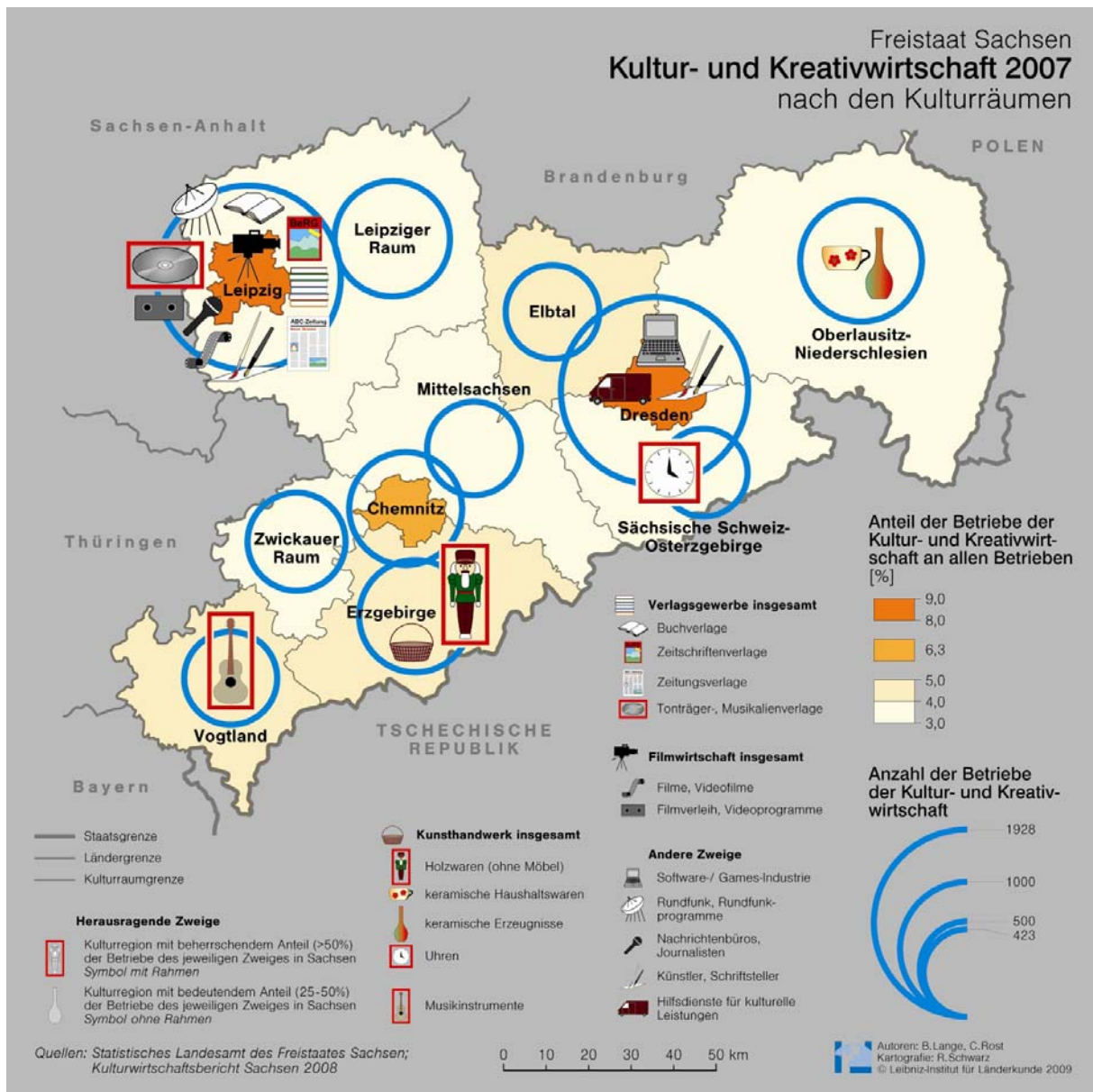
# Karte 1



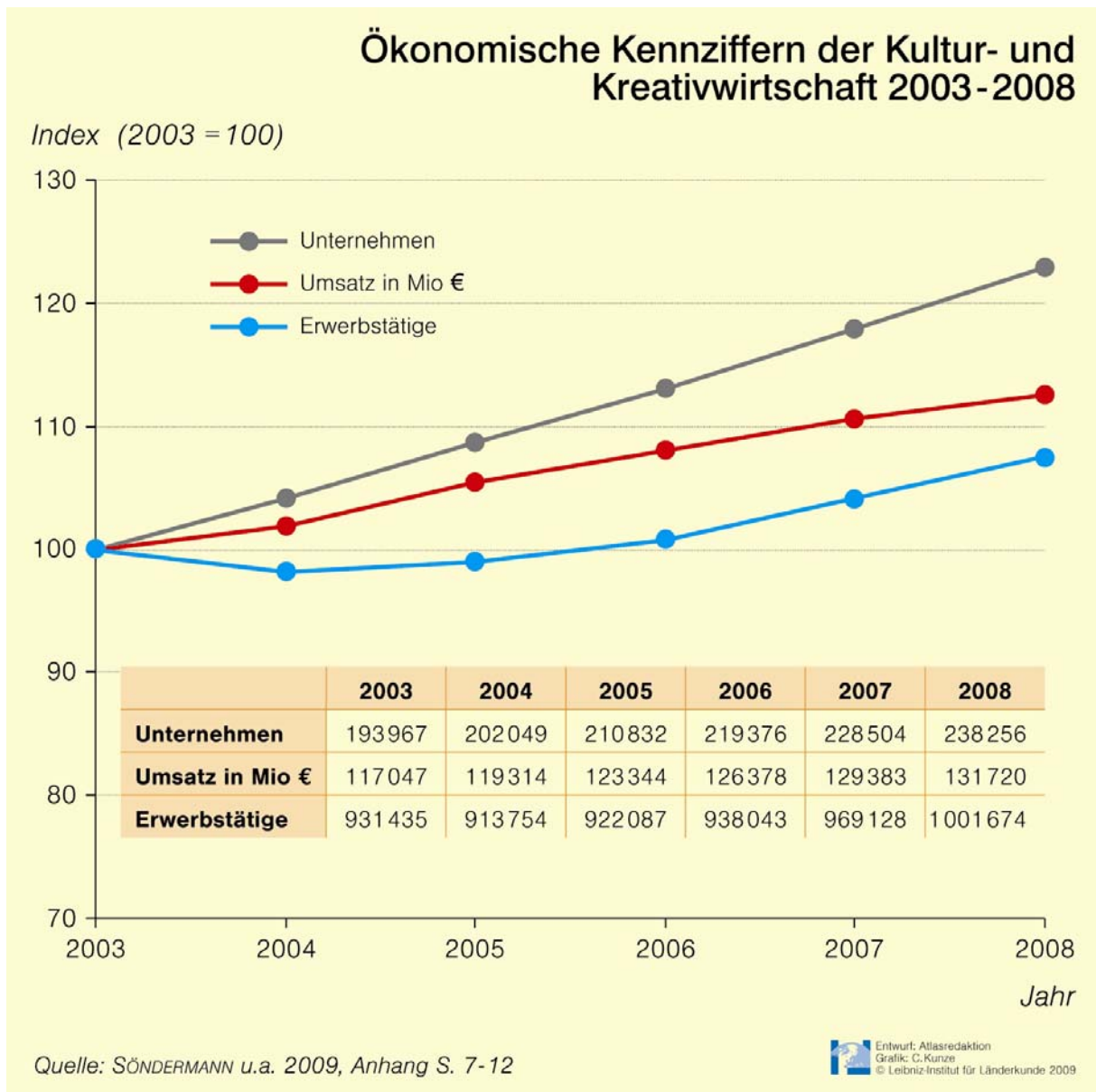
## Karte 2



### Karte 3



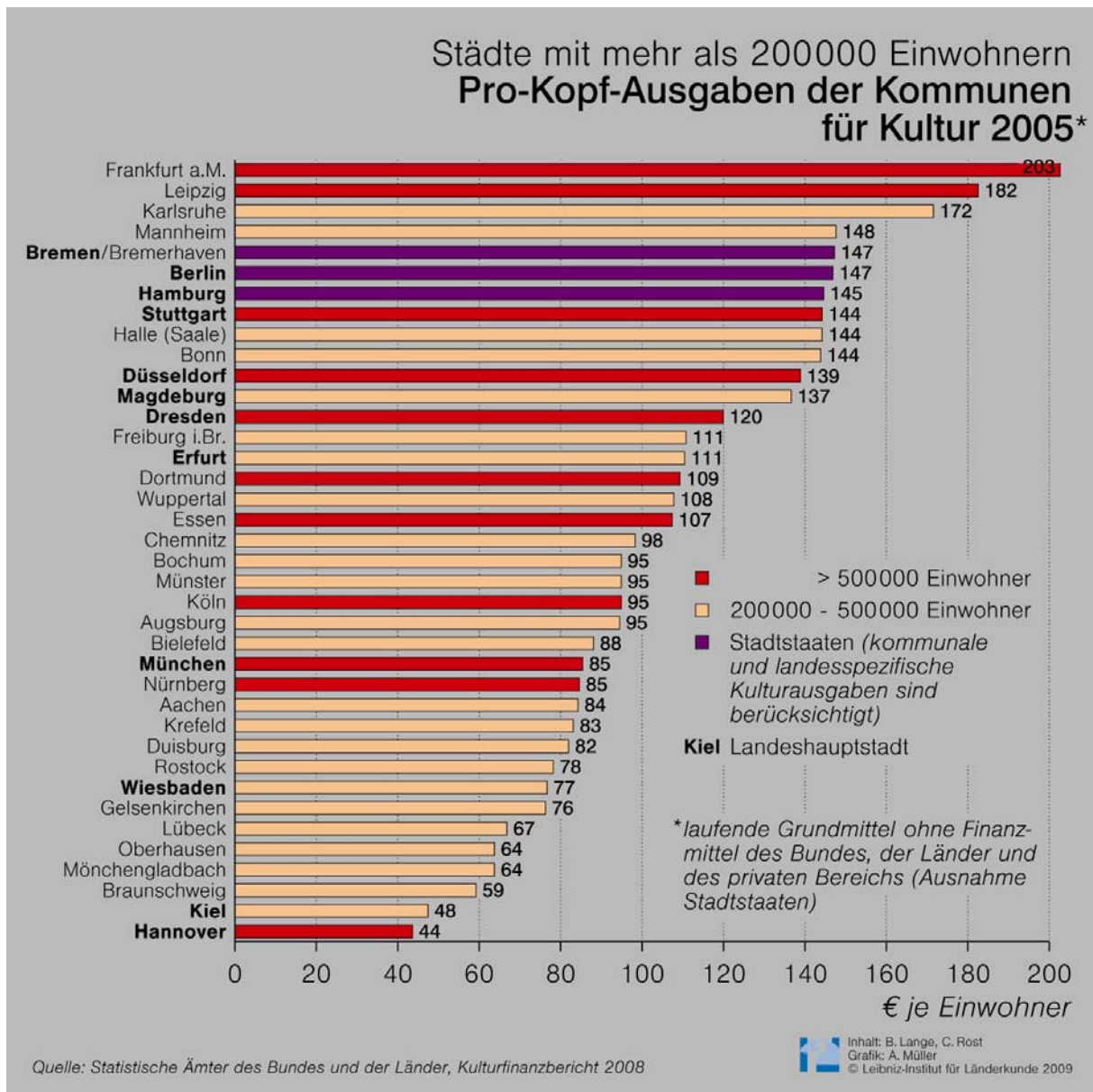
**Graphik 1**



## Graphik 2



### Graphik 3





## Glossar

### Kultur- und Kreativwirtschaft, öffentliche Kulturfinanzierung

Die Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland basiert auf den Festlegungen der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages und ist mit der „europäischen Kernabgrenzung der EU-Kommission“ vereinbar (BMWI 2008, S. XII). Die entsprechende Branchengliederung umfasst folgende Teilmärkte:

1. Musikwirtschaft
2. Buchmarkt
3. Kunstmarkt
4. Filmwirtschaft
5. Rundfunkwirtschaft
6. Markt für darstellende Künste
7. Designwirtschaft
8. Architekturmarkt
9. Pressemarkt
10. Werbemarkt
11. Software-/Games-Industrie
12. Sonstige Wirtschaftszweige (Schaustellergewerbe, Tanzschulen, Bibliotheken, botanische und zoologische Gärten usw.)

(vgl. DEUTSCHER BUNDESTAG 2007, S. 349f).

Davon abweichend berücksichtigt der Freistaat Sachsen auch Bereiche des Kunsthandwerks, und zwar die Herstellung und Veredlung von Holzwaren; die Herstellung von keramischen Ziergegenständen und Erzeugnissen sowie von Uhren. Die Bedeutung dieser Zweige wird im ersten Kulturwirtschaftsbericht für den Freistaat Sachsen 2008 belegt (SMWA/SMWK 2009).

Im Rahmen der **öffentlichen Kulturfinanzierung** umfasst der **Kulturbereich** die Ressorts Theater, Musikpflege, wissenschaftliche und nichtwissenschaftliche Bibliotheken und Museen, Denkmalschutz und -pflege, auswärtige Kulturpolitik und sonstige Kulturpflege, Kunsthochschulen sowie die Verwaltung für kulturelle Angelegenheiten. In den **kulturnahen Bereichen** werden beispielsweise die Aufgabenbereiche Rundfunkanstalten, Fernsehen sowie kirchliche Angelegenheiten und Volkshochschulen berücksichtigt.

## Quellen:

BMW (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) (Hrsg.) (2009): Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. (= Forschungsbericht Nr. 577; Kurzfassung eines Forschungsgutachtens im Auftrag des BMWi). Autoren: Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF); Christoph Backes, Creative Business Consult (CBC); Olaf Arndt, Daniel Brünink, Prognos AG. Berlin. URL: <<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Dokumentationen/doku-577-gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kultur-und-kreativwirtschaft-kurzfassung,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>> Abrufdatum: 24.02.2009.

DEUTSCHER BUNDESTAG (Hrsg.) (2007): Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“. Schriftenreihe der Bundeszentrale für Politische Bildung ; Bd. 694. Berlin. Zgl. Bundestagsdrucksache 16/7000 vom 11.12.2007. URL: <<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/070/1607000.pdf>> Abrufdatum: 05.02.2009.

FLORIDA, Richard (2002): The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure, community, & everyday life. New York.

KUNZMANN, Klaus R. (2006): Kulturwirtschaft und Raumentwicklung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. 34-35/2006, S. 3-7.

LANGE, Bastian (2009): Wie verändern die kreativen Wissensökonomien metropolitane Geographien?/How do creative knowledge economies change metropolitan geographies? In: Brücken – Barrieren – Bilder: Entwicklungsprozesse in europäischen Regionen/Bridges – Barriers – Images: Development processes in European regions. Leipzig, Leibniz-Institut für Länderkunde, S. 58-65.

LANGE, Bastian (2007): Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin. Bielefeld.

MICHEEL, Monika (2007): Kultur in Mitteldeutschland zwischen Identifikationsangebot und Substanzverlust. In: Geographische Rundschau 59, H. 6, S. 10-16.

SMWA/SMWK (Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit/ Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst) (Hrsg.) (2009): Erster Kulturwirtschaftsbericht für den Freistaat Sachsen 2008. Dresden.

SMWK (Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst) (Hrsg.) (2009): Kulturland Sachsen. 2. Aufl. Dresden.

SÖNDERMANN, Michael (2008): KWF-Datenbank, Datenbank des Büros für Kulturwirtschaftsforschung. Köln.

SÖNDERMANN, Michael (2007): Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft: Eine Neue Diskussion für Deutschland. In: Friedrich-Naumann-Stiftung (Hrsg.): Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren: Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006; 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft. Berlin, S. 8-20.

SÖNDERMANN, Michael; BACKES, Christoph; ARNDT, Olaf u. Daniel BRÜNINK (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Endbericht. Forschungsgutachten von CBS, KWF und Prognos AG im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Köln, Bremen, Berlin.



URL: <<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Dokumentationen/doku-577-gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kultur-und-kreativwirtschaft-langfassung,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>>  
Abrufdatum 24.02.2009

#### Anhang

URL: <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Dokumentationen/doku-577-gesamtwirtschaftliche-perspektiven-kultur-und-kreativwirtschaft-anhang,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>  
Abrufdatum 24.02.2009

STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (Hrsg.) (2009): Durchschnittliche Jahresbevölkerung 2005. GENESIS-Online Datenbank.

URL: <<https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>>.  
Abrufdatum: 14.01.2009.

STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (Hrsg.) (2008): Kulturfinanzbericht 2008. Wiesbaden.

URL: <<http://www.bpb.de/files/WS6OWD.pdf>>  
Abrufdatum: 05.02.2009.

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2008): Umsatzsteuerstatistik 2006. Wiesbaden.

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2006): Übersicht über die Gliederung der Klassifikation der Wirtschaftszweige: Ausgabe 2003. Wiesbaden.

URL:  
<[http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Klassifikationen/GueterWirtschaftsklassifikationen/KlassifikationenWZ2003\\_xls.psml](http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Klassifikationen/GueterWirtschaftsklassifikationen/KlassifikationenWZ2003_xls.psml)>  
Abrufdatum: 05.02.2009.

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2004-2008): Beschäftigung und Umsatz der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden. (= Fachserie 4, Reihe 4.1.1, versch. Jahrgänge). Wiesbaden.

STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (Hrsg.) (2008): Umsatzsteuerstatistik. verschiedene Jahrgänge. Kamenz.

STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (Hrsg.) (2008): Unternehmensregister zum Stand 31.12.2007. Kamenz.

STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (Hrsg.) (2007): Statistisches Jahrbuch Sachsen 2007. Kamenz.

#### *Rechtliche Grundlagen*

Gesetz über die Kulturräume in Sachsen (Sächsisches Kulturraumgesetz – SächsKRG) Vom 20. Januar 1994; i. d. F. d. Bek. vom 18.08.2008 SächsGVBl. Jg. 2008 Bl.-Nr. 13 S. 539.

URL: <<http://www.revosax.sachsen.de/GetXHTML.do?sid=7751012183440>>  
Abrufdatum: 25.02.2009.

#### Zitierweise

Lange, Bastian u. Christian Rost (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. In: Nationalatlas aktuell 3 (03.2009) 2 [17.03.2009]. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde (IfL).

URL:  
[http://aktuell.nationalatlas.de/Kreativwirtschaft.2\\_03-2009.0.html](http://aktuell.nationalatlas.de/Kreativwirtschaft.2_03-2009.0.html)



## Autoren



### **Dr. Bastian Lange**

Leibniz-Institut für Länderkunde  
Schongauerstr. 9  
04329 Leipzig

Tel.: (0341) 255 65 69

E-Mail: [b\\_lange@ifl-leipzig.de](mailto:b_lange@ifl-leipzig.de)



### **Dipl.-Geogr. Christian Rost**

Rehpfad 6  
04249 Leipzig

E-Mail: [christianrostle@web.de](mailto:christianrostle@web.de)