

# Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen und der Euregio Maas Rhein

---

Auftraggeber:

GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen e.V.

Verfasser:

Michael Söndermann  
Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Köln/Aachen 13. Jan. 2014

## INHALT

1	Ausgangslage und Problemstellung.....	7
1.1	Die Methodik der Untersuchung.....	9
1.1.1	Die Position der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	9
1.1.2	Die Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	10
2	Gesamtüberblick .....	13
2.1	Das Untersuchungsgebiet der Städteregion Aachen und der Euregio Maas Rhein .	13
3	Darstellung und Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen..	17
3.1	Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick.....	17
3.1.1	Die volkswirtschaftliche Bedeutung.....	17
3.1.2	Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ausgewählten Wirtschaftsbranchen .....	20
3.2	Die elf Teilmärkte (Teilgruppen) der Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick .....	22
3.2.1	Die Unternehmensschwerpunkte .....	23
3.2.2	Die Umsatzschwerpunkte .....	24
3.2.3	Die Schwerpunkte des Beschäftigtenmarktes.....	25
3.3	Die Entwicklung der Teilmärkte/Teilgruppen .....	27
3.3.1	Die Entwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	28
3.3.2	Die Entwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	31
3.3.3	Fazit der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen.....	36
4	Überblick über die Kultur- und Kreativwirtschaft in den Regionen der Euregio Maas Rhein 40	
4.1	Darstellung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein nach Regionen 40	
4.2	Darstellung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Branchensegmenten .....	45
4.3	Fazit der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein .....	49
5	Vergleich der Euregio Maas Rhein mit anderen europäischen Wirtschaftsregionen .....	50

5.1	Drei-EU-Regionen-Vergleich .....	50
5.2	Europäische Kultur- und Kreativwirtschaft in ausgewählten EU-Staaten .....	56
6	Unterhalb der Grenze, frei für Neues .....	61
6.1	Ausgangslage.....	61
6.2	Definition Miniunternehmer/Mikroselbständiger .....	63
6.3	Miniunternehmer in der Kultur- und Kreativwirtschaft .....	64
7	Bewertung des quantitativen Teils .....	69
7.1	Abschließendes Fazit zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen ...	69
7.2	Abschließendes Fazit zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein ....	71
7.3	Abschließendes Fazit zu den Miniunternehmern in der Kultur- und Kreativwirtschaft 73	
8	Anhang .....	75
8.1	Datenquellen .....	75
8.2	Statistische Abgrenzung der verschiedenen Begriffe zur Kultur- und Kreativwirtschaft 75	
8.2.1	Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion nach elf Teilmärkten .....	75
8.2.2	Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion nach zehn statistischen Teilgruppen .....	75
8.2.3	Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein nach sechs Branchensegmenten .....	76
8.2.4	Gliederung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft nach NACE Rev.2 (2- und 3-Digit Level) .....	77

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1.1: Die Kultur- und Kreativwirtschaft im 3-Sektoren-Modell des Kultursektors .....	9
Abbildung 1.2: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft .....	10
Abbildung 1.3: Statistische Zuordnung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) .....	11
Abbildung 2.1: Räumliche Gliederung der Städteregion Aachen .....	13
Abbildung 2.2: Basisdaten Städteregion Aachen 2010/2011 .....	14
Abbildung 2.3: Räumliche Gliederung der Euregio Maas Rhein .....	15
Abbildung 2.4: Basisdaten zur Euregio Maas Rhein 2010 .....	15
Abbildung 3.1: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Städteregion Aachen, 2011-2012* .....	17
Abbildung 3.2: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen im Vergleich zu NRW und Bund, 2009-2012* .....	18
Abbildung 3.3: Die regionale Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen im Branchenvergleich, 2011 .....	20
Abbildung 3.4: Die Unternehmensschwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen, 2012* .....	23
Abbildung 3.5: Die Umsatzschwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen, 2012* .....	24
Abbildung 3.6: Die Schwerpunkte des Beschäftigtenmarktes der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen, 2012* .....	25
Abbildung 3.7: Unternehmensentwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012* .....	28
Abbildung 3.8: Umsatzentwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012* .....	29
Abbildung 3.9: Beschäftigungsentwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012* .....	30
Abbildung 3.10: Unternehmensentwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012* .....	32
Abbildung 3.11: Umsatzentwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012* .....	33
Abbildung 3.12: Beschäftigungsentwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012* .....	34

Abbildung 3.13: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen 2012*	36
Abbildung 3.14: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen im Vergleich zu NRW und Bund, Veränderung 2012* gegenüber 2009 in %.....	37
Abbildung 3.15: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft in der Städteregion Aachen 2009 bis 2012* .....	38
Abbildung 4.1: Regionales Profil der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein 2010 .....	40
Abbildung 4.2: Regionale Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein - Betriebe 2008 – 2010 .....	42
Abbildung 4.3: Regionale Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein - Erwerbstätige 2008 – 2010 .....	43
Abbildung 4.4: Regionale Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein - Bruttowertschöpfung 2008 – 2010 .....	44
Abbildung 4.5: Branchenprofil der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein 2010 .....	45
Abbildung 4.6: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Betriebe 2008 – 2010 .....	46
Abbildung 4.7: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Erwerbstätige 2008 – 2010.....	47
Abbildung 4.8: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Bruttowertschöpfung 2008 – 2010.....	48
Abbildung 5.1: Die Euregio Maas Rhein (Euregio Maas Rhein) und die Vergleichsregionen Etelä-Suomi (Finnland) und Champagne-Ardenne (Frankreich) 2010 .....	50
Abbildung 5.2: Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Vergleichsregionen 2010 .....	51
Abbildung 5.3: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich der drei Regionen – Bruttowertschöpfung 2008-2010 .....	52
Abbildung 5.4: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Champagne-Ardenne – Bruttowertschöpfung 2008-2010 .....	53
Abbildung 5.5: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Etelä-Suomi – Bruttowertschöpfung 2008-2010.....	53
Abbildung 5.6: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Bruttowertschöpfung 2008 – 2010.....	54
Abbildung 5.7: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU 2010 .....	56
Abbildung 5.8: Die Rangfolge der Länder in der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft – in Milliarden Euro Wertschöpfung - 2010 .....	57

Abbildung 5.9: Die Rangfolge der Länder der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft – in relativen Werten – 2010 .....	58
Abbildung 6.1: Unternehmenstypologie nach offizieller EU-Definition .....	61
Abbildung 6.2: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft im Land NRW 2012* .....	64
Abbildung 6.3: Miniunternehmer und Unternehmer in der NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft 2012* .....	65
Abbildung 6.4: Das Verhältnis der Miniunternehmer und Unternehmer in ausgewählten künstlerischen und kreativen Gruppen in der NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft 2012*66	

# 1 Ausgangslage und Problemstellung

Die Debatte um die Kultur- und Kreativwirtschaft hat in Deutschland inzwischen eine hohe öffentliche Aufmerksamkeit erreicht. Immer mehr Wirtschaftsregionen und Städte beschäftigen sich mit dem Potenzial, das der Kultur- und Kreativwirtschaft zugesprochen wird.

Die wirtschaftspolitischen Ziele richten sich hierbei auf die Chancen für Wachstum und Beschäftigung, die von der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgehen. Zusätzlich gelingt es mehr und mehr, insbesondere über die Standortpolitik der regionalen Wirtschaftsförderung einen Zugang zu diesem „neuartigen“ Wirtschaftsfeld zu eröffnen.

Vor diesem Hintergrund hat das GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen den Auftrag an das Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln erteilt, die vorhandenen Strukturen und Marktchancen der Kultur- und Kreativwirtschaft in ausgewählten Gebieten der grenzübergreifenden Euregio Maas Rhein zu untersuchen.

Die fachlichen und räumlichen Schwerpunkte dieser Untersuchung beziehen sich auf die

- **Städtereion Aachen** (Nachfolger der Stadt und des Kreises Aachen) mit umfassender Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft nach dem sogenannten Wirtschaftsministerkonferenz-Modell
- **Euregio Maas Rhein** mit einer komprimierten Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft nach EU-Standards
  - **Provinz Limburg** (Belgien)
  - **Provinz Lüttich** (Belgien) mit Teilgebiet Deutschsprachige Gemeinschaft
  - **Teil-Provinz Süd-Limburg** (Niederlande)
  - **Region Aachen** (Deutschland) mit Städtereion Aachen und 3 Kreisen.
- **Exkurs:** Miniunternehmer in der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW

Ziel ist es, mit einer empirischen Analyse die Potenziale und Chancen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein zu ermitteln. Damit soll eine verlässliche Datenbasis für alle relevanten Akteure der Region zur Verfügung gestellt werden. Dazu wurden folgende Fragen vom Auftraggeber der Untersuchung formuliert:

- Welche Wertschöpfungsbeiträge prägen die jeweilige Kultur- und Kreativwirtschaftsregion am stärksten?
- Welches Gewicht bringen die Regionen innerhalb der eigenen nationalen Kultur- und Kreativwirtschaft ein?
- Welche Teilmärkte oder Teilgruppen prägen die jeweilige Kultur- und Kreativwirtschaft?
- Werden die Teilmärkte/Teilgruppen der Regionen stärker durch wirtschaftliche oder in beschäftigungsbezogene Schwerpunkte geprägt?

Abschließend wird ein kurzer Ausblick auf die Lage der gesamten europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft vorgestellt. Insgesamt soll die Analyse einen Einblick in die Lage der ausgewählten, profilreichen Kultur- und Kreativwirtschaftsregionen in Europa ermöglichen. Die Methodik und Auswahl der Datenbasis soll nach Möglichkeit fortschreibungsfähig sein und die Trends für die nächsten Jahre liefern können.

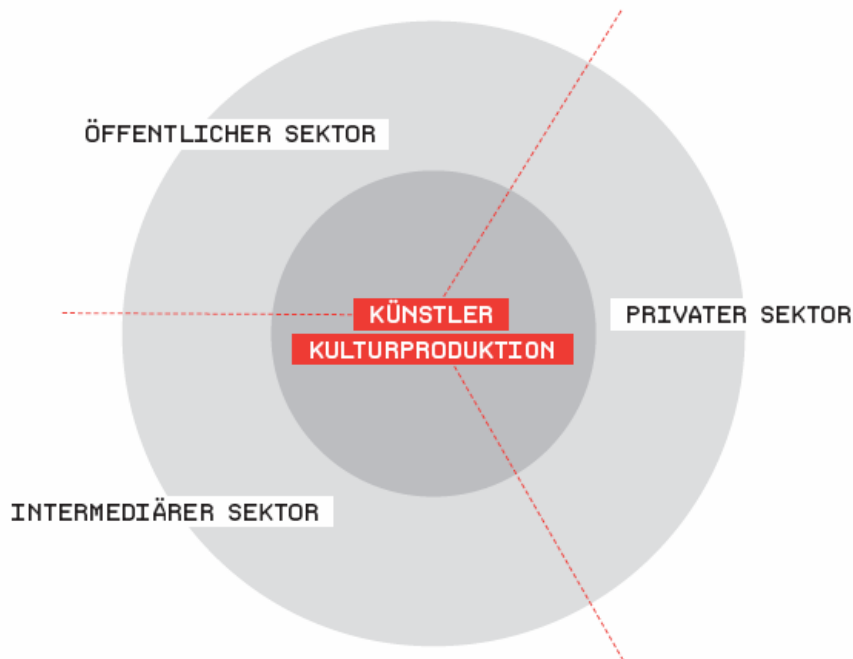
Damit eine vergleichende Bewertung mit dem Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht des Bundes und anderen Regionen möglich ist, wird sich die Studie auf das Definitions- und Abgrenzungskonzept der Wirtschaftsministerkonferenz sowie der Bundesregierung (sogenannter statistischer Leitfaden zur Kultur- und Kreativwirtschaft) stützen.



## 1.1 Die Methodik der Untersuchung

### 1.1.1 Die Position der Kultur- und Kreativwirtschaft

Abbildung 1.1: Die Kultur- und Kreativwirtschaft im 3-Sektoren-Modell des Kultursektors



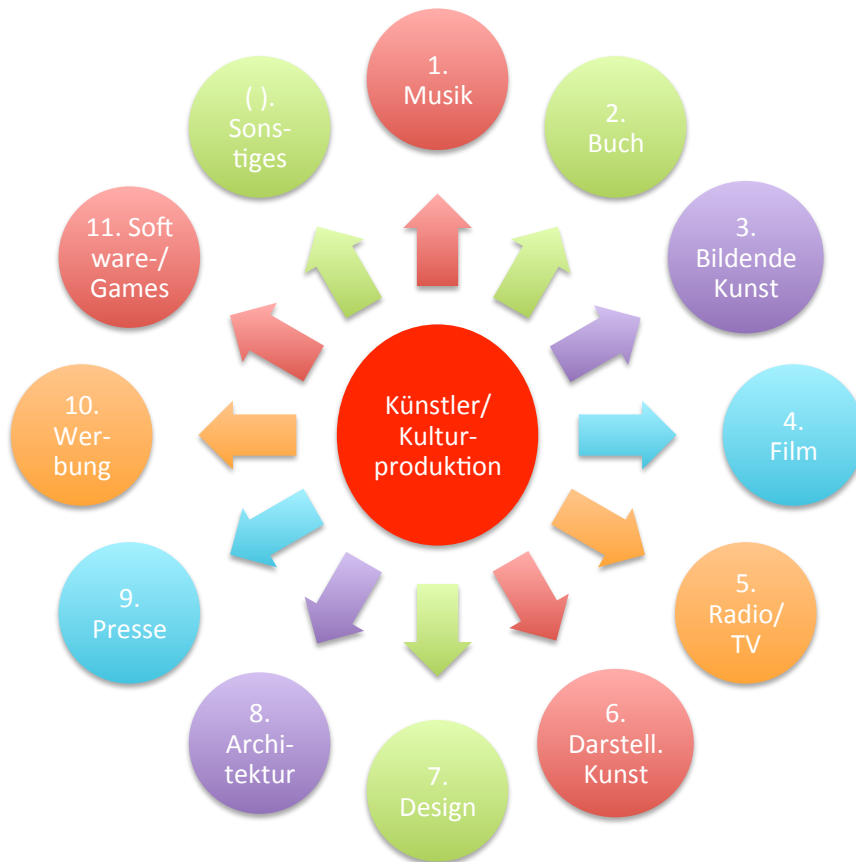
Quelle: Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz 2003

Die Einordnung der Kultur- und Kreativwirtschaft in eine größere Sektoren-Struktur ist aus ordnungspolitischen Gründen von großer Bedeutung, weil sowohl marktwirtschaftliche als auch öffentlich finanzierte Kulturprodukte und Dienstleistungen nach unterschiedlichen Wertmaßstäben beurteilt und in hohem Maße nach jeweiligen politischen Grundsätzen begründet werden. Zur ersten Orientierung verhilft das so genannte 3-Sektoren-Modell.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft steht in einem engen Beziehungsgeflecht zu anderen Funktionsfeldern oder Teilsektoren des Kultursektors. Modellhaft werden die kulturellen und kreativen Sektoren in einen öffentlichen, einen intermediären und einen privaten Sektor unterteilt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist der privat- oder marktwirtschaftliche Teil des Kultursektors. Hier werden alle Unternehmen und wirtschaftlichen Aktivitäten des Profit-Sektors zugeordnet. Die übrigen beiden nicht-marktwirtschaftlichen Teilsektoren – der öffentliche und der intermediäre Bereich – umfassen alle Non-Profit-Einrichtungen und Aktivitäten, die nicht auf kommerzielle Ziele ausgerichtet sind.

## 1.1.2 Die Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft

Abbildung 1.2: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Wirtschaftsministerkonferenz 2009

Für die Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie deren Teilmärkte wurden die Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz aufgenommen. Die Festlegung auf eine verbindliche Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie von der Wirtschaftsministerkonferenz im Jahr 2009 empfohlen, ist ein wesentlicher Ausgangspunkt. Damit wird eine einheitliche methodische Grundlage verwendet, die sowohl die Vergleichbarkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Regionen ermöglicht, als auch durch die Anbindung an die Empfehlungen der Wirtschaftsministerkonferenz einen Beitrag zur Verstetigung und Versachlichung des noch immer schillernden Themas Kultur- und Kreativwirtschaft leistet. Die Wirtschaftsministerkonferenz hat auf der Grundlage der Vorarbeiten der Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft folgende Definitions- und Abgrenzungsmerkmale für einen Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft empfohlen:

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

Durch die konkrete Anbindung des Wirtschaftsfeldes Kultur- und Kreativwirtschaft

an die elf Teilmärkte und deren statistische Verknüpfung können die Begriffe „Kulturwirtschaft“, „Kultur- und Kreativwirtschaft“ und „Kreativwirtschaft“ synonym verwendet werden.

### Abbildung 1.3: Statistische Zuordnung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008)

1. Musikwirtschaft	
90.03.1	Selbständige Komponisten, Musikbearbeiter
90.01.2	Musikensembles
59.20.1	Tonstudios etc.
59.20.2	Tonträgerverlage
59.20.3	Musikverlage
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. ä.
90.02	*Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.
47.63.	*Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern
32.2	Herstellung von Musikinstrumenten
2. Buchmarkt	
90.03.2	Selbständige Schriftsteller
74.30.1	Selbständige Übersetzer
58.11	Buchverlage
47.61	Einzelhandel mit Büchern
47.79.2	Antiquariate
18.14	Buchbindereien etc.
3. Kunstmarkt	
90.03.3	Selbständige bildende Künstler
47.78.3	** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc. (Anteil 20 %)
91.02	Museumsshops etc.
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.
4. Filmwirtschaft	
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler
59.11	Film-/TV-Produktion
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik
59.13	Filmverleih u. -vertrieb
59.14	Kinos
47.63	*Einzelhandel mit bespielten Ton-/Bildträgern
77.22	Videotheken
5. Rundfunkwirtschaft	
90.03.5	*Selbständige Journalisten u. Pressefotografen
60.10	Hörfunkveranstalter
60.20	Fernsehveranstalter
6. Markt für darstellende Künste	
90.01.4	*Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler
90.01.3	Selbständige Artisten, Zirkusbetriebe
90.01.1	Theaterensembles
90.04.1	*Theater- und Konzertveranstalter
90.04.2	*Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. ä.

90.04.3	Varietés und Kleinkunsthöhlen
90.02	*Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst
85.52	Kulturunterricht/Tanzschulen
7. Designwirtschaft	
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Modedesign
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur
73.11	**Werbegestaltung (50 % Anteil)
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold, Silberschmiedewaren
74.20.1	Selbständige Fotografen
8. Architekturmarkt	
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau
71.11.2	*Büros für Innenarchitektur
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung
71.11.4	Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung
90.03.4	Selbständige Restauratoren
9. Pressemarkt	
90.03.5	*Selbständige Journalisten u. Pressefotografen
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
58.12	Verlage von Adressbüchern u. Verzeichnissen
58.13	Verlage von Zeitungen
58.14	Verlage von Zeitschriften
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften u. Zeitungen
10. Werbemarkt	
73.11	*Werbeagenturen/Werbegestaltung
73.12	Vermarktung u. Vermittlung von Werbezeiten u. Werbeflächen
11. Software-/Games-Industrie	
58.2	Verlegen von Computerspielen und sonstiger Software
62.01	Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen etc.
63.12	Webportale
( ) Sonstiges	
91.01	Bibliotheken und Archive
91.03	Betrieb von historischen Stätten u. Gebäuden u. ähnlichen Attraktionen
91.04	Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks
74.30.2	Selbständige Dolmetscher
74.20.2	Fotolabors
32.11	Hersteller von Münzen
32.13	Hersteller von Fantasieschmuck

Ergänzende Hinweise: Die mit \* versehenen Wirtschaftszweige werden verschiedenen Teilmärkten zugeordnet. Die mit \*\* markierten Kunsthandel und designrelevanten Wirtschaftszweige können nur geschätzt werden, da sie in der amtlichen Statistik mit kulturfremden Aktivitäten zusammengefasst wurden. In den statistischen Auswertungen werden die Doppelzählungen in der Endsumme grundsätzlich bereinigt, sodass kein Wirtschaftszweig mehrfach ausgewertet wird.

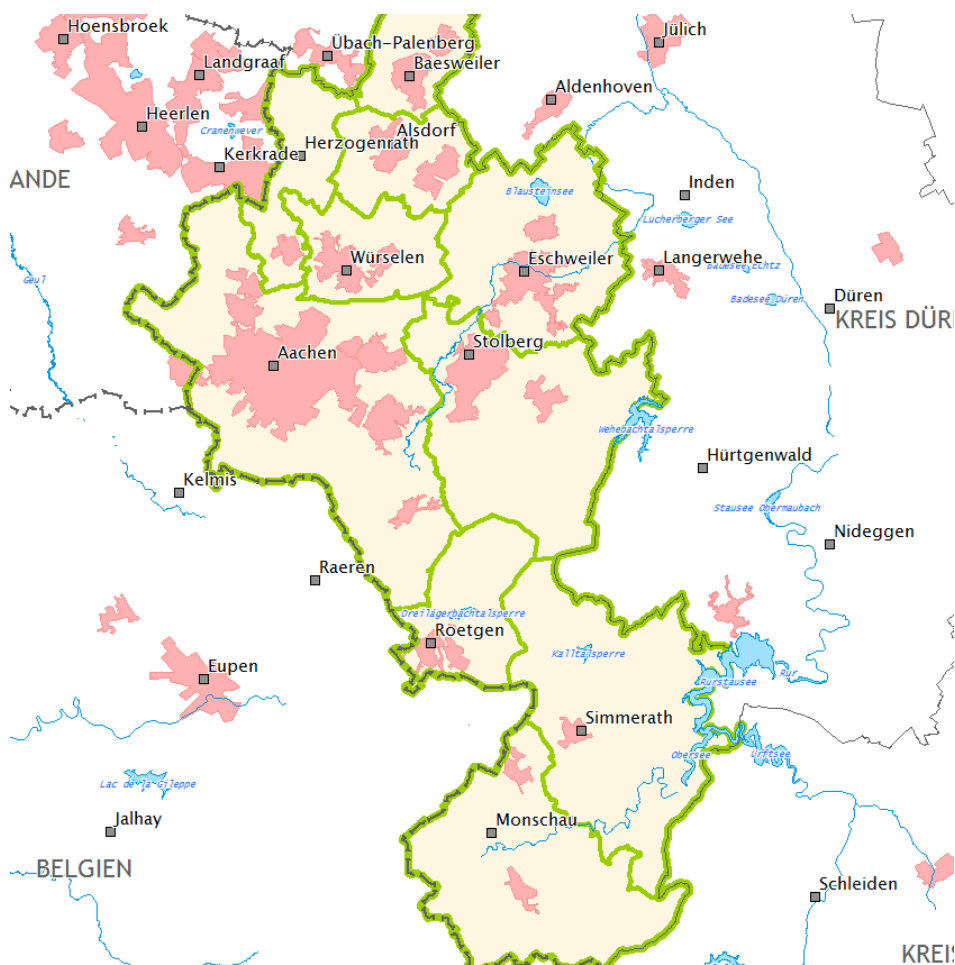
## 2 Gesamtüberblick

### 2.1 Das Untersuchungsgebiet der Städteregion Aachen und der Euregio Maas Rhein

Die Städteregion Aachen wurde im Jahr 2009 durch die Zusammenlegung der kreisfreien Stadt Aachen und des Kreises Aachen gebildet. Alle wirtschafts- und beschäftigungsrelevanten Untersuchungen beziehen sich ab diesem Zeitpunkt auf die Städteregion Aachen. Diese Neuorientierung gilt somit auch für die vorliegende Untersuchung. Frühere Untersuchungen zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Aachen sind deshalb nicht mehr vergleichbar.

Zur Städteregion Aachen zählen folgende Städte und Gemeinden: Stadt Aachen, Stadt Alsdorf, Stadt Baesweiler, Stadt Eschweiler, Stadt Herzogenrath, Stadt Monschau, Gemeinde Roetgen, Gemeinde Simmerath, Stadt Stolberg und Stadt Würselen.

**Abbildung 2.1: Räumliche Gliederung der Städteregion Aachen**



Die vorliegende Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft wird sich auf die Städteregion als Ganzes beziehen. Folgende Eckdaten liegen für die Städteregion vor:

Gemessen am Einwohnerstand, Bruttoinlandprodukt (BIP), an Erwerbstätigkeit, Unternehmen und am Umsatz erreicht die Städteregion Aachen einen relativen Anteil von 2,1 bis 3,2 Prozent am Land NRW.

**Abbildung 2.2: Basisdaten Städteregion Aachen 2010/2011**

	Einwohner Anzahl 2011	BIP Mio. € 2010	Erwerbstätige Anzahl 2010	Unternehmen Anzahl 2011	Umsatz Mio. € 2011
Städteregion Aachen	539.516	15.328	280.500	21.001	28.673
Anteil NRW	3,1%	2,8%	3,2%	3,1%	2,1%

Quelle: Einwohner 2011 von Zensus 2011 (Stand 9.5.2011), Destatis; BIP 2010 und Erwerbstätige 2010, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Statistische Ämter; Unternehmen und Umsatz 2011, Umsatzsteuerstatistik IT.NRW; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

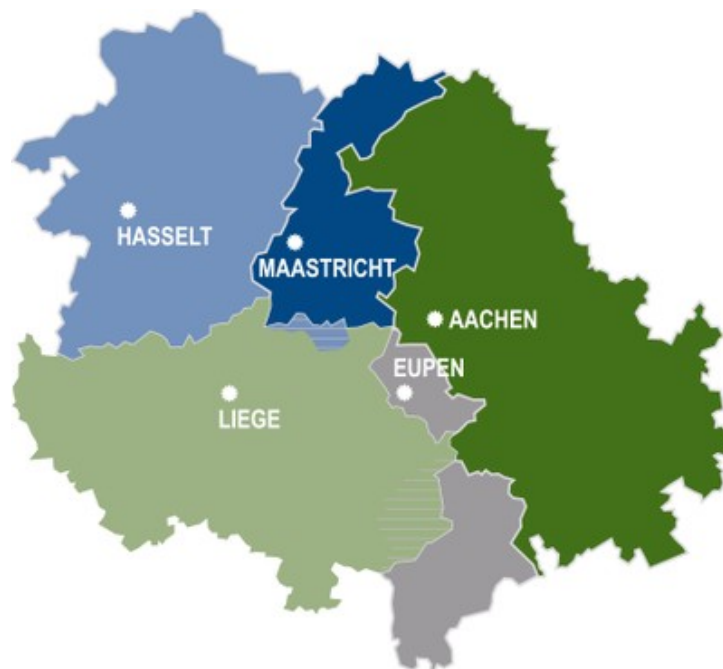
### **Euregio Maas Rhein**

Die EUREGIO MAAS-RHEIN wurde im Jahr 1976 als Arbeitsgemeinschaft gegründet und ist einer der ältesten grenzüberschreitenden Kooperationsverbände. Im Jahr 1991 wurde diese Arbeitsgemeinschaft in die Rechtsform einer Stichting (Vereinigung) nach niederländischem Recht umgewandelt.

#### **Mitglieder dieser Stichting sind:**

- der Süden der Provinz Limburg (Niederlande)
- die Provinz Limburg (Belgien)
- die Provinz Lüttich (Belgien)
- die Region Aachen (Deutschland)
- die Deutschsprachige Gemeinschaft (Belgien)

Abbildung 2.3: Räumliche Gliederung der Euregio Maas Rhein



Quelle: Stichting Euregio Maas-Rhein, Eupen 2013

Abbildung 2.4: Basisdaten zur Euregio Maas Rhein 2010

Provinz/Region	Einwohner		BIP		Kaufkraftstandard (PPS) je Einwohner 2010
	Anzahl 2010	%-Anteil 2010	Mio. Euro 2010	%-Anteil 2010	
Provinz Limburg (BE)	838.505	21%	22.418	23%	23.800
Provinz Lüttich (BE)	1.067.685	27%	26.003	26%	21.600
darunter DG (BE)	75.222	2%	1.768	2%	20.900
Süd-Limburg (NL)	748.000	19%	19.302	20%	28.800
Region Aachen (DE)	1.281.597	33%	30.499	31%	21.525
Euregio Maas Rhein	3.935.787	100%	98.222	100%	23.931

Hinweise: DG=Deutschsprachige Gemeinschaft (BE). Einwohnerzahl für Süd-Limburg von Euregio Maas Rhein übernommen.

Quellen: Eurostat, Euregio Maas Rhein

Gemessen am Einwohnerstand und am Bruttoinlandprodukt (BIP) liegt die Region Aachen mit Anteilen von 33 Prozent und 31 Prozent an der Spitze der Euregio Maas Rhein. In wirtschaftlicher Hinsicht, gemessen am Kaufkraftstandard je Einwohner, weisen die Provinzen Süd-Limburg (NL) mit rund 28.800 Euro je Einwohner und die Provinz Limburg (BE) mit 23.800 Euro je Einwohner die besten Werte auf. Der Kaufkraftstandard ist eine EU-normierte volkswirtschaftliche Kennzahl, die die wirtschaftliche Stärke einer EU-Region anzeigt. Bei den Angaben zur Deutsch-sprachigen Gemeinschaft (DG) ist zu berücksichtigen, dass diese bereits in den Angaben der Provinz Lüttich enthalten sind.

Die Stichting hat ihren Sitz im Regierungsgebäude der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Eupen. Höchstes Entscheidungsgremium der Euregio Maas-Rhein ist der Vorstand, dessen unmittelbarer Verantwortung das Büro der Euregio Maas-Rhein untersteht.

Die Rechtsform der "Stichting" ist vergleichbar mit einem "eingetragenen Verein (e.V.) in Deutschland oder einer "association sans but lucratif (asbl)" bzw. einer "vereniging zonder winstoogmerk (vzw)" in Belgien.



### 3 Darstellung und Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städtereion Aachen

#### 3.1 Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick

##### 3.1.1 Die volkswirtschaftliche Bedeutung

Im folgenden Abschnitt wird die wirtschaftliche und beschäftigungsbezogene Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städtereion Aachen dargestellt.

**Abbildung 3.1: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Städtereion Aachen, 2011-2012\***

Kultur- und Kreativwirtschaft	Absolut Angaben 2011	Absolut Angaben 2012*	Veränderu ng in % 2012/2011	Anteil an Gesamt- wirtschaft 2012*
Anzahl der Selbst- ständigen/Unternehmen	1.766	1.805	2,2%	8,5%
Umsatz in Tsd. Euro Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	954.944	981.162	2,7%	3,2%
Erwerbstätige	10.791	11.108	2,9%	-

Hinweis: \*Schätzung bzw. vorläufig; Begriff Erwerbstätige umfasst alle Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, aber ohne geringfügig Beschäftigte bzw. Tätige  
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen  
Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Rund 1.800 Selbständige und Unternehmen sind im Jahr 2012 schätzungsweise in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städtereion Aachen tätig. Das entspricht einem Anteil von 8,5 Prozent an der Gesamtwirtschaft. Der im Jahr 2012 erwirtschaftete Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt schätzungsweise bei rund 981 Millionen Euro. Bezogen auf die gesamte Wirtschaftsleistung erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft mit 3,2 Prozent einen deutlich höheren Anteilswert als der NRW-Landeswert, der im vergleichbaren Jahr bei geschätzten 2,5 Prozent liegt.

Darüber hinaus kann die Aachener<sup>1</sup> Kultur- und Kreativwirtschaft als arbeitsintensive Branche auf ein nennenswertes Beschäftigungsvolumen verweisen. Rund 9.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte verfügen über einen existenzfähigen Arbeitsplatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusammen mit den Selbstständigen arbeiten dort rund 11.100 Erwerbstätige. Der Beschäftigungsanteil der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft liegt, gemessen an an der Gesamtwirtschaft in Aachen, bei 4,9 Prozent. Auch dieser

<sup>1</sup> Mit dem Begriff Aachen ist immer die Städtereion Aachen gemeint.

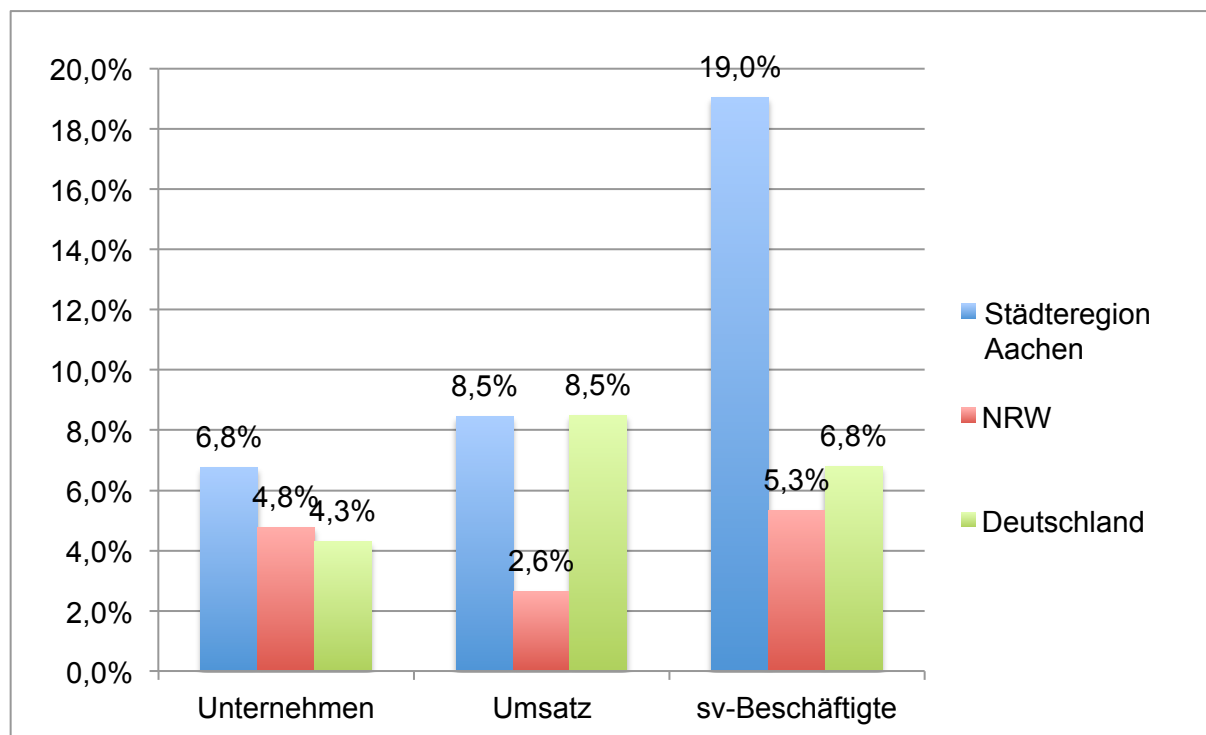
Anteilswert liegt deutlich höher als der vergleichbare Landeswert für NRW, der lediglich 2,6 Prozent erreicht.

Die relative Stärke der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft ergibt sich aus der Tatsache, dass die Teilmärkte: Buchmarkt und Software-/Games-Industrie in den Jahren 2001 und 2012 sehr gute Jahresumsätze und Beschäftigungswerte erreichen konnten.

Insgesamt zählt die Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen innerhalb der gesamten nordrhein-westfälischen Kultur- und Kreativwirtschaft zu den kleineren Regionen. Als urbane Region kann sie jedoch einen überdurchschnittlichen Platz in der Kultur- und Kreativwirtschaft einnehmen.

**Abbildung 3.2: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen im Vergleich zu NRW und Bund, 2009-2012\***

Veränderung 2012\* gegenüber 2009 in %



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen  
Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Im Vergleich der Jahre 2009 bis 2012\* ist die Zahl der Unternehmen in der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft um 6,8 Prozent gestiegen. Im Vergleich zur Entwicklung in der gesamten NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft, die im gleichen Zeitraum um 4,8 Prozent zulegen konnte, ist die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich stärker gewachsen. Auch der Bundeswert mit 4,3 Prozent bleibt deutlich hinter dem Aachener Wert zurück. Zuwächse mit zum Teil zweistelligen Raten konnten vor allem die Musikwirtschaft, der Kunstmarkt und die Software-/Games-Industrie verzeichnen.

Mit dieser positiven regionalen Unternehmensentwicklung geht ebenso eine erstaunlich überdurchschnittliche Wirtschaftsentwicklung einher. Mit 8,5 Prozent stieg der Umsatz der

Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen 2009 und 2012\* wiederum stärker als der vergleichbare NRW Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft, der lediglich 2,6 Prozent erreichte. Der vergleichbare Bundeswert liegt allerdings mit 8,5 Prozent Zuwachs auf gleicher Höhe wie der Aachener Umsatzwert.

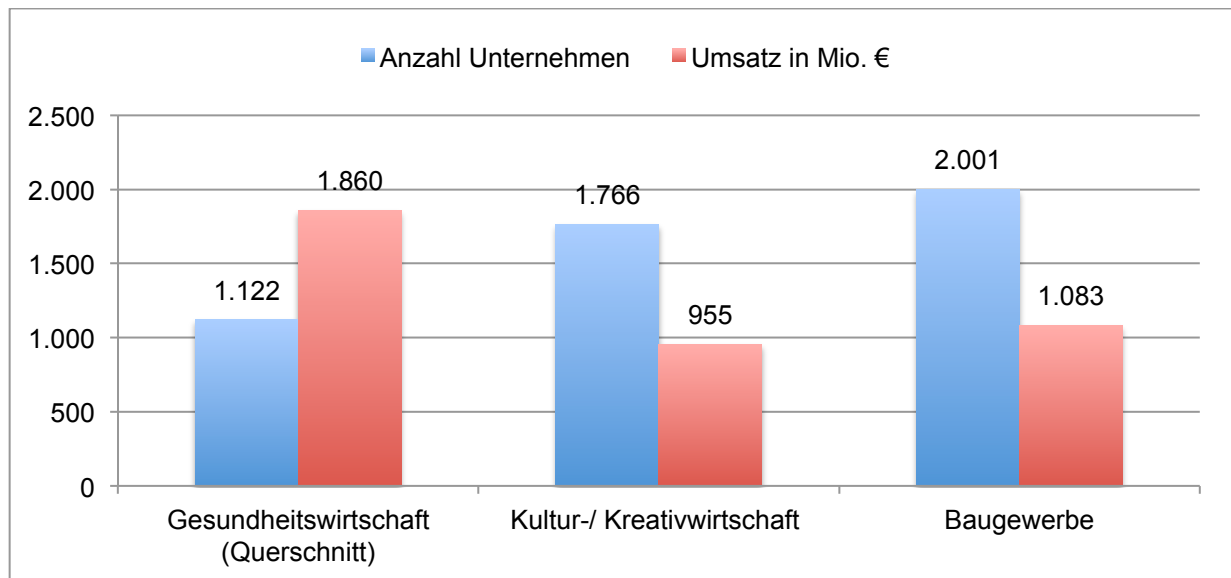
Zu den wirtschaftlichen Treibern der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft zählen die Software-/Games-Industrie, die Designwirtschaft, die Musikwirtschaft und der Kunstmarkt mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten, der Werbemarkt und der Architekturmarkt konnten einstellige Zuwachsraten erzielen.

Diese positive wirtschaftliche Entwicklung zeigt starke Auswirkungen auf den Beschäftigungsmarkt. Wie die Vergleichswerte der Aachener und NRW Kultur- und Kreativwirtschaft signalisieren, ist der Beschäftigungsmarkt in Aachen im Zeitraum 2009 bis 2012\* überdurchschnittlich um mehr als 19 Prozent angestiegen, der gesamte NRW Markt hingegen stieg lediglich um 5,3 Prozent an. Der Beschäftigungsmarkt umfasst die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Voll- und Teilzeit, die insbesondere bei den größeren Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Arbeitsplatz besitzen. Die Wachstumsdynamik der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft wird vor allem durch die Software-/Games-Industrie mit einem Zuwachs von 37 Prozent und dem Architekturmarkt mit einem Plus von 15 Prozent im Vergleichszeitraum 2009 bis 2012 getragen.

Insgesamt ist für die wirtschaftspolitische Perspektive die besondere Rolle des Erwerbstätigenmarktes der Kultur- und Kreativwirtschaft hervorzuheben, da sie als arbeitsintensive Branche immer wieder neue Tätigkeits- und Beschäftigungsformen in den regionalen Beschäftigungsmarkt einführt. Die Entwicklung der Selbständigenzahl vor allem in den „größeren“ Teilmärkten Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt und Software-/Games-Industrie nimmt eine immer stärkere Rolle beim Wandel der Kultur- und Kreativwirtschaft hin zu einem Tätigkeitsmarkt ein.

### 3.1.2 Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ausgewählten Wirtschaftsbranchen

Abbildung 3.3: Die regionale Kultur- und Kreativwirtschaft der Städtereion Aachen im Branchenvergleich, 2011



Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen  
Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In Abweichung zu den meisten Kulturwirtschaftsberichten der Bundesländer, in denen vielfach die Branchen Automobilindustrie, Maschinenbau, Chemische Industrie oder Energieversorgung zum Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft herangezogen wurden, hat die vorliegende Untersuchung eine andere Perspektive herausgearbeitet. Ausgewählt wurde zum einen die Gesundheitswirtschaft, die in Aachen einen hohen Rang in der Wirtschaftspolitik einnimmt. Zum anderen soll der Vergleich mit dem Baugewerbe in quantitativer Hinsicht eine gewisse Normalität der Kultur- und Kreativwirtschaft anzeigen

Die Gesundheitswirtschaft, selbst eine Querschnittsbranche wie die Kultur- und Kreativwirtschaft, erstreckt sich von der pharmazeutischen Industrie und Herstellung von medizinischen Geräten über die Krankenhäuser, Ärzte, Apotheken, Heimwesen bis zu Sportdienstleistungen und Einzelhandel mit Fahrrädern!

Strukturell unterscheiden sich die Kultur- und Kreativwirtschaft und die Gesundheitswirtschaft erheblich, da z. B. die Gesundheitsbranche durch einen starken Pharmaziekomplex mit einem Umsatz von 860 Millionen Euro (in Aachen) geprägt wird. Darüber hinaus werden die einzelnen Segmente wie z. B. die Krankenhäuser, die Arztpraxen oder die Apotheken durch umfangreiche Regulierungen und Marktbedingungen abgesichert. Diese Rahmenbedingungen gelten weitgehend nicht für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Bis auf den Architekturmarkt existieren keinerlei Regulierungen für den Kultur- und Kreativmarkt, d.h. die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft müssen sich weitgehend über den Markt finanzieren. Vor diesem Hintergrund ist der wirtschaftliche Effekt der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft mit 955 Millionen Euro im Vergleich zur Gesundheitswirtschaft, die ohne die Pharmaindustrie bei rund 1.000 Millionen Euro läge, als sehr hoch einzuschätzen. Bezüglich der Unternehmenszahl erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft mit 1.766

Unternehmen ohnehin ein höheres Volumen als die Gesundheitswirtschaft, die 1.122 Unternehmen aufbieten kann.

Im Vergleich zum Baugewerbe hat die Kultur- und Kreativwirtschaft bereits ähnliche Größenverhältnisse erreicht. Die rund 2.100 bauwirtschaftlichen Unternehmen erzielen einen Umsatz von knapp 1,1 Milliarden Euro im Jahr 2011. Die Kultur- und Kreativwirtschaft liegt inzwischen auf einem ähnlichen Niveau wie das Baugewerbe. Beachtlich ist auch hier, dass die wirtschaftlichen Effekte der Kultur- und Kreativwirtschaft immer ohne Subvention oder andere Förderungen, wie beispielsweise die Konjunkturpakete, erzielt wurden.

Die beiden Vergleichsbranchen Gesundheitswirtschaft und Baugewerbe können in Bezug auf politische Aufmerksamkeit und öffentliche Wahrnehmung längst als etablierte Branchen gelten, während die Kultur- und Kreativwirtschaft noch immer um politische und gesellschaftliche Wertschätzung ringen muss. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die politische und öffentliche Wahrnehmung der Kultur- und Kreativwirtschaft derzeit noch nicht der faktischen wirtschaftlichen Bedeutung entspricht.

## **3.2 Die elf Teilmärkte (Teilgruppen) der Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick**

Vorbemerkung: Die Darstellung der elf Teilmärkte kann nur für die Unternehmen und ihren Umsatz dargestellt werden. Die Struktur des Beschäftigungsmarktes muss hingegen nach dem Konzept der „statistischen Teilgruppen“ (Gliederung siehe Anhang) erfasst werden, da zur Städteregion Aachen für eine ganze Reihe von Teilmärkten wegen datenschutzrechtlicher Einschränkungen keine Ergebnisse von der Bundesagentur für Arbeit ausgewiesen werden konnten.

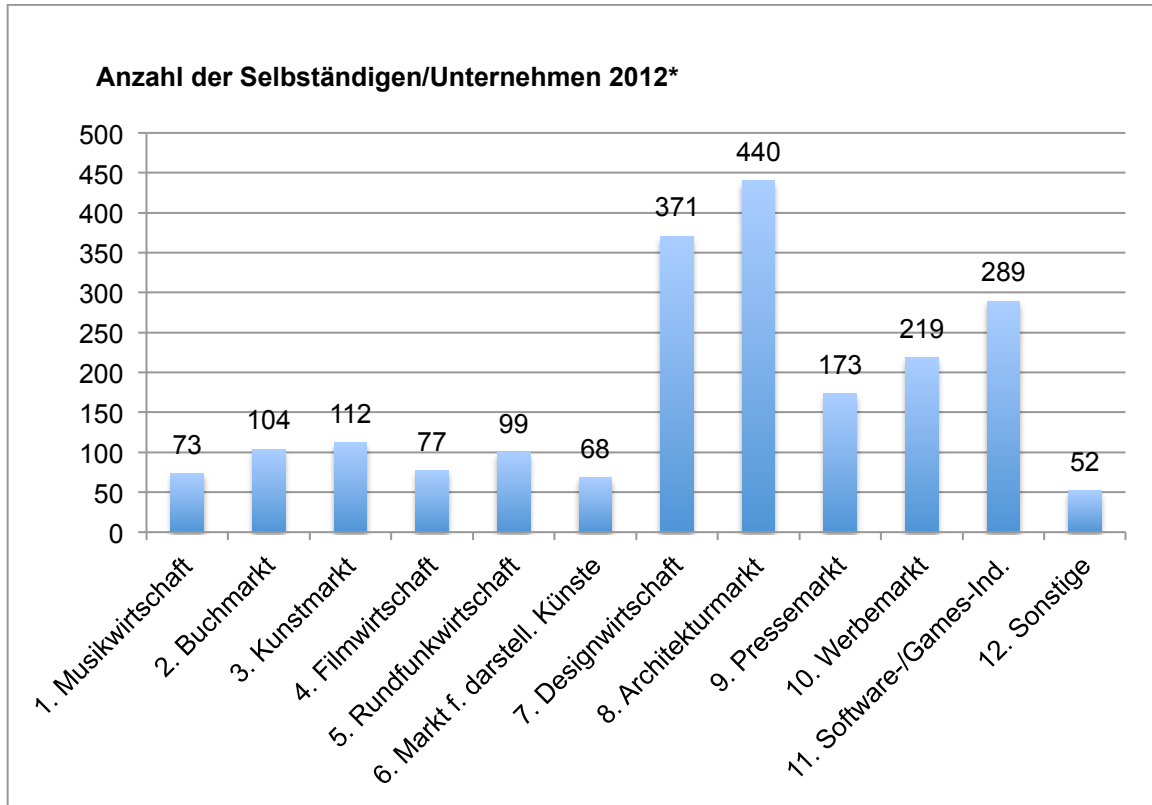
Die elf Teilmärkte/Teilgruppen bilden zusammen ein heterogenes Gebilde von unterschiedlich großen Segmenten. Während die Software-/Games-Industrie, der wirtschaftlich größte Teilmarkt, ein Umsatzvolumen von schätzungsweise rund 276 Millionen Euro erreicht, liegt die entsprechende Größenordnung beim kleinsten Teilmarkt, der Rundfunkwirtschaft, lediglich bei einem Volumen von 6 Millionen Euro. Der zweitgrößte Teilmarkt, der Buchmarkt liegt mit einem Umsatz von 217 Millionen Euro erwartungsgemäß vor den weiteren Teilmärkten, da hier auch ein landesweit aktiver Buchhändler erfasst wird.

Hinsichtlich der Unternehmensstrukturen bilden der Architekturmarkt und die Designwirtschaft mit jeweils 440 bzw. 371 Büros die größten Teilmärkte, mit deutlichem Abstand gefolgt von den Teilmärkten: Software-/Games-Industrie, Werbemarkt und Pressemarkt.

Der Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt ein monostrukturiertes Profil. Mit rund 5.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zählen 60 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Software-/Games-Industrie. Beim Blick auf die Gruppe der geringfügig Beschäftigten steht der Buchmarkt mit 872 Tätigen an der Spitze des Branchenkomplexes.

### 3.2.1 Die Unternehmensschwerpunkte

Abbildung 3.4: Die Unternehmensschwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen, 2012\*



Hinweis: \*Schätzung, Teilmärkte mit Doppelzählung

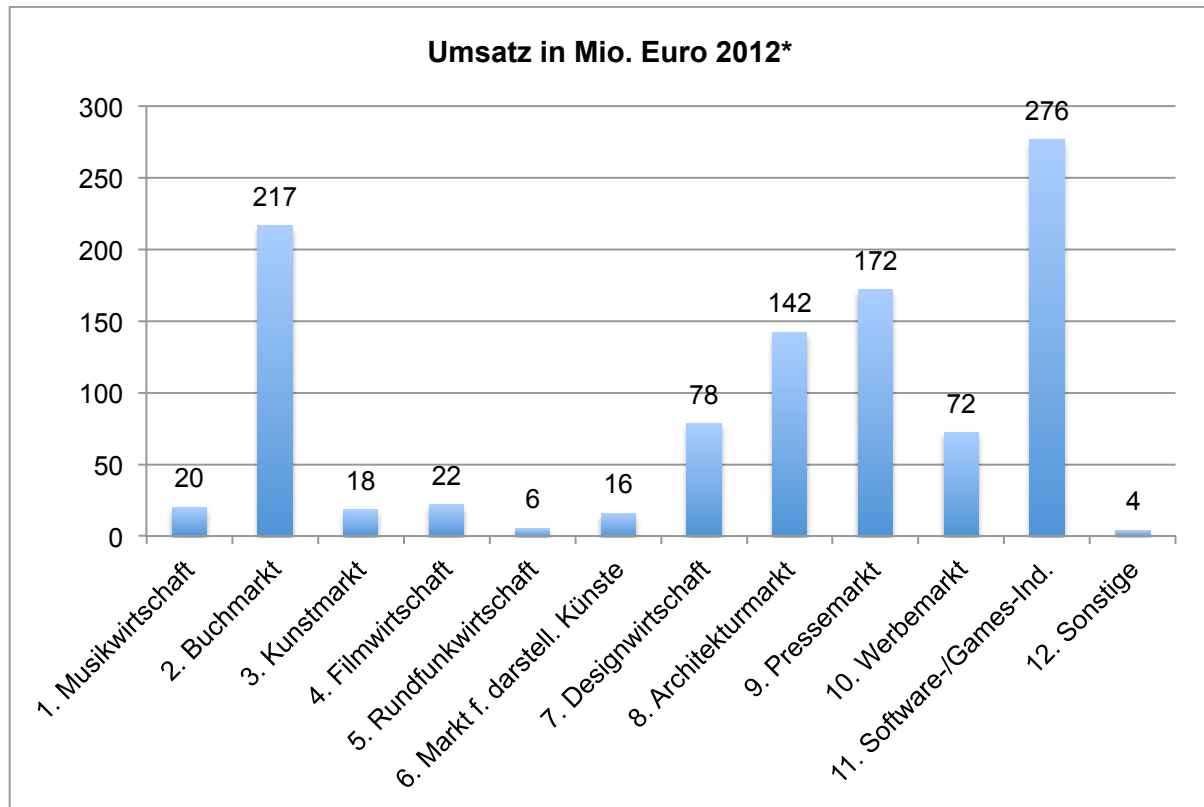
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Innerhalb der Unternehmenslandschaft erreichen die Architekturbüros mit der Anzahl von 440 Unternehmen den höchsten Anteil an allen Kultur- und Kreativwirtschaftsunternehmen, gefolgt von der Designwirtschaft mit einem Umfang von 371 Unternehmen. Auf den weiteren Plätzen folgen der Pressemarkt mit 173, der Werbemarkt mit 219 und die Software-/Games-Industrie mit 289 Unternehmen. Zu den kleineren Teilmärkten zählen die Musikwirtschaft, der Buchmarkt, die Filmwirtschaft, der Kunstmarkt und der Markt für darstellende Künste, die Zahlen von 68 bis 112 Selbständigen bzw. Unternehmen aufweisen.

Bei den kleineren Teilmärkten, von der Musikwirtschaft bis zum Markt für darstellende Künste handelt es sich überwiegend um kulturell oder kulturwirtschaftlich geprägte Branchen. Das bedeutet, oftmals existiert eine komplementäre öffentliche Infrastruktur, die ebenfalls Dienstleistungen anbietet. Klassische komplementäre Strukturen bilden z.B. private Musikfachgeschäfte und öffentliche Musikschulen, private Buchhandlungen und öffentliche Bibliotheken, private Galerien und öffentliche bzw. gemeinnützige Museen oder private Ensembles und öffentliche Theater. Die Rundfunklandschaft wird ohnehin durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geprägt. Demgegenüber agieren die Unternehmen in den größeren Teilmärkten der Designwirtschaft bis zur Software-/Games-Industrie als rein privatwirtschaftliche Anbieter ohne komplementäre Akteure im öffentlichen Kulturbetrieb. Diese eigentümliche Struktur ist in vielen regionalen Kulturwirtschaftsräumen bundesweit zu beobachten.

### 3.2.2 Die Umsatzschwerpunkte

Abbildung 3.5: Die Umsatzschwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen, 2012\*



Hinweis: \*Schätzung; Teilmärkte mit Doppelzählung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In wirtschaftlicher Hinsicht ist oftmals ein ähnlich dichotomes Bild der kleineren und größeren Teilmärkte innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zu erkennen. Allerdings sticht hier der Buchmarkt als kulturwirtschaftlicher Teilmarkt in der Städteregion Aachen hervor. Mit geschätzten rund 217 Millionen Euro Jahresumsatz im Jahr 2012 zählt er zu den größeren Teilmärkten, die lediglich von der Software-/Games-Industrie mit einem geschätzten Umsatz von 276 Millionen Euro übertroffen wird. Betrachtet man den Buch- und Pressemarkt zusammen, dann steigt das gemeinsame Umsatzvolumen auf knapp 390 Millionen Euro und liegt damit noch vorn der Software-/Games-Industrie.

Auffallend ist der relative starke Umsatzwert des Architekturmarktes, der mit 142 Millionen Euro bereits in die Nähe des Pressemarktes mit 172 Millionen Euro kommt. Im Durchschnitt erreicht ein Architekturbüro in der Städteregion Aachen damit einen Jahresumsatz von 323.000 Euro. Der vergleichbare Landeswert der NRW-Architekten im Jahr 2011 liegt mit 224.000 Euro Jahresumsatz deutlich niedriger. Die Aachener Architekten konnten somit wirtschaftlich bessere Ergebnisse erzielen. Im Vergleich dazu konnten die Designer und die Werber offenbar nicht an diese guten Durchschnittswerte der Architekten anknüpfen. Sowohl die Gesamtumsätze in Höhe von 78 Millionen Euro beim Design und 72 Millionen Euro bei der Werbung liegen deutlich unterhalb der Architektur. Ebenso erreichen die Durchschnittswerte je Designbüro mit 211.000 Euro und je Werbeagentur mit 330.000 Euro nicht annähernd das durchschnittliche Umsatzniveau der NRW-Designbüro und NRW-

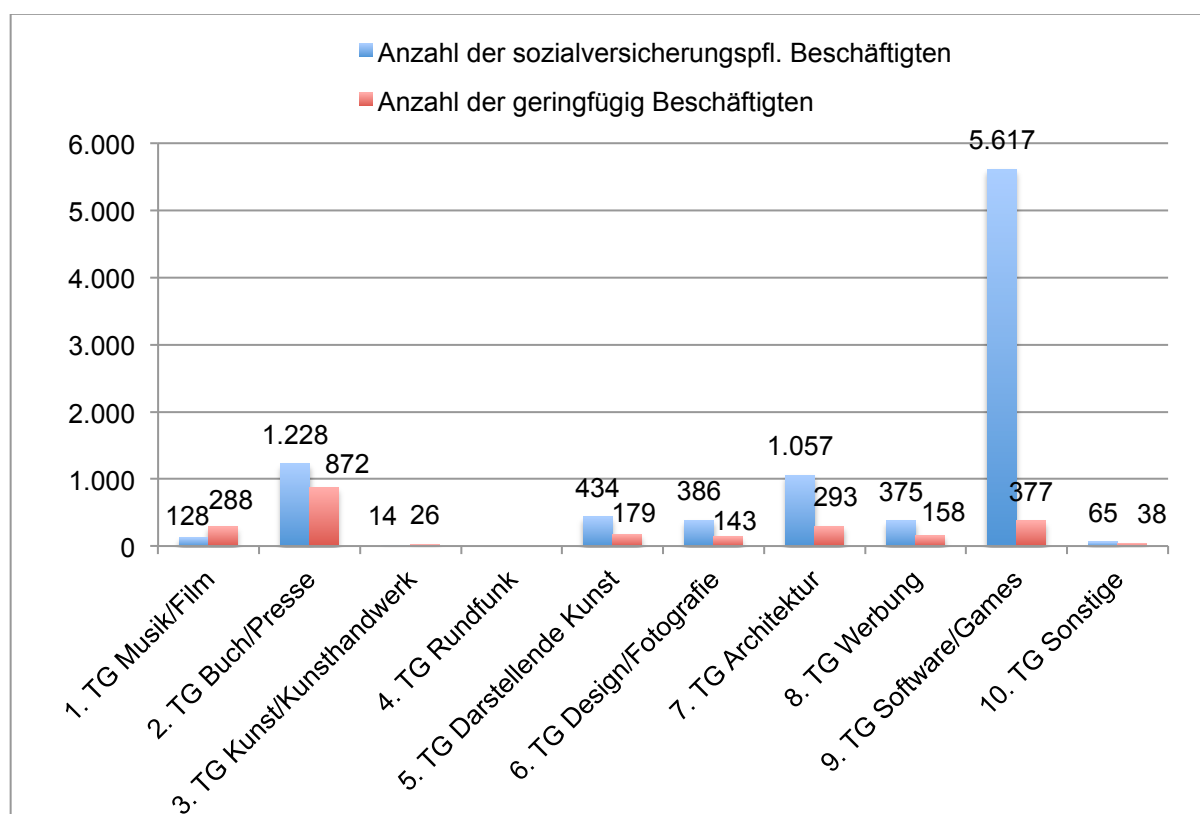


Werbeagenturen. Im Landesschnitt erzielen die Designbüros im Jahr 2011 mit 520.000 Euro einen mehr als doppelt so hohen Umsatzwert, die NRW-Werbeagenturen erreichen mit einem durchschnittlichen Umsatz von 1,1 Millionen Euro einen fast dreifach höheren Wert je Agentur.

Im Gesamtbild der kleineren Teilmärkte von der Musikwirtschaft bis zum Markt für darstellende Künste werden im Schnitt jeweils Umsätze von rund 16 bis 22 Millionen Euro erzielt. Hier fällt lediglich die Rundfunkwirtschaft mit einem Umsatzvolumen von rund 6 Millionen aus dem Rahmen. Dies liegt v.a. an der hohen Zahl der selbständigen Journalisten mit ihren Umsätzen, die fast 90 Prozent der Rundfunkumsätze ausmachen. Die wenigen Hörfunkanbieter sind lediglich mit einem geschätzten Umsatz von ca. 10 Prozent am gesamten Umsatz der Rundfunkwirtschaft beteiligt, während Fernsehveranstalter in der amtlichen Statistik der Städtereion Aachen nicht registriert wurden.

### 3.2.3 Die Schwerpunkte des Beschäftigtenmarktes

Abbildung 3.6: Die Schwerpunkte des Beschäftigtenmarktes der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städtereion Aachen, 2012\*



Hinweis: \*vorläufige Angaben. Die Gliederung erfolgt abweichend vom Teilmärkte-Konzept nach statistischen Teilgruppen, da datenschutzrechtliche Einschränkungen bei der Datenauswertung vorliegen. Zur Teilgruppe Rundfunk liegen wegen Datenschutzsperrung keine Angaben vor. Die Teilgruppe Darstellende Kunst enthält auch öffentliche Kulturbetriebe.

Quelle: Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Für eine angemessene Bewertung des Beschäftigungsmarktes sei nochmals darauf hingewiesen, dass die Beschäftigtenstatistik derzeit keine hinreichende Datenbasis für die Gliederung nach den feiner gegliederten Teilmärkten ermöglicht. Deshalb wurden statistische Teilgruppen gebildet, die eine statistische Auswertung zum Beispiel für die Teilgruppe Musik- und Filmwirtschaft, für die Teilgruppe Buch- und Pressemarkt, für die Teilgruppe Kunstmarkt und Kunsthandwerk oder für die Teilgruppe Darstellende Kunst ermöglichen.

Eine weitere Neuerung betrifft die Einbeziehung der geringfügig Beschäftigten in den einzelnen Teilgruppen. Zu dieser Gruppe zählen alle abhängig Beschäftigten, die keinen regulären sozialversicherungspflichtigen Vertrag, sondern einen sogenannten Minijob mit in der Regel bis zu 400 Euro (neu: 450 Euro) besitzen.

Für den Beschäftigungsmarkt ist die Software-/Games-Industrie mit einer Anzahl von rund 5.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der wichtigste Arbeitgeber in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Software-/Games-Industrie liegt damit deutlich vor den anderen Teilmärkten wie dem Buch-/Pressemarkt mit rund 1.200 und dem Architekturmarkt mit rund 1.100 Beschäftigten.

Zu den mittelgroßen Teilgruppen zählen die TG Darstellende Kunst, die TG Design/Fotografie und die TG Werbung mit rund 375 bis 434 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. In der TG Darstellende Kunst sind vermutlich auch Arbeitsplätze des öffentlichen Kulturbetriebs (Theater Aachen u.ä.) enthalten. Zu den kleineren Teilgruppen zählen die TG Musik/Film mit 128 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und die TG Kunst/Kunsthandwerk mit 14 Beschäftigten.

Die geringfügig Beschäftigten finden zum überwiegenden Teil Jobs in der TG Buch-/Presse. Mit 872 geringfügig Beschäftigten – hier handelt es sich vermutlich um vorwiegend im Zeitschriftenmarkt tätige Austräger – sind bereits ein Drittel der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion in dieser Teilgruppe registriert. Eine weitere nennenswerte Anzahl geringfügig Beschäftigter ist der TG Software-/Games (377 Beschäftigte), in der TG Architektur (293 Beschäftigte) und in der TG Musik/Film (288 Beschäftigte) aktiv. In der TG Musik/Film werden die Minijobs vermutlich im Filmproduktions- oder Kinosegment eingesetzt werden. Auch die restlichen Teilgruppen verfügen über nennenswerte Zahlen an geringfügig Beschäftigten. Die Teilgruppen Darstellende Kunst, Werbung und Design/Fotografie bieten zwischen 140 und 180 Minijobbern Beschäftigung. Für die TG Rundfunk liegen aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Angaben zur Beschäftigung vor.

Insgesamt bilden die drei Teilgruppen Software/Games, Buch/Presse und Architektur die wichtigsten Beschäftigungsmärkte in der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen. Diese Schwerpunktbildung wird auch durch das wirtschaftliche Profil bestätigt. Wie im vorherigen Abschnitt zur Umsatzstruktur ersichtlich ist, können die vier Teilmärkte Buch- und Pressemarkt, die Software-/Games-Industrie und der Architekturmarkt als Hauptträger der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden.

### 3.3 Die Entwicklung der Teilmärkte/Teilgruppen

In den folgenden Abschnitten steht die Entwicklung der einzelnen Teilmärkte/Teilgruppen im Focus der Untersuchung. Des besseren Verständnisses halber, werden hier die elf Teilmärkte bzw. zehn Teilgruppen zwei übergeordneten Gruppen zugeordnet:

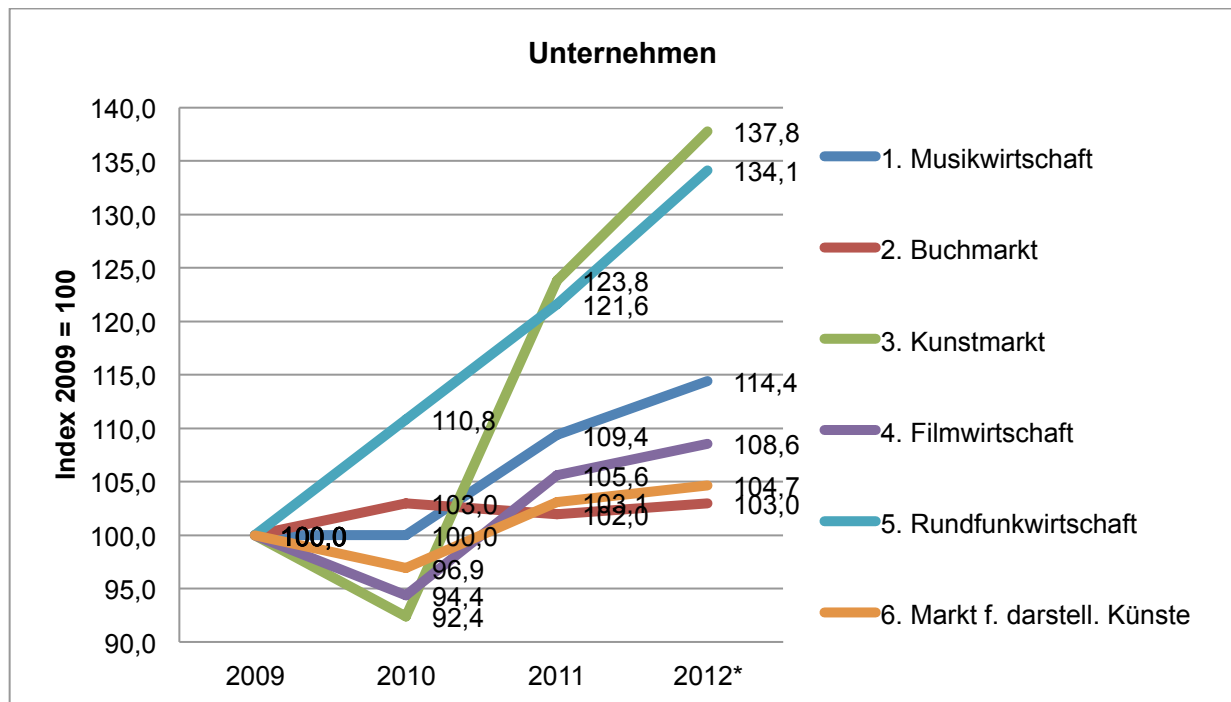
Die Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft und Markt für darstellende Künste gehören der ersten Gruppen an. Hier arbeiten verstärkt Musiker, Schriftsteller, bildende Künstler, Schauspieler etc. Diese Gruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren sechs Teilmärkten ist stärker künstlerisch/kulturell geprägt.

Zur zweiten Gruppe zählen die Teilmärkte Designwirtschaft, Architekturmarkt, Presse- und Werbemarkt sowie Software-/Games-Industrie. Hier arbeiten vorwiegend die Designer, Architekten, Software-/Games-Entwicklern, etc. Diese Gruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft ist stärker kulturell/kreativ geprägt.

Die zur ersten Gruppe gehörenden stärker künstlerisch orientierten Teilmärkte zählen auch in ökonomischer Hinsicht meist zu den kleineren Teilmärkten (Ausnahme hier der Buchmarkt). Die Unternehmenszahlen, Umsatzwerte oder Beschäftigungszahlen der eher künstlerisch/kulturell ausgerichteten Kultur- und Kreativwirtschaft erreichen oftmals nicht die entsprechenden Werte der zur zweiten Gruppe gehörenden kulturell/kreativen Teilmärkte. Hinzu kommt, dass die künstlerisch/kulturellen Teilmärkte stärker konsumnahe Dienstleistungen erbringen, also ihren Absatz im Endverbrauchermarkt finden. Hingegen sind die kulturell/kreativen Teilmärkte stärker unternehmensorientiert ausgerichtet, d.h. ihre Dienstleistungen werden oftmals für andere Branchen im Produktions-, Handels- oder Dienstleistungssektor erbracht.

### 3.3.1 Die Entwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Abbildung 3.7: Unternehmensentwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012\*



Hinweise: \*Schätzung.

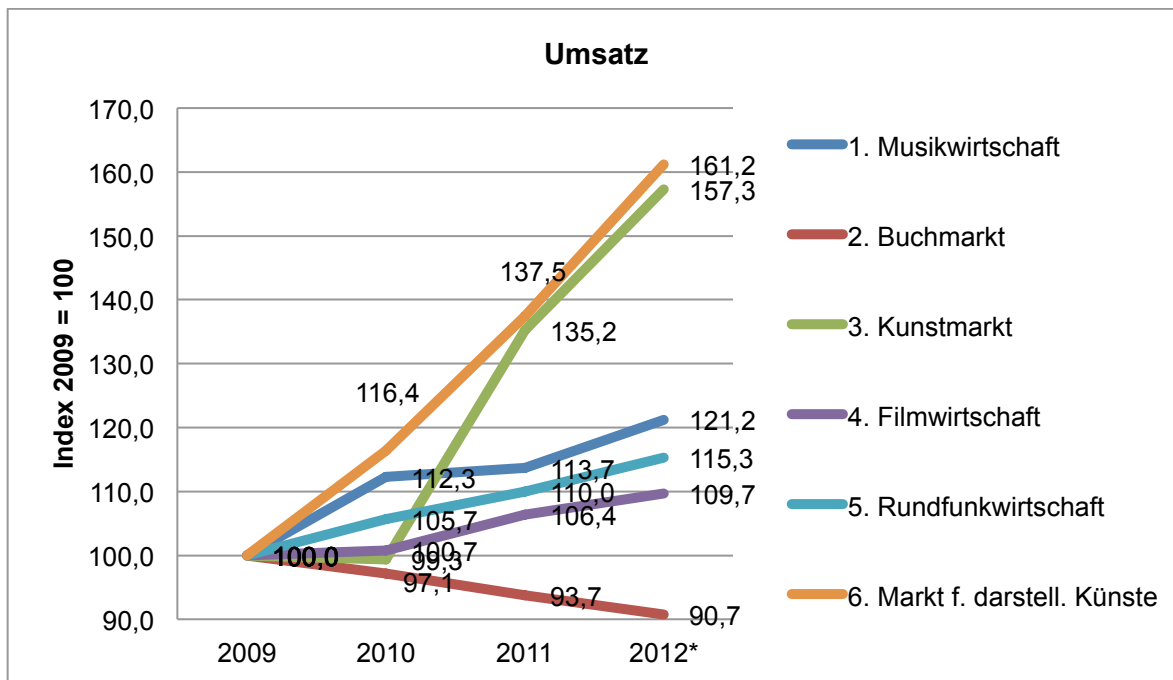
Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung der Unternehmenslandschaft in der Kultur- und Kreativwirtschaft wird ab dem Jahr 2010 weitgehend durch positive Veränderungsdaten geprägt. Während im ersten Jahresvergleich 2009/2010 vier der sechs Teilmärkte eine negative bzw. stagnierende Tendenz aufweisen, steigt die Zahl der Unternehmen seit dem Jahr 2010 in fast allen Teilmärkten an. Lediglich der Buchmarkt bewegt sich auf einem stagnierenden Niveau.

Die stärksten Zuwächse verzeichnen der Kunstmarkt und die Rundfunkwirtschaft. Zwischen 2009 und 2012 können sie ihre Unternehmenszahlen um mehr als 30 Prozent steigern. Allerdings zählen diese Teilmärkte auch zu den kleinsten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ihnen folgen in der Wachstumsgeschwindigkeit die Musikwirtschaft mit einem Plus von mehr als 14 Prozent, die Filmwirtschaft mit knapp 9 Prozent und der Markt für darstellende Künste mit knapp 5 Prozent. Selbst im Buchmarkt ist eine positive Entwicklung mit 3 Prozent im Vergleichszeitraum zu registrieren, obwohl dieser Teilmarkt mit großen strukturellen Veränderungen zu kämpfen hat – dies allerdings nicht nur in Aachen sondern in allen deutschen Regionen.

Insgesamt deuten die durchgehend positiven Zuwachsraten in allen künstlerisch/kulturellen Teilmärkten auf einen Vertrauenszuwachs in die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft hin.

**Abbildung 3.8: Umsatzentwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012\***



Hinweise: \*Schätzung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die wirtschaftliche Entwicklung im Vergleichszeitraum ist in zwei Teilmärkten besonders positiv: dem Kunstmarkt und dem Markt für darstellenden Künste. Der Kunstmarkt erreicht nach einem schwachen Start ab 2010 einen überdurchschnittlich starken Zuwachs und wächst gegenüber dem Basisjahr 2009 um über 57 Prozent. Da dieser Umsatztrend noch stärker ausgeprägt ist, wie das Wachstum der Unternehmenszahlen, können die Kunstmarktakteure ihren durchschnittlichen Umsatz je Unternehmen deutlich steigern.

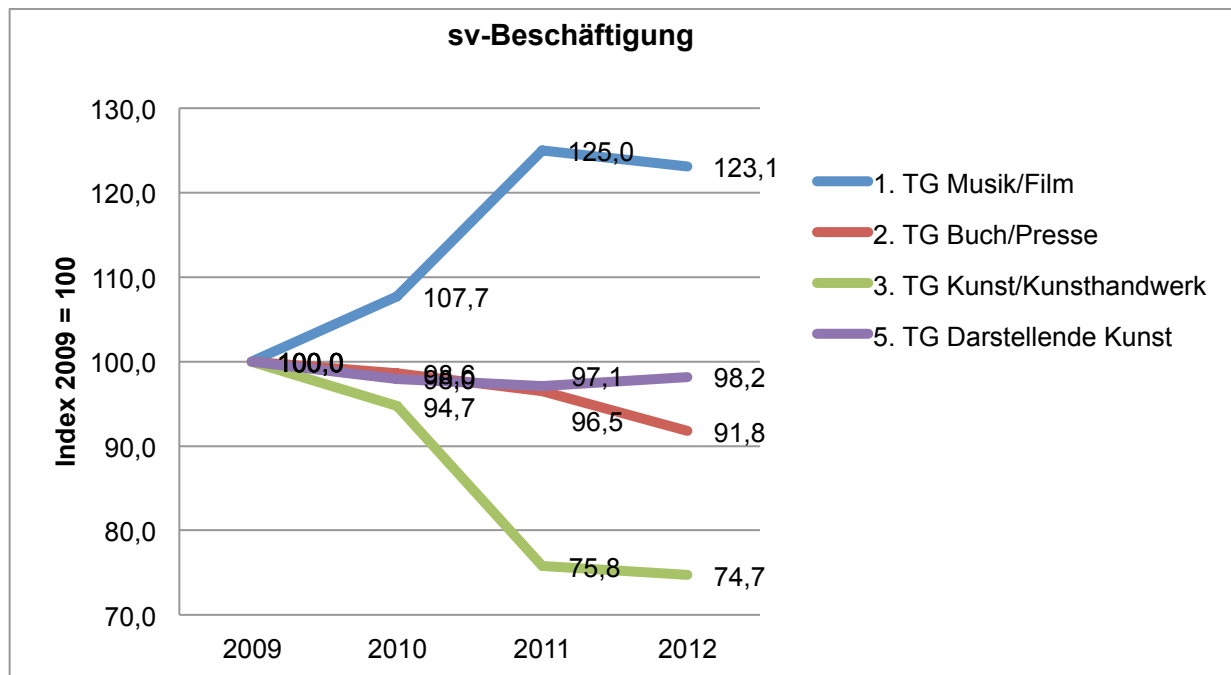
Die Akteure des Markts für darstellende Künste steigern ihr Umsatzvolumen zwischen 2009 und 2012 um über 61 Prozent. Die darstellenden Künstler und ihre Unternehmen erzielen noch höhere Durchschnittsumsätze je Unternehmen im Vergleichszeitraum, als die Kunstmarktakteure.

Die Teilmärkte Musikwirtschaft, Filmwirtschaft und Rundfunkwirtschaft steigern ihre Umsätze konstant aber bei weitem nicht so spektakulär wie der Kunstmarkt. Hier wird 2012 zwischen 10 und 21 Prozent Umsatzzuwachs gegenüber 2009 erwirtschaftet.

Der Buchmarkt ist in diesem 6-Teilmärkte-Vergleich der einzige Teilmarkt, der mit einem konstanten Umsatzminus zu kämpfen hat. Zwischen 2009 und 2012 schrumpft das Umsatzvolumen um rund 10 Prozent. Zwar befindet sich auch der landesweite Buchmarkt seit Jahren in einem schwierigen wirtschaftlichen Entwicklungsprozess. Allerdings bewegen sich die landesweiten Umsatzrückgänge im Buchmarkt im Schnitt jährlich um ein bis zwei Prozent abwärts, während der Aachener Buchmarkt einen überdurchschnittlich negativen Trend anzeigt. Die Ursachen dürften vorwiegend auf ein überregional tätiges Unternehmen zurückzuführen sein, dessen Filialbetriebe immer stärker unter der wachsenden Konkurrenz von Internethändlern leiden.

Insgesamt können die „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte (bis auf den Buchmarkt) im Vergleichszeitraum 2009 bis 2012 eine gute bis sehr gute wirtschaftliche Entwicklung erreichen. Alle einzelnen Teilmärkte der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen eine wirtschaftlich bessere Entwicklung an, als die vergleichbaren Teilmärkte im Landesdurchschnitt (Ausnahme: Buchmarkt).

**Abbildung 3.9: Beschäftigungsentwicklung der „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012\***



Hinweise: \*vorläufige Daten, ohne geringfügig Beschäftigte. Ohne TG Rundfunk wegen Datenschutzsperrung.  
Quelle: Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

An Stelle der Teilmargliederung muss für den Beschäftigungsmarkt ersatzweise die Gliederung nach statistischen Gruppen erfolgen, da die Datenbasis nur eingeschränkte Auswertungen für die Städteregion Aachen ermöglicht (s. dazu im Anhang: statistische Teilgruppengliederung).

Während die wirtschaftliche Entwicklung der bisher dargestellten Teilmärkte weitgehend positiv verlaufen ist, kann dies für den Beschäftigungsmarkt nicht festgestellt werden. Lediglich die Teilgruppe Musik/Film hat entsprechend ihrer wirtschaftlichen Entwicklung auch einen Beschäftigungsaufbau betrieben, die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten wächst zwischen 2009 und 2012 um rund 23 Prozent an.

Die übrigen Teilgruppen Buch/Presse, Kunst/Kunsthandwerk und Darstellende Kunst müssen im Vergleichszeitraum ein Minuswachstum hinnehmen. Hinsichtlich der Teilgruppe Buch/Presse kann dieser Trend aufgrund der negativen wirtschaftlichen Ergebnisse der letzten Jahre erwartet werden: Konstant schrumpfende Umsätze werden durch Personalabbau kompensiert.

Bei den beiden anderen Teilgruppen Kunst/Handwerk und Darstellende Kunst stellt sich die Lage jedoch anders dar: Während sie in den letzten Jahren überdurchschnittlich gute

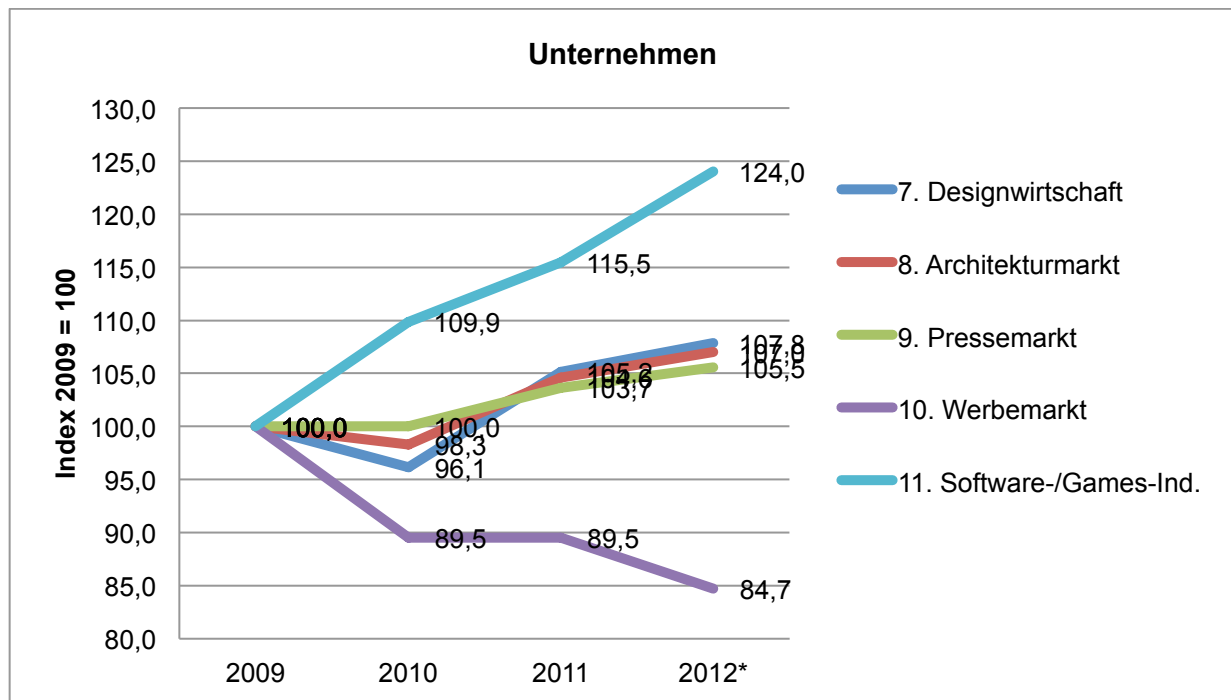
Umsatzzuwächse erzielen konnten, wurden im gleichen Zeitraum Arbeitsplätze abgebaut, in der Teilgruppe Kunst/Kunsth Handwerk sogar in dramatischer Weise. Der Widerspruch zwischen wirtschaftlicher und beschäftigungsbezogener Entwicklung erklärt sich aus dem extrem geringen Beschäftigungsvolumen in der Teilgruppe Kunst/Kunsth Handwerk: Lediglich rund 14 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte sind hier im Jahr 2012 tätig, während im gleichen Jahr rund 112 Selbständige allein im Kunstmarkt registriert werden. Diese Teilgruppe ist somit durch einen hohen Anteil an Unternehmen oder Selbständige ohne weitere Beschäftigte geprägt. Das bedeutet, der wirtschaftliche Erfolg wird im Wesentlichen ohne die Unterstützung von abhängig Beschäftigten realisiert.

Insgesamt können die Beschäftigungsmärkte meist noch nicht von der wirtschaftlichen Entwicklung profitieren. Vermutlich wird es für die „künstlerisch/kulturellen“ Teilmärkte/Teilgruppen auch in den nächsten Jahren nicht möglich sein, neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze aufzubauen, da die meisten Selbständigen als Kleinst- und Mikrounternehmen oder als Einpersonnenunternehmen am Markt agieren. Sollten sie zusätzliche Arbeitskräfte benötigen, werden diese vermutlich eher über freie Mitarbeiter, Minijobs oder Projektgemeinschaften realisiert werden und weniger über sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

### **3.3.2 Die Entwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft**

Zu den sogenannten „kulturell/kreativen“ Teilmärkten werden in dieser Untersuchung die fünf Teilmärkte: Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt und die Software-/Games-Industrie gezählt.

**Abbildung 3.10: Unternehmensentwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012\***



Hinweise: \*Schätzung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Unternehmenslandschaft der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte entwickelt sich mehrheitlich positiv.

Die Software-/Games-Industrie liegt mit einem Zuwachs von 24 Prozent zwischen 2009 und 2012 an der Spitze. Wie der Kurvenverlauf deutlich macht, entwickelt sich die Software-/Games-Industrie nach dem Krisenjahr 2009 mit überdurchschnittlichen jährlichen Zuwachsraten von mehr als 6 Prozent pro Jahr. Dieser sprunghafte Zuwachs spiegelt ein großes Vertrauen in die wirtschaftlichen Perspektiven dieses Teilmarktes wider.

Die drei Teilmärkte Designwirtschaft, Architekturmarkt und Pressemarkt folgen im deutlichen Abstand zur Software-/Games-Industrie. Das Wachstum der Unternehmen stockt oder schrumpft sogar zunächst nach dem Krisenjahr 2009. Ab dem Jahr 2010 folgen sie jedoch der wirtschaftlichen Dynamik der Software-/Games-Industrie. So steigert die Designwirtschaft die Zahl der Unternehmen um knapp 8 Prozent. Bezogen auf das Basisjahr 2010 hätte die Designwirtschaft einen ähnlichen Wachstumsverlauf erzielt wie die Software-/Games-Industrie.

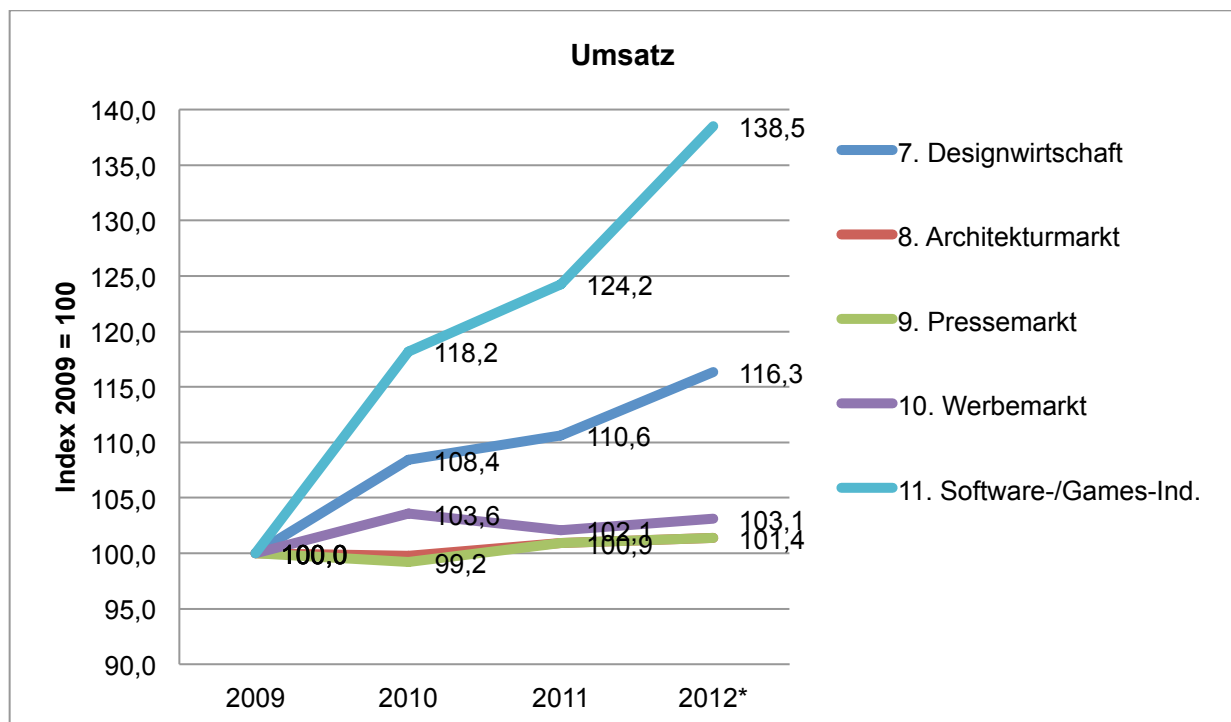
Der Architekturmarkt und der Pressemarkt wachsen im Vergleichszeitraum mit einem Plus von jeweils mehr als 6 Prozent. Während die Wachstumsdynamik des Architekturmarktes auf der Hoffnung eines verstärkten wirtschaftlichen Aufschwungs beruht, ist der Unternehmenszuwachs im Pressemarkt erklärungsbedürftig. Das Wachstum beruht hier vor allem auf die Zunahme von Journalistenbüros. Diese verfügen jedoch nur über geringe Durchschnittsumsätze, sodass bei der späteren Umsatzbetrachtung das wirtschaftliche Bild durch die Presseunternehmen geprägt wird.



Der einzige Teilmarkt, der einen starken Unternehmensschwund verzeichnen muss, ist der Werbemarkt. Mit einem Minus 15 Prozent geht die Zahl der Werbeagenturen zurück. Dieser Trend folgt ganz offensichtlich einer Marktberreinigung und betrifft vor allem die kleinen und Mikrobüros des Teilmarktes.

Insgesamt ist – wie bereits für die künstlerisch/kulturellen Teilmärkte festgestellt – auch für die kulturell/kreativen Teilmärkte ein weitgehender Vertrauenszuwachs für die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft zu beobachten.

**Abbildung 3.11: Umsatzentwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012\***



Hinweise: \*Schätzung

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

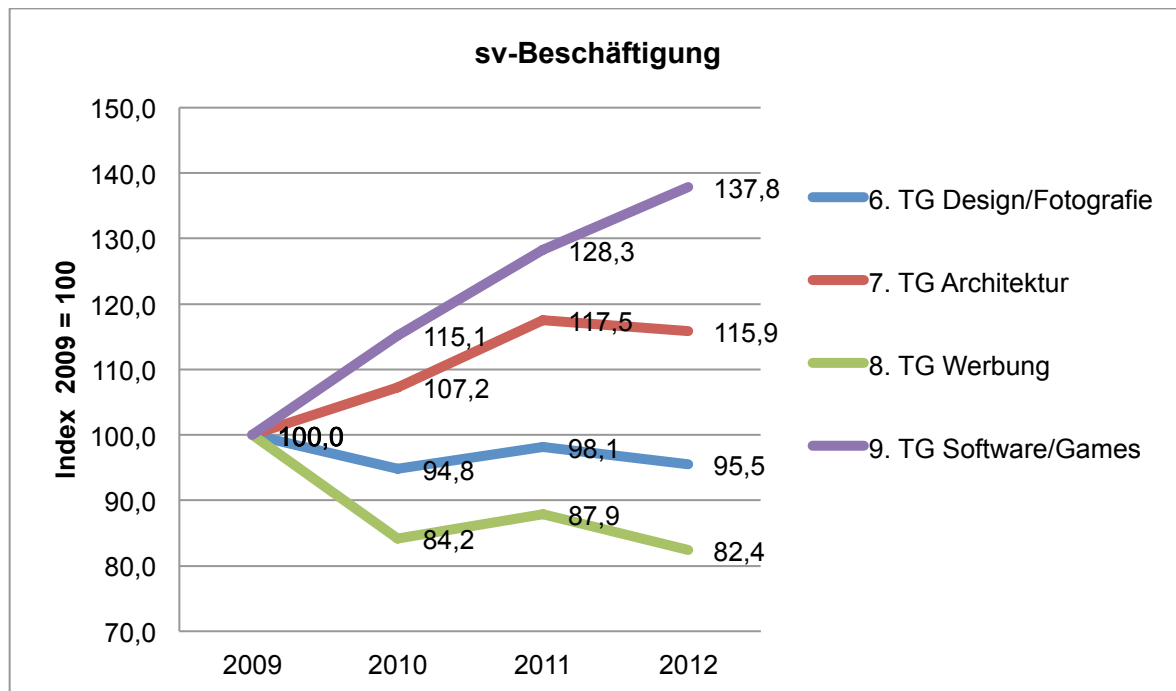
Wie die Abbildung deutlich macht, können alle Teilmärkte eine positive Wirtschaftsentwicklung ab dem Basisjahr 2009 vorweisen. Eine besonders starke Dynamik erzielt hierbei die Software-/Games-Industrie mit einer Wachstumsrate von mehr als 38 Prozent, gefolgt von der Designwirtschaft mit einem Zuwachs von rund 16 Prozent.

Der Werbemarkt legt mit einem Umsatzplus von rund 3 Prozent 2012 gegenüber 2009 zu, während die beiden Teilmärkte Architekturmarkt und Pressemarkt mit einem Wert von etwas mehr als einem Prozent nur minimal im Vergleichszeitraum wachsen.

Insgesamt ist es - trotz der unterschiedlichen wirtschaftlichen Dynamik, die die einzelnen Teilmärkte aufweisen - bemerkenswert, dass alle sechs kulturell/kreativen Teilmärkte einen positiven Wachstumstrend im Vergleichszeitraum zu verzeichnen haben. Damit wird in der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft seit dem Krisenjahr 2009 in zehn der elf Teilmärkte (bis auf den Buchmarkt) eine positive Entwicklung eingeleitet. Dies ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft keinesfalls selbstverständlich, wie der Blick auf die NRW-Kultur- und

Kreativwirtschaft deutlich macht. Dort stecken die drei Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt und Werbemarkt noch immer in einer Krise, da sie ihre Umsätze nach dem Jahr 2009 bis zum Jahr 2012 nicht mehr erreichen konnten.

**Abbildung 3.12: Beschäftigungsentwicklung der „kulturell/kreativen“ Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, 2009-2012\***



Hinweise: \* 2012 vorläufige Daten, ohne geringfügig Beschäftigte

Quelle: Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie oben schon erwähnt, ist an dieser Stelle die Teilmargliederung für den Beschäftigungsmarkt ersatzweise durch die Gliederung nach statistischen Gruppen erforderlich, da die Datenbasis nur eingeschränkte Auswertungen für die Städtereion Aachen ermöglicht.

Die Beschäftigungsentwicklung der vier Teilgruppen entspricht nur in Teilen dem positiven Gesamtbild der Umsatzentwicklung. Die Software-/Games-Industrie mit einem Zuwachs von knapp 38 Prozent und der Architekturmarkt mit einem Zuwachs von knapp 16 Prozent können ihre Beschäftigung deutlich vergrößern. Während der Beschäftigungszuwachs in der Software-/Games-Industrie durch die überdurchschnittliche Wirtschaftsentwicklung begründet werden kann, ist die positive Beschäftigungsentwicklung im Architekturmarkt erklärungsbedürftig.

Obwohl die Umsatzentwicklung im Architekturmarkt in den letzten Jahren nur minimal um rund ein Prozent zugenommen hat, zählen Teile der Aachener Architektenbüros landesweit zu den wirtschaftlich starken Architekturbüros. Im Durchschnitt erreicht ein Aachener Architektenbüro mit einem jährlichen Umsatz von 329.000 Euro im Jahr 2001 deutlich mehr als der Durchschnitt aller landesweiten Architekten in NRW (Jahresumsatz je Büro: 232.000 Euro). Bei den Aachener Innenarchitekten steigt der Durchschnittswert sogar auf über eine Million Euro je Büro. Daraus folgt, dass der Architekturmarkt trotz der geringen

Marktvergrößerung (gemessen am Umsatz) auf Grund seiner wirtschaftlichen Stärke in der Lage ist, neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze einzurichten. Wie die Beschäftigungsdaten belegen, verfügen die Aachener Architekten offenbar über ein großes Vertrauen in das Marktpotenzial der Städtereion Aachen.

Die beiden Teilgruppen Design/Fotografie und Werbung weisen negative Entwicklungen in ihren Beschäftigungsmärkten auf. Die Teilgruppe Werbung muss ein Minus von mehr als 17 Prozent, die Teilgruppe Design/Fotografie einen Beschäftigungsverlust von mehr als 4 Prozent im Vergleichszeitraum 2009 bis 2012 hinnehmen. In der Teilgruppe Werbung ist der Beschäftigungsverlust nachvollziehbar, da hier vermutlich eine Marktberreinigung seit der Krise 2009 eingesetzt hat, die viele Arbeitsplätze bei den kleinen und mittleren Werbeagenturen gekostet hat. Beim Design hingegen wurden vor allem die Arbeitsplätze bei den Fotografen abgebaut, soweit diese überhaupt noch aus früheren Beschäftigungsphasen vorhanden waren. Aber auch die Werbegestalter, die in größeren Teilen der Teilgruppe Design zugerechnet werden, haben sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze abgebaut. So ist zu erklären, warum trotz positiver wirtschaftlicher Entwicklung, die Beschäftigungsentwicklung bislang negativ verlaufen ist.

Insgesamt stellen die beiden Teilgruppen Software/Games und Architektur durch ihre überragenden quantitativen Größen ein so starkes Fundament dar, dass sie die Gesamtentwicklung der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft positiv prägen. Mit einem Beschäftigungszuwachs von 19 Prozent im Vergleichszeitraum 2009 bis 2012 weist die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft eine überdurchschnittlich Wachstumsrate aus, die weit über der vergleichbaren Rate von NRW liegt (vergleichbare Zuwachsrates: 5,3 Prozent).

### 3.3.3 Fazit der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen

Die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt überdurchschnittliche Kennzahlen

Abbildung 3.13: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen 2012\*

	Städteregion Aachen 2012*		Zum Vergleich NRW 2012*
	Absolut-Angaben	Anteil an Gesamtwirtschaft	
Anzahl der Selbständigen/Unternehmen	1.805	8,5%	7,7%
Umsatz in Tsd. Euro	981.162	3,2%	2,5%
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	9.304	4,9%	2,6%
<b>Erwerbstätige (Kernbereich)</b>	<b>11.108</b>	-	-
plus Mini-Unternehmer/-Jobber	ca. 5.500		
<b>plus Erwerbstätige insgesamt</b>	<b>ca. 16.600</b>		

Hinweis: \*Daten vorläufig bzw. geschätzt. Aachen = Städteregion Aachen mit Aachen, Alsdorf, Baesweiler, Eschweiler, Herzogenrath, Monschau, Roetgen, Simmerath, Stolberg und Würselen.

Quelle: IT.NRW, Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Die Städteregion Aachen zählt innerhalb Nordrhein-Westfalens mit rund 540.000 Einwohnern zu den kleineren Regionen. Als urbane Region nimmt sie jedoch einen herausragenden Platz in der nordrhein-westfälischen Kultur- und Kreativwirtschaft ein:

- Rund 1.800 Selbständige und Unternehmen sind im Jahr 2012 schätzungsweise in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen tätig. Das entspricht einem Anteil von 8,5 Prozent an der Gesamtwirtschaft. Der vergleichbare Landeswert liegt bei 7,7 Prozent.
- Der im Jahr 2012 erwirtschaftete Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt schätzungsweise bei rund 981 Millionen Euro. Bezogen auf die gesamte Wirtschaftsleistung erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft mit 3,2 Prozent einen deutlich höheren Anteilswert, als der NRW-Landeswert, der im vergleichbaren Jahr bei geschätzten 2,5 Prozent liegt.

Darüber hinaus verfügt die Aachener<sup>2</sup> Kultur- und Kreativwirtschaft als arbeitsintensive Branche über ein nennenswertes Beschäftigungsvolumen. Rund 9.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte haben einen existenzfähigen Arbeitsplatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusammen mit den Selbständigen arbeiten dort rund 11.100 Erwerbstätige.

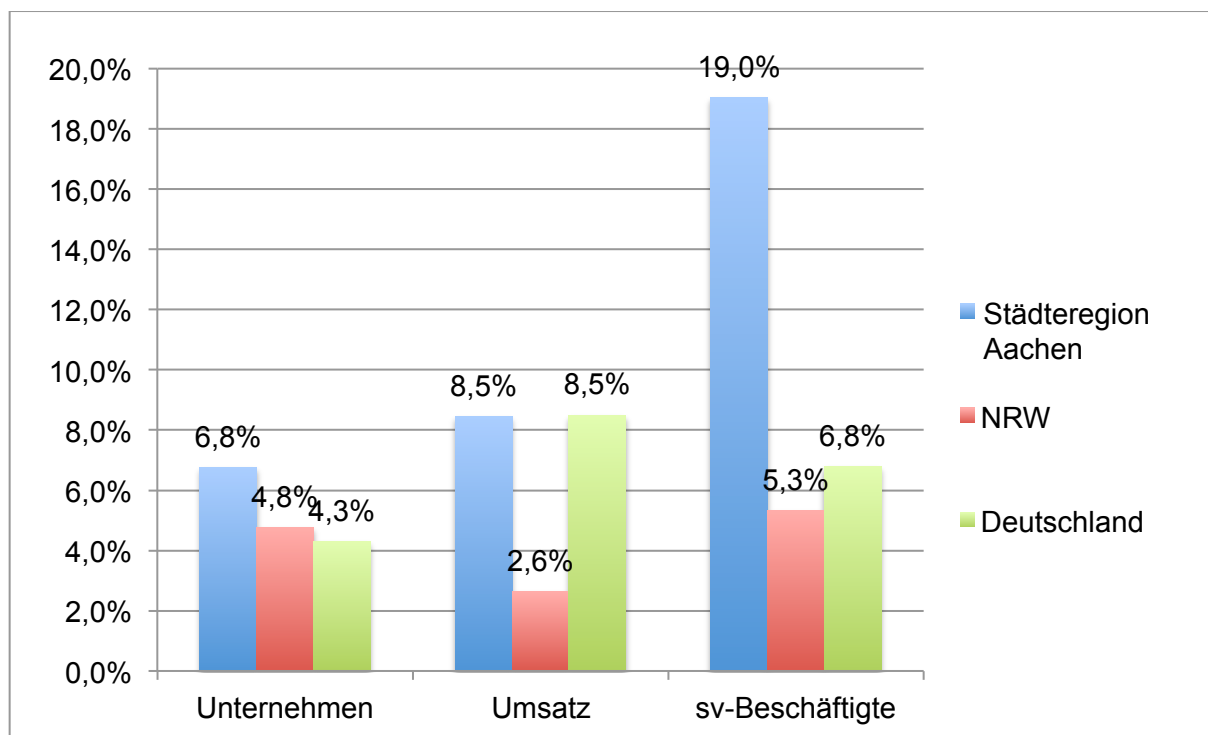
<sup>2</sup> Mit dem verkürzten Begriff ist immer die Städteregion Aachen mit Aachen, Alsdorf, Baesweiler, Eschweiler, Herzogenrath, Monschau, Roetgen, Simmerath, Stolberg und Würselen gemeint.

Der Beschäftigungsanteil der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft liegt, gemessen an der Gesamtwirtschaft in Aachen bei 4,9 Prozent. Auch dieser Anteilswert liegt deutlich höher als der vergleichbare Landeswert für NRW, der lediglich 2,6 Prozent erreicht.

Alle ermittelten Daten beziehen sich auf den sogenannten wirtschaftlichen Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zählt man die Mini-Unternehmer (mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz) und die Mini-Jobber (bis 450 Euro/Monat) hinzu, dann steigt die Gesamtzahl der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft um 5.500 auf insgesamt 16.600 Erwerbstätige.

### Deutlich stärkere Wachstumsdynamik der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zum Landesdurchschnitt NRW

**Abbildung 3.14: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen im Vergleich zu NRW und Bund, Veränderung 2012\* gegenüber 2009 in %.**



Hinweis: \*Daten vorläufig bzw. geschätzt.

Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen  
Büro für Kulturwirtschaftsforschung

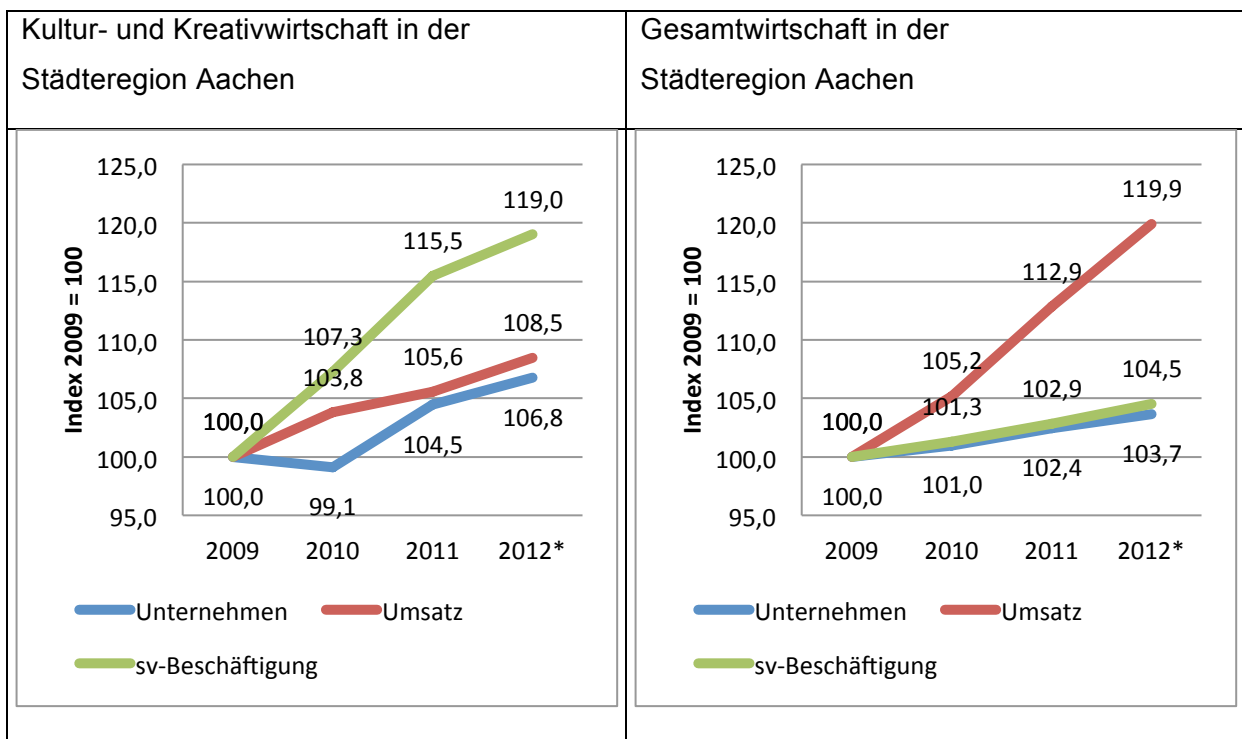
Im Vergleich der Jahre 2009 bis 2012\* ist die Zahl der Unternehmen in der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft um 6,8 Prozent gestiegen. Die Entwicklung in der gesamten NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft, kann im gleichen Zeitraum nur um 4,8 Prozent zulegen, die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft ist also deutlich stärker gewachsen. Auch der Bundeswert mit 4,3 Prozent bleibt hinter dem Aachener Wert zurück. Zuwächse mit zum Teil zweistelligen Raten verzeichnen vor allem die Musikwirtschaft, der Kunstmarkt und die Software-/Games-Industrie.

Mit dieser positiven regionalen Unternehmensentwicklung geht ebenso eine erstaunlich überdurchschnittliche Wirtschaftsentwicklung einher. Der Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft steigt zwischen 2009 und 2012 mit 8,5 Prozent wiederum stärker, als der vergleichbare NRW Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft, der lediglich 2,6 Prozent erreicht. Der vergleichbare Bundeswert liegt mit 8,5 Prozent Zuwachs auf gleicher Höhe wie der Aachener Umsatzwert.

Zu den wirtschaftlichen Treibern der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft zählen die Software-/Games-Industrie, die Designwirtschaft, die Musikwirtschaft und der Kunstmarkt mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten, der Werbemarkt und der Architekturmarkt erzielen einstellige Zuwachsraten.

**Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft: starke soziale Komponente - Aachener Gesamtwirtschaft: starke wirtschaftliche Komponente**

**Abbildung 3.15: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft in der Städteregion Aachen 2009 bis 2012\***



Hinweis: \*Daten vorläufig bzw. geschätzt. sv= sozialversicherungspflichtig Beschäftigte  
 Quelle: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen  
 Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft zeigt sich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft bei der sozialen Komponente, nämlich der Beschäftigungsentwicklung, eine hervorragende Stellung einnimmt. Der gesamte Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft mit rund 16.600 Erwerbstätigen, mit seinen sozialversicherungspflichtigen Voll-/Teilzeit und geringfügig Beschäftigten und mit seinen Mini-Selbständigen, wird in arbeitsmarktpolitischer Hinsicht immer bedeutsamer. Denn die Kultur- und Kreativwirtschaft bietet sowohl hochqualifizierte, wie auch geringqualifizierte Arbeitsplätze. Daher rückt zunehmend ihre gesellschaftliche Relevanz als arbeitsplatzintensive Branche in den Mittelpunkt.

Das Krisenjahr 2009 war für die gesamte bundesweite Volkswirtschaft ein dramatischer Einschnitt. Insbesondere den exportintensiven Produktionssektor in allen Regionen Deutschlands hat es hart getroffen. Hingegen sind große Teile der Dienstleistungswirtschaft, darunter auch die Kultur- und Kreativwirtschaft mit relativ geringen wirtschaftlichen Einschnitten durch das Krisenjahr gekommen.

Wie die Erfahrungen der konjunkturellen Schwankungen zeigen, folgen auf starke wirtschaftliche Einbrüche in der Folgezeit oftmals starke wirtschaftliche Aufschwünge. Vor diesem Hintergrund ist der Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft in der Städteregion Aachen zu bewerten. Bedingt durch den starken wirtschaftlichen Aufholeffekt des verarbeitenden Gewerbes zeigt die Gesamtwirtschaft insbesondere bei der wirtschaftlichen Entwicklung eine starke Dynamik in der Städteregion Aachen.

In der Gesamtwirtschaft hat hingegen die wirtschaftliche Entwicklung seit dem Krisenjahr 2009 eine beachtliche Dynamik entfacht. Hier kann die Kultur- und Kreativwirtschaft (noch) nicht mithalten, wenngleich sie mit 8,5 Prozent Zuwachs in 2012 gegenüber 2009 durchaus einen guten wirtschaftlichen Verlauf zeigt. Allerdings sind der wirtschaftliche Aufschwung in der verarbeitenden Industrie und insbesondere die starken Exportzuwächse des Produktionssektors vor dem Hintergrund des wirtschaftlichen Einbruchs im Krisenjahr 2009 zu verstehen.

Vergleichbare Einbrüche braucht der Dienstleistungssektor insgesamt und auch die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht zu kompensieren, da sie relativ glimpflich durch die Krise gekommen sind.

Dennoch kann die allgemein positive Entwicklung der Gesamtwirtschaft – sofern sie anhält – in der Folge auch als Konjunkturmotor für die Kultur- und Kreativwirtschaft wirksam werden.

## 4 Überblick über die Kultur- und Kreativwirtschaft in den Regionen der Euregio Maas Rhein

### 4.1 Darstellung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein nach Regionen

Die folgende Analyse beschreibt die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein. Zu ihr zählen die Provinz Limburg (Belgien), die Provinz Lüttich (Belgien), darunter die Deutschsprachige Gemeinde der Provinz Lüttich (Belgien), die Provinz Süd-Limburg (Niederlande) und die Region Aachen.

Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft<sup>3</sup> werden im Folgenden aus statistischen Gründen zu den sechs Wirtschaftssegmenten Buch/Presse, Film/Musik, Rundfunk, Software/Games, Werbung und Design verdichtet.

**Abbildung 4.1: Regionales Profil der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein 2010**

Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein 2010							
Provinz/Region	Anteil BWS an BIP %-Anteil	Betriebe		Erwerbstätige		Bruttowertschöpfung	
		Anzahl	%-Anteil	Anzahl	%-Anteil	in Mio. €	%-Anteil
Prov. Limburg (BE)	2,2%	1.889	23%	4.335	15%	488	18%
Prov. Lüttich (BE) darunter Deutschsprach. Gemeinschaft (BE)	2,4%	1.911	23%	4.718	16%	621	23%
Süd-Limburg (NL)	2,5%	135	2%	332	1%	44	2%
Region Aachen (DE)	3,5%	2.472	30%	5.643	20%	668	25%
<b>Euregio Maas Rhein</b>	<b>2,7%</b>	<b>8.229</b>	<b>100%</b>	<b>28.924</b>	<b>100%</b>	<b>2.648</b>	<b>100%</b>

Hinweis: Deutschsprachige Gemeinschaft in Provinz Lüttich enthalten. BWS=Bruttowertschöpfung. BIP=Bruttoinlandsprodukt.

Quelle: VGR und SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Zur Beurteilung der wirtschaftlichen Stärke der Kultur- und Kreativwirtschaft wird in der Kulturwirtschaftsforschung der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt als zentrale Kennzahl verwendet.

Danach erreicht die regionale Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein (EMR) mit einem Wertschöpfungsbeitrag von 2,6 Milliarden Euro einen Anteil von 2,7 Prozent am gesamten Bruttoinlandsprodukt der EMR. Dieser Wert liegt über dem vergleichbaren Wert von 2,4 Prozent der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft Europas<sup>4</sup>. Damit kann die EMR

<sup>3</sup> Die 11 Teilmärkte: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt, Software-/Games-Industrie

<sup>4</sup> Die Berechnung des europäischen Wertes basiert auf Auswertung von 25 EU-Staaten (mit Kroatien aber ohne Malta, Irland, Griechenland)



als eine wirtschaftliche Region eingestuft werden, die starke kultur- und kreativwirtschaftliche Potenziale aufweist.

Dieser positive Befund kann auch aus dem Blickwinkel der einzelnen Provinzen bestätigt werden. So erreicht die Teilprovinz Süd-Limburg mit 3,5 Prozent den höchsten Anteilswert der Bruttowertschöpfung am Bruttoinlandsprodukt innerhalb der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft. Dieser Spitzenwert Süd-Limburgs ist auch im nationalen Kontext von Bedeutung, denn die niederländische Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht vergleichbar einen etwas geringeren Anteilswert von 3,2 Prozent. Hier ist zusätzlich in Betracht zu ziehen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft der Niederlande im Wertschöpfungsvergleich des Jahres 2010 ohnehin an der Spitze aller europäischen Mitgliedstaaten steht.

Aber auch die anderen EMR-Provinzen/Regionen erreichen im jeweiligen nationalen Kontext beachtliche Konzentrationswerte. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der Region Aachen schafft einen Wertschöpfungsanteil von 2,7 Prozent und liegt damit leicht über dem deutschen Vergleichswert von 2,5 Prozent im Jahr 2010. Die beiden belgischen Provinzen Limburg und Lüttich erreichen Anteilswerte von 2,2 Prozent bzw. 2,4 Prozent und liegen damit deutlich über dem Wertschöpfungsanteil von 1,7 Prozent, den die belgische Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt im Jahr 2010 erzielen konnte. Die Deutschsprachige Gemeinschaft innerhalb der Provinz Lüttich erzielt einen Wertschöpfungsanteil von 2,5 Prozent.

In der Betrachtung nach den jeweiligen Wirtschaftskategorien ergeben sich im Einzelnen folgende Befunde:

Im Jahr 2010 existieren rund 8.200 Betriebe in der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft. Die auffallend gleichmäßige Verteilung der Betriebe in den vier Provinzen/Regionen – Süd-Limburg (NL) leicht erhöht 30 Prozent, ansonsten Durchschnittsanteile von jeweils rund 23 Prozent – verweist auf eine homogene Betriebsstruktur der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft. In allen vier Provinzen/Regionen dominieren die Designbüros, Werbeagenturen und Software-/Games-Betriebe in ähnlichen Größenordnungen – mit leichtem Vorsprung der Design- und Werbebüros in Süd-Limburg (NL).

Im Unterschied zur homogenen Betriebsverteilung verschiebt sich das Bild jedoch deutlich zugunsten der Region Aachen, wenn man den Beschäftigungsmarkt der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft in den Blick nimmt. Denn knapp die Hälfte der 28.900 Erwerbstätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten in der Aachener Region. Dieser starke Überhang der Beschäftigung ist vor allem auf die Aachener Werbeagenturen, Software-/Games-Betriebe und Buch-/Presseverlage zurückzuführen. Diese Beschäftigungsmärkte sind in der Region Aachen zwei- bis dreimal so groß wie die vergleichbaren Beschäftigungsmärkte in den anderen Provinzen. Der strukturelle Unterschied der drei Provinzen zu der Region Aachen lässt sich insbesondere an der durchschnittlichen Beschäftigung je Betrieb ablesen: Während in den drei Provinzen ein kultur-/kreativwirtschaftlicher Betrieb im Durchschnitt über rund 2,4 Beschäftigten verfügt, arbeiten in der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft im Durchschnitt rund 7,3 Beschäftigte je Betrieb.

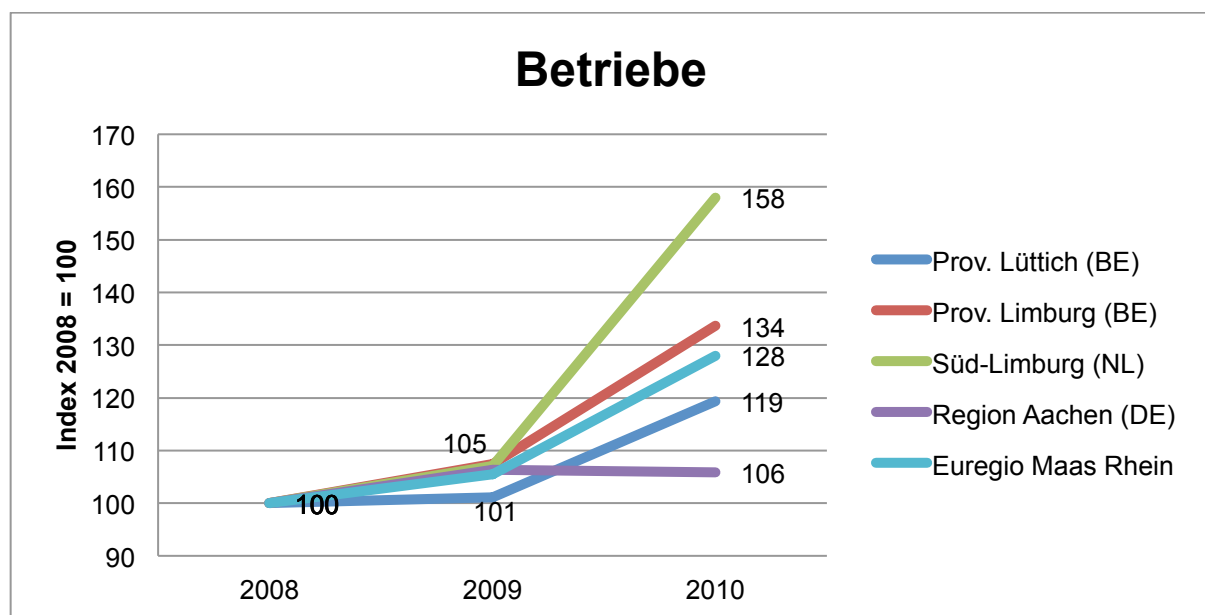
Der überdurchschnittlich starke Beschäftigungsfaktor der Aachener Region führt jedoch keineswegs zu einer ebenso dominanten Wirtschaftsleistung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit rund 2,6 Milliarden Euro leistet die EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft einen beachtlichen Bruttowertschöpfungsbeitrag. Die Region Aachen ist mit einem Anteil von 33 Prozent daran beteiligt, gefolgt von der Teil-Provinz Süd-Limburg (NL) mit einem Anteil

von 25 Prozent und der Provinz Lüttich (BE) knapp dahinter mit 23 Prozent. Die Provinz Limburg (BE) belegt einen vergleichbaren Wert von 18 Prozent.

Bei der abschließenden Bewertung der Bruttowertschöpfungsanteile ist zu bedenken, dass die EMR Kultur- und Kreativwirtschaft zwar positive Wirtschaftseffekte insbesondere in den Segmenten Software/Games, Werbung und Buch-/Presse erzielen kann, allerdings können die guten Anteilswerte auch durch das geringere Gewicht von Industriebranchen in den einzelnen Provinzen/Regionen entstehen.

Für alle vier oder fünf Provinzen/Regionen gilt jedoch die Tatsache, dass der neue Branchenkomplex Kultur- und Kreativwirtschaft bislang weitgehend eine unbekannte Größe ist. Seine heterogene und kleinteilige Struktur macht es nicht einfach, ihn als wirtschaftlich relevantes Feld zu erkennen. Neben der Identifizierung der wirtschaftlichen Wertschöpfung ist es bekanntlich noch schwieriger, seine „kulturelle Wertschöpfung“ in quantifizierbaren Größenordnungen zu beschreiben. Dies kann womöglich eine Aufgabe der vielen Künstlerateliers, Designbüros, Werbeagenturen und mittelständischen Verlage selbst sein.

**Abbildung 4.2: Regionale Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein - Betriebe 2008 – 2010**



Hinweis: Betriebe ohne Freiberufler und Soloselbständige.

Quelle: SBS, Eurostat, eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

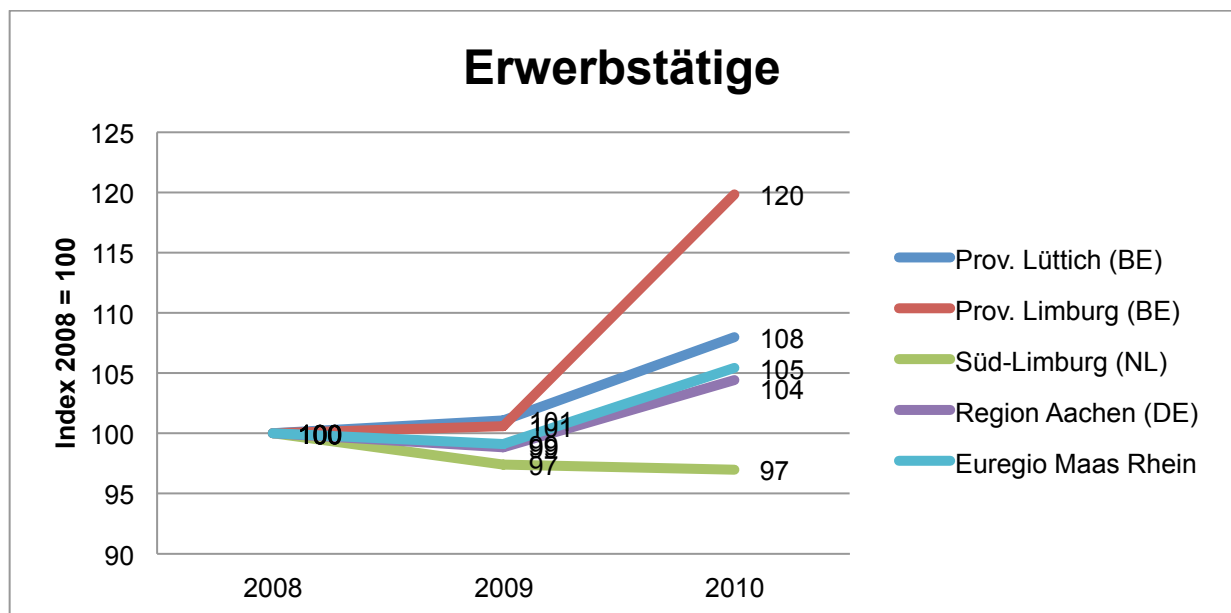
Die Zahl der Betriebe nimmt - nach einem verhaltenen Wachstum zwischen 2008 und 2009 - in fast allen Provinzen stark zu. Im Durchschnitt sind rund 28 Prozent neue Betriebe in der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft bis zum Jahr 2010 in den Markt eingetreten. Am stärksten wächst die Zahl der Betriebe in der Teilprovinz Süd-Limburg (NL) mit 58 Prozent, gefolgt von den belgischen Provinzen Limburg und Lüttich mit 34 Prozent bzw. 19 Prozent. Lediglich in der Region Aachen ist nur ein verhaltenes Wachstum von 6 Prozent im Vergleichszeitraum zu beobachten.

In den belgischen und niederländischen Provinzen legen die Betriebe in allen kultur- und kreativwirtschaftlichen Segmenten Buch/Presse, Film/Musik, Rundfunk, Software/Games, Werbung und Design zu. In der Region Aachen hingegen wächst nur das Designsegment mit einem nennenswerten Zuwachs von über 10 Prozent, während die anderen Segmente marginal zulegen, einzelne Segmente wie Werbung und Rundfunk schrumpfen sogar.

Das starke Betriebswachstum in den drei Provinzen deutet auf ein hohes Vertrauen auf die Wachstumskräfte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Gegensatz dazu zeigen die meisten Betriebe in der Region Aachen eine eher zurückhaltende Stimmungslage hinsichtlich der Wachstumsdynamik.

Insgesamt lässt sich jedoch aus dieser recht kurzfristigen Vergleichsperiode noch keine nachhaltige Entwicklung ableiten. Denn zu Grunde liegt der Analyse eine neue Wirtschaftsstatistik, die von Eurostat aufgebaut wird. Im Sinne einer Nachhaltigkeit müssen weitere Vergleichsjahre folgen, um die strukturellen oder konjunkturellen Entwicklungen besser verstehen zu können.

**Abbildung 4.3: Regionale Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein - Erwerbstätige 2008 – 2010**



Hinweis: Erwerbstätige (sämtliche Lohn- und Gehaltsempfänger sowie Selbständige).  
Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Betrachtet man die Dynamik im Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft, so wird ein anderes Bild sichtbar.

Die Provinz Limburg (BE) kann als einzige mit einer zweistelligen Zuwachsrate aufwarten. In Limburg legen alle Segmente, von Buch/Presse bis zum Design mit zweistelligen Raten bis zum letzten Vergleichsjahr 2010 zu. Einschränkend ist darauf hinzuweisen, dass diese Entwicklung von einem geringeren Niveau des Beschäftigungsmarktes ausgeht, als das der größeren Märkte in den anderen Provinzen/Regionen. Dennoch ist das über alle Segmente

verteilte starke Beschäftigungswachstum ein bemerkenswertes Signal für die positive Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft der belgischen Provinz.

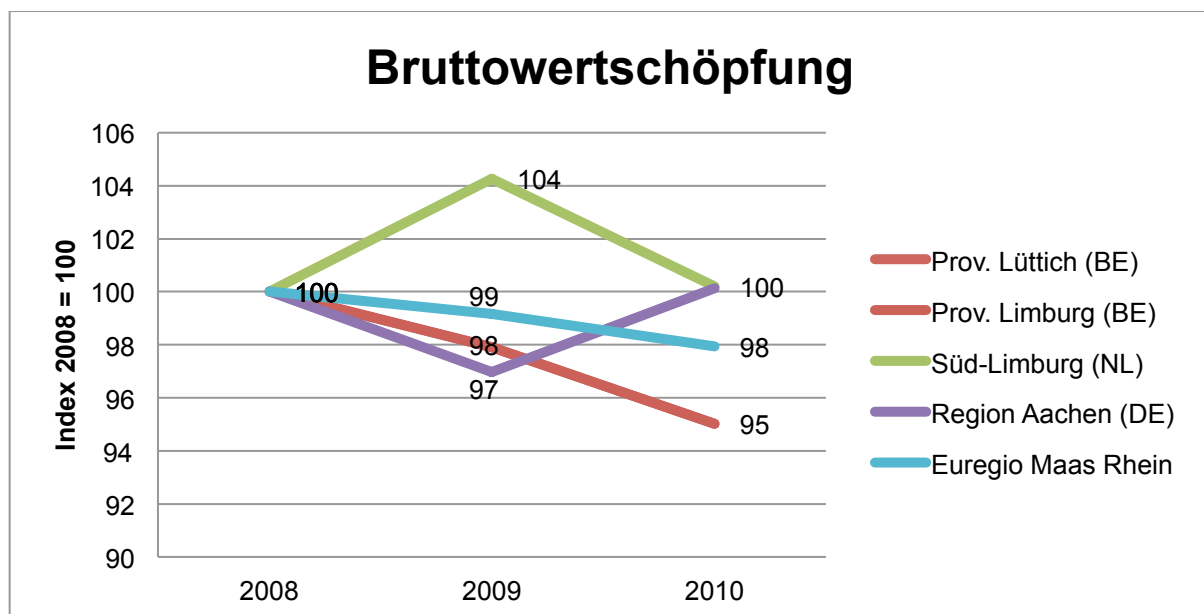
Aus den vorliegenden statistischen Angaben lassen sich bedauerlicherweise keine genaueren Hinweise zu diesem positiven Befund erkennen. Hier wären vertiefende Untersuchungen in der Provinz lohnenswert.

Aber auch die übrigen Provinzen/Regionen in Belgien und Deutschland können nach dem Krisenjahr 2009 einen guten Wachstumsschub vorweisen. Die Provinz Lüttich (BE) wächst mit einem Plus von 8 Prozent, gefolgt von der Region Aachen (DE) mit einem Plus von 4 Prozent. In Lüttich verteilt sich das Wachstumsprofil auf die einzelnen Segmente in unterschiedlicher Weise. Während im Design, in der Werbung und in der Film-/Musikwirtschaft zweistellige Wachstumsraten zu verzeichnen sind, wachsen die restlichen Segmente nur im einstelligen Bereich, die Buch-/Presseverlage sogar mit einem Minuswachstum. In der Region Aachen legt die Erwerbstätigkeit einstellig im Design, bei der Werbung und bei Software/Games zu, während in den anderen Segmenten die Entwicklung stagniert bzw. im Rundfunksegment im Minus liegt. Für beide Provinzen/Regionen ergibt sich trotz der divergierenden Entwicklungen in den einzelnen Segmenten insgesamt eine positive Marktentwicklung.

Die Provinz Limburg (NL) ist die einzige Region, die insgesamt einen schrumpfenden Markt in der Kultur- und Kreativwirtschaft hinnehmen muss. Bis auf das Design und die Software/Games weisen alle anderen vier Segmente ein Minuswachstum auf, darunter Film/Musik, Rundfunk und Werbung sogar mit zweistelligen Minusraten.

Insgesamt gilt hier die oben getroffene Aussage auch für den Erwerbstätigenmarkt, dass weitere Wirtschaftsjahre in die Analyse einbezogen werden sollten, damit die beobachteten Trends auf eine stabilere Datenbasis gestützt werden können.

**Abbildung 4.4: Regionale Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein - Bruttowertschöpfung 2008 – 2010**



Hinweis: Bruttowertschöpfung auf Basis der Landesergebnisse geschätzt.  
 Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung der Bruttowertschöpfung der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt starke gegenläufige Tendenzen.

Während die Teilprovinz Südlimburg im ersten Vergleichsjahr mit 4 Prozent zunächst einen positiven Wirtschaftsschub der Bruttowertschöpfung zu verzeichnen hat, schrumpft dieser im Folgejahr 2010 bereits wieder und fällt auf das Ausgangsniveau des Jahres 2008 zurück. Der gegenteilige Entwicklungsverlauf ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft der Region Aachen zu beobachten, die nach dem Minusjahr 2009 einen positiven Zuwachs bis 2010 erreichen kann und damit das gleiche Entwicklungsplateau erreicht, wie Süd-Limburg.

Die beiden belgischen Provinzen Lüttich und Limburg hingegen entwickeln sich trotz der unterschiedlichen Absolutgrößen der Bruttowertschöpfung (im Jahr 2010: Limburg 488 Mio. Euro, Lüttich 621 Mio. Euro) in gleichbleibend negativer Richtung.

An dieser Stelle ist sei darauf hingewiesen, dass die Befunde der regionalen Entwicklungen in den Provinzen/Regionen auf der Basis der jeweiligen nationalen Trends geschätzt werden mussten. Das bedeutet, die regionalen Entwicklungen stellen ein Spiegelbild der jeweils nationalen Entwicklungen dar. Dieser einschränkende Befund ist nach derzeitiger Datenlage der europäischen Wirtschaftsstatistik für den Branchenkomplex der Kultur- und Kreativwirtschaft noch nicht angemessen zu verbessern.

Insgesamt gilt auch für die Entwicklung der Bruttowertschöpfung wiederum die Notwendigkeit einen längeren Zeitraum der Kultur- und Kreativwirtschaft beobachten zu müssen, um nachhaltige oder auch volatile Entwicklungen als wirtschaftliches Muster der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft identifizieren zu können.

## 4.2 Darstellung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Branchensegmenten

Abbildung 4.5: Branchenprofil der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein 2010

Branchensegment	Betriebe		Erwerbstätige		Bruttowertschöpfung	
	Anzahl	%-Anteil	Anzahl	%-Anteil	in Mio. Euro	%-Anteil
Buch-/Presseverlage	425	5%	4.819	17%	487	18%
Film-/Musikwirtschaft	678	8%	1.968	7%	187	7%
Rundfunkwirtschaft	42	1%	1.128	4%	184	7%
Software-Dienstleistung	1.965	24%	8.234	28%	1.018	38%
Werbung/ Marktforschung	2.381	29%	7.688	27%	499	19%
Design u.ä. Dienstleistungen	2.739	33%	5.086	18%	273	10%
<b>Euregio Maas Rhein</b>	<b>8.229</b>	<b>100%</b>	<b>28.924</b>	<b>100%</b>	<b>2.648</b>	<b>100%</b>

Hinweis: Betriebe ohne Soloselbständige und Freiberufler. Deutschsprachige Gemeinschaft in Provinz Lüttich enthalten

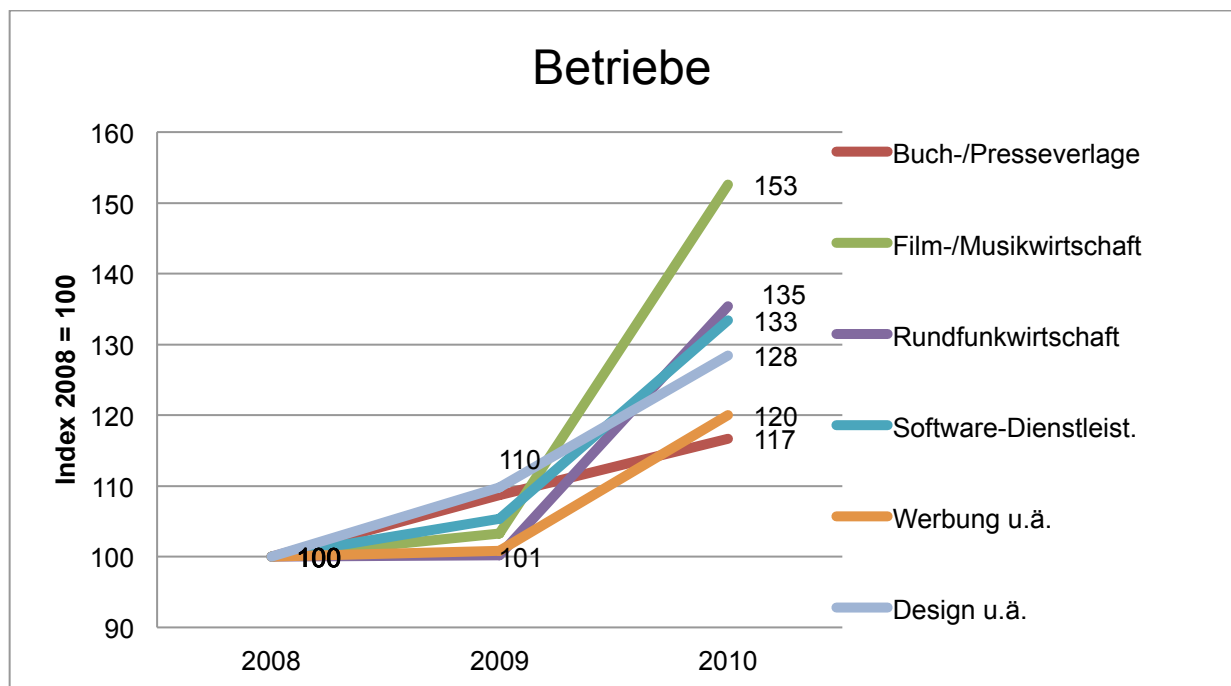
Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In der Gliederung nach Branchensegmenten werden unterschiedliche Schwerpunkte sichtbar. Allein 33 Prozent aller Betriebe der Kultur- und Kreativwirtschaft Euregio Maas Rhein sind im Designsegment angesiedelt, gefolgt von der Werbung mit 29 Prozent und der Software mit 24 Prozent. Die übrigen Segmente Buch/Presse und Film/Musik mit weniger als 10 Prozent Betriebsanteile und der Rundfunk mit einem Prozent zählen zu den kleineren Branchen.

Bezogen auf die Potenziale der Erwerbstätigkeit liegt die Software mit einem Anteil von 28 Prozent an der Spitze, dicht gefolgt von der Werbung mit 27 Prozent, während hier Design (18 Prozent) zusammen mit Buch/Presse (17 Prozent) die mittlere Größengruppe bilden. Zu den kleinsten Beschäftigungsmärkten zählen Film/Musik und Rundfunk mit jeweils 7 bzw. 4 Prozent Anteilen.

Mit dem Beitrag zur Bruttowertschöpfung erreicht wiederum die Software mit einem Anteil von 38 Prozent den höchsten Wert im Vergleich der sechs Branchensegmente. Werbung, Buch/Presse und Design schaffen zwischen 10 und 19 Prozent Anteile. Der Film/Musik sowie Rundfunk bilden hier wiederum die kleinsten Wertschöpfungssegmente.

**Abbildung 4.6: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Betriebe 2008 – 2010**



Hinweis: Betriebe ohne Freiberufler und Soloselbständige.

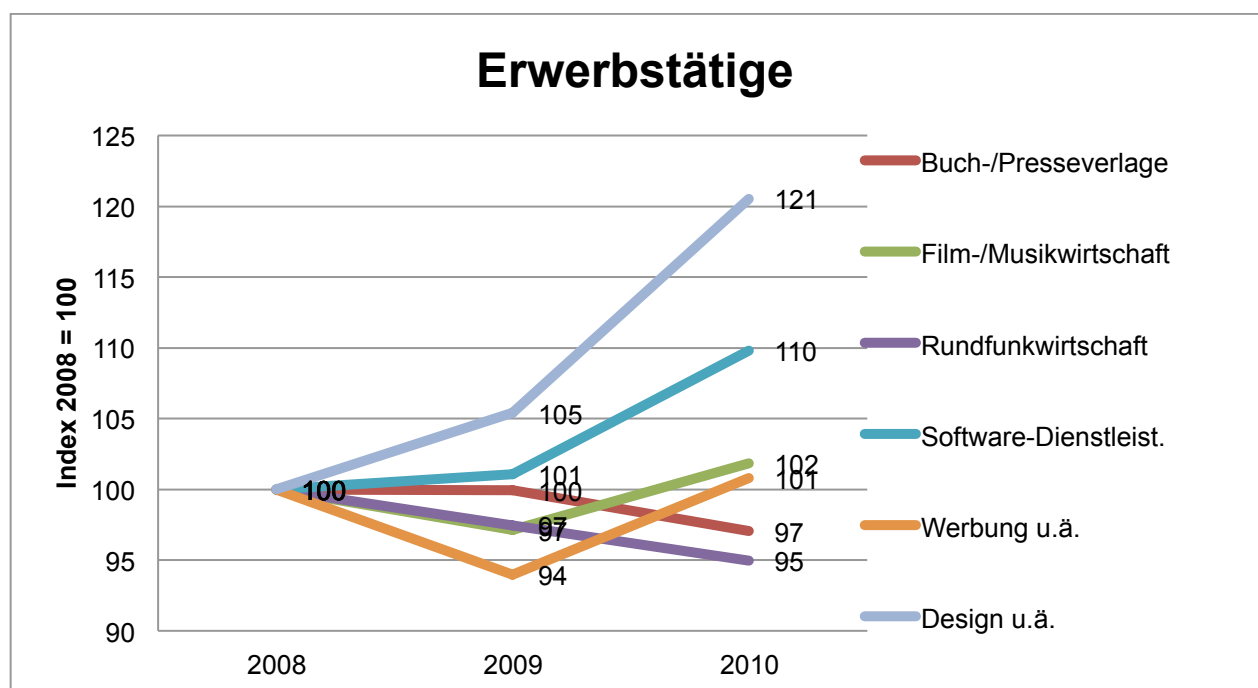
Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Branchensegmenten kann aktuell nur für die Jahre 2008 bis 2010 nachvollzogen werden. Da im Krisenjahr 2009 alle europäischen Länder und Regionen mit starken Veränderungen zu kämpfen hatten, ist dieser Vergleichszeitraum von besonderem Interesse. Wie die Abbildung deutlich macht, scheint die Krise nur wenig und ab dem Jahr 2010 offenbar überhaupt keinen negativen Einfluss auf die Ansiedlung neuer Betriebe in der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgeübt zu haben. In allen sechs Segmenten steigt die Zahl der Betriebe nach einer stagnierenden oder

geringwachsenden Phase ab 2010 überdurchschnittlich an. Die kleinsten Segmente Rundfunk und Film/Musik wachsen am stärksten, gefolgt vom größten Segment, der Software. Alle drei Segmente steigern ihre Betriebszahlen um 33 bis 53 Prozent. Aber auch die restlichen drei Segmente Design, Werbung und Buch/Presse legen mit Raten von 17 bis 28 Prozent zu.

Dieses erstaunlich hohe Wachstum bei den Neuansiedlung von Betrieben dürfte zum allergrößten Anteil auf Mikrobetriebe zurückzuführen sein. Immerhin zeigt dieser Zuwachs, dass die Euregio Maas Rhein offensichtlich ein großes Vertrauenspotenzial entwickeln kann. Inwieweit sich dieses Vertrauen weiter rechtfertigen lässt, soll die nächste Abbildung zeigen.

**Abbildung 4.7: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Erwerbstätige 2008 – 2010**



Hinweis: Erwerbstätige (sämtliche Lohn- und Gehaltsempfänger sowie Selbständige).  
Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung des Erwerbstätigenmarktes macht nun deutlich, dass die Krise 2009 doch nicht spurlos an der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein vorbei gegangen ist. In vier der sechs Segmente schrumpfte bzw. stagnierte die Beschäftigung zunächst. Nur in zwei Segmenten, im Design und in der Software konnten im Zeitraum 2008 und 2009 positive Entwicklungen registriert werden, die ab 2010 stark zunehmen. Zwei weitere Segmente, die Werbung und die Film/Musik konnten die negative Entwicklung umkehren und ab 2010 ebenfalls eine Wachstumsdynamik im Erwerbstätigenmarkt erzeugen.

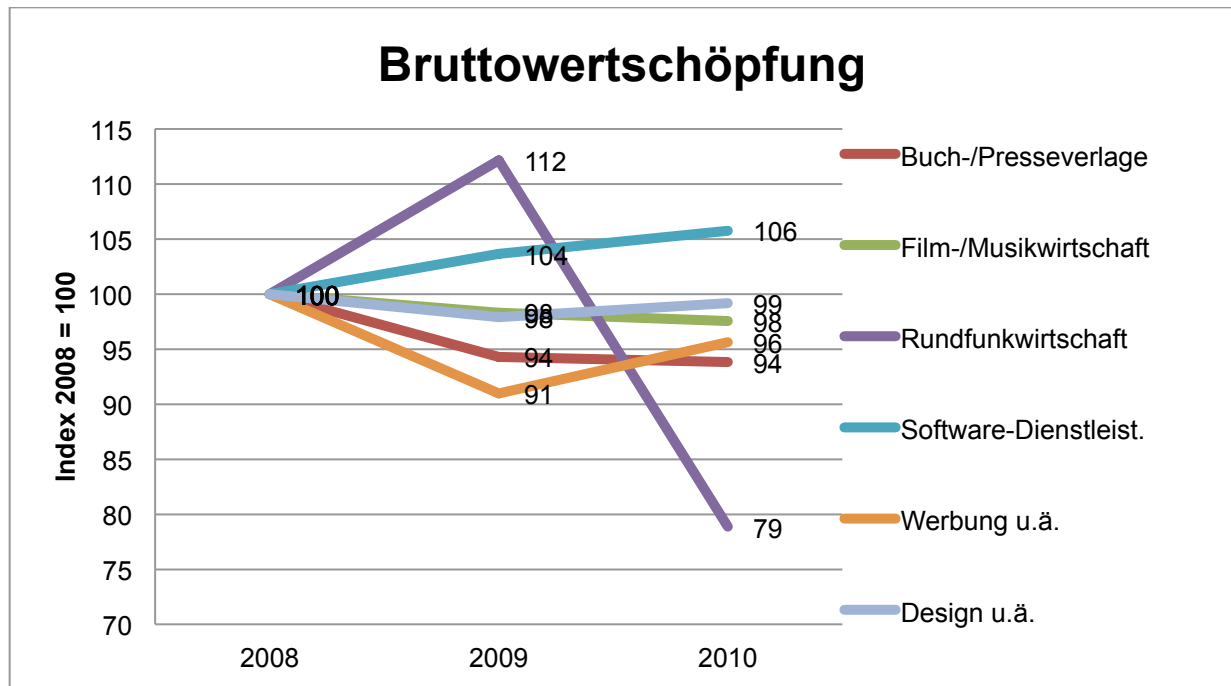
Lediglich die Segmente Buch/Presse und Rundfunk mussten eine negative Entwicklung hinnehmen und schrumpften um 3 bis 5 Prozent im Vergleichszeitraum 2008 bis 2010.

Insgesamt macht die Entwicklung im Erwerbstätigenmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich, dass sie nach einem schwächelnden Krisenjahr 2009 eine überwiegend positive

Entwicklungsrichtung einschlagen kann. Das Vertrauenspotenzial der Betriebsgründer scheint somit durch die Entwicklung im Erwerbstätigenmarkt bestätigt zu werden.

Diesem positiven Bild widerspricht allerdings die nachfolgende Darstellung.

**Abbildung 4.8: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Bruttowertschöpfung 2008 – 2010**



Hinweis: Bruttowertschöpfung auf Basis der Landesergebnisse geschätzt.

Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Danach ist die Entwicklung der Wertschöpfung in den sechs Segmenten im Vergleichszeitraum insgesamt überwiegend negativ verlaufen. Lediglich das Segment Software hat eine durchgehend positive Entwicklung ab 2008 zu verzeichnen. Betrachtet man den Zeitraum ab 2009, fällt die Werbung mit einem guten Entwicklungsverlauf auf, allerdings nach einem starken Einbruch in 2009. Ebenso konnte im Design eine minimale Trendwende zu einer Aufwärtsentwicklung eingeleitet werden. Die Segmente Film/Musik, Buch/Presse mit geringeren Wertschöpfungsverlusten und der Rundfunk mit einem starken Einbruch zählen zu den Schrumpfungsmärkten innerhalb dieser Beobachtungsphase.

Die wirtschaftliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein ist insgesamt noch unbefriedigend. Der Entwicklungsverlauf widerspricht dem relativ positiven Bild der Entwicklung im Erwerbstätigenmarkt. Es sind deshalb die weiteren Wirtschaftsjahre abzuwarten, um zu erkennen, welche Richtung die Bruttowertschöpfung in der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein in der Folgezeit nehmen wird. Das Vertrauenspotenzial der Betriebsinhaber muss offensichtlich noch eine substantielle wirtschaftliche Basis erreichen, damit die guten Entwicklungen im Erwerbstätigenmarkt auch mittelfristig finanziert werden können.



### **4.3 Fazit der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein**

Abschließend können folgende Charakteristika zur Gesamtlage der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein festgestellt werden:

Aus europäischer Perspektive zählt die EMR zu den überdurchschnittlich starken europäischen Kultur- und Kreativwirtschaftsregionen. Mit der ökonomischen Wertschöpfung von 2,7 Prozent am Bruttoinlandsprodukt (vgl. Abb. 3.1) liegt die Euregio Maas Rhein über dem vergleichbaren EU-Wert von 2,4 Prozent BWS am BIP.

Hinsichtlich der wirtschaftlichen Dynamik entwickeln sich die vier Provinzen/Regionen in unterschiedlicher Richtung und Intensität. Diese Wachstumsdynamik ist jedoch stark an die jeweiligen nationalen Entwicklungen angekoppelt. Grundsätzlich haben insbesondere die wirtschaftlich stärkeren Regionen nach dem wirtschaftlichen Krisenjahr ihre Wachstumsstrategien mehrheitlich auf den jeweiligen nationalen Produktionssektor und weniger auf die Dienstleistungsbranchen ausgerichtet.

Insgesamt ist deshalb das Wachstum der europäischen Gesamtwirtschaft stärker gestiegen als das der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft (Zuwachs des EU-Bruttoinlandsprodukt plus 4,7 Prozent 2010 gegenüber 2009, Zuwachs der EU-Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft plus 4,2 Prozent im gleichen Zeitraum).

Die Beschäftigungspotenziale der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft stellen nicht nur ein wichtiges ökonomisches Kapital dar, sondern sind auch in sozialer Hinsicht ein wertvoller Markt: Das Volumen von rund 28.000 Erwerbstätigen hat uns überrascht. Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird daher zunehmend auch in eine arbeitsmarktpolitische Bewertung einfließen, denn sie leistet einen wertvollen Beitrag zur „sozialen Wertschöpfung“.

Ohne die künstlerische, kulturelle und kreative Produktion der rund 8.200 Betriebe ist die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht denkbar. Diese quantitative Erfassung stellt allerdings nur den absolut kleinsten Kern der Produzenten dar. Viele Musiker, Schriftsteller, Künstlerateliers, Designbüros und auch Gamesentwickler sind mit den herkömmlichen statistischen Instrumentarien noch nicht zu erfassen, daher liegt das künstlerische und kreative Potenzial noch weitgehend im Dunkeln.

Aus einer Regionalanalyse des Bundeslandes NRW geht hervor, dass die Zahl der Künstler und Kreativen voraussichtlich um das Zwei- bis Dreifache ansteigen würde, wenn die statistischen Erhebungsinstrumente bei Eurostat genauer wären. In Analogie zur ökonomischen Wertschöpfung wird deutlich, dass die künstlerischen und kreativen Produzenten zunächst als Akteure einer „kulturellen Wertschöpfung“ zu verstehen sind, bevor sie ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit entwickeln und ausbauen können.

## 5 Vergleich der Euregio Maas Rhein mit anderen europäischen Wirtschaftsregionen

### 5.1 Drei-EU-Regionen-Vergleich

Im folgenden Kapitel wird die Euregio Maas Rhein mit zwei ausgewählten Wirtschaftsregionen aus anderen europäischen Ländern einem Vergleich unterzogen.

Mit dem Regionenvergleich soll ein kurzer Einblick in die Stärken und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein auf der Basis potenzieller Wettbewerbsregionen gegeben werden.

Die Auswahl der beiden Vergleichsregionen erfolgte nach zwei Kriterien:

Zum einen wurde die allgemeine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit einer Region geprüft. Dies erfolgte mit Hilfe der Messzahl „Kaufkraftstandard je Einwohner“, die vom Europäischen Statistikamt (Eurostat) für alle EU-Ländern und Regionen regelmäßig ermittelt wird.

Zum anderen wurden nur solche Regionen in die Auswahl einbezogen, die durch ihr Umfeld zu Zentralitätsregionen geprägt werden, da zentrale Regionen häufig auch durch starke kultur- und kreativwirtschaftliche Industrien geprägt werden, was wiederum die Chancen und Bedingungen der umliegenden Regionen stark beeinflusst. So ist für die Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein die Nähe zur Metropolregion Köln und zur Metropolregion Brüssel maßgebend.

Ausgewählt wurden demnach die Vergleichsregionen Etelä-Suomi (Finnland) und Champagne-Ardenne (Frankreich).

**Abbildung 5.1: Die Euregio Maas Rhein (Euregio Maas Rhein) und die Vergleichsregionen Etelä-Suomi (Finnland) und Champagne-Ardenne (Frankreich) 2010**

EU-Land	Provinz/Region	Kaufkraftstandard in Euro je Einwohner, 2010	Metropolregion Umfeld
Finnland	Etelä-Suomi	23.500	Helsinki
Frankreich	Champagne-Ardenne	22.500	Il-de-France
BE-DE-NL	Euregio Maas Rhein	23.900	Brüssel u. Köln

Hinweis: Der Kaufkraftstandard je Einwohner in Euro gilt als allgemeingültiger europäischer Maßstab für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit einer Region. BE=Belgien, DE=Deutschland, NL=Niederlande.

Quelle: SBS, Eurostat

Der durchschnittliche Kaufkraftstandard für die drei Vergleichsregionen liegt bei rund 23.300 Euro je Einwohner. Alle drei Regionen zählen im europäischen Vergleich nach Eurostat zu den wirtschaftlich durchschnittlichen Regionen. Ebenso liegen alle drei Regionen jeweils im regionalen Umfeld einer großen Zentralitätsregion, die zugleich auch als überregionaler Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft des jeweiligen Landes gilt.

Bezogen auf die Einwohnerzahl sind die beiden Vergleichsregionen jedoch deutlich kleiner. In Etelä-Suomi leben rund 1,15 Millionen Menschen, in Champagne-Ardenne rund 1,34 Millionen Menschen und in der Euregio Maas Rhein rund 3,94 Millionen Menschen.

**Abbildung 5.2: Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Vergleichsregionen 2010**

Provinz/Region	Kultur- und Kreativwirtschaft Bruttowertschöpfung	
	in Mio. Euro	in Euro je Einwohner
Etelä-Suomi (FI)	938	813
Champagne-Ardenne (FR)	911	682
Euregio Maas Rhein	2.648	673
Zum Vergleich:		
Prov. Lüttich (BE)	621	582
Prov. Limburg (BE)	488	582
Süd-Limburg (NL)	668	893
Region Aachen (DE)	871	679

Hinweis: Branchenabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft entspricht der Euregio Maas Rhein-Abgrenzung. Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Wie die Abbildung deutlich macht ist der Beitrag, den die Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein im Jahr 2010 erwirtschaftet in absoluten Größen dreifach höher, als die vergleichbaren Wertschöpfungsbeiträge der beiden Vergleichsregionen. Während die Regionen Etelä-Suomi mit 938 Millionen Euro und Champagne-Ardenne mit 911 Millionen Euro Bruttowertschöpfung in etwa auf gleicher Höhe liegen, steigt der absolute Wert der Euregio Maas Rhein auf rund 2,6 Milliarden Euro. Bezogen auf die Einwohnergröße der drei Regionen wird jedoch sichtbar, dass die Region Champagne-Ardenne mit der Euregio Maas Rhein eher vergleichbar ist, als mit der Region Etelä-Suomi. Mit jeweils rund 670 bis 680 Euro je Einwohner liegen die Region Champagne-Ardenne und die Euregio Maas Rhein in etwa gleichauf, während die finnische Region Etelä-Suomi mit über 800 Euro je Einwohner eine deutlich höhere Bruttowertschöpfung durch ihre Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht.

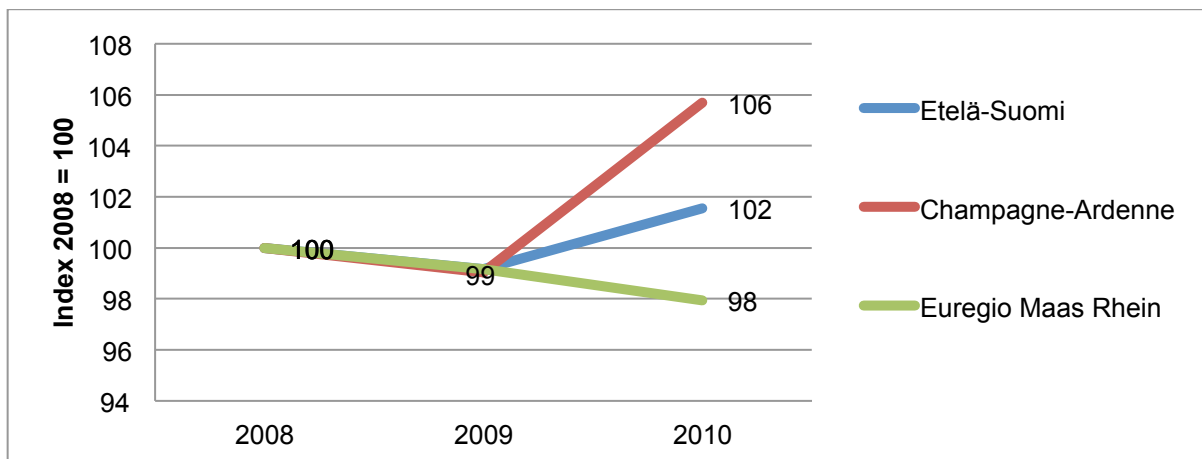
In der Gewichtung nach Einwohnern steht die Kultur- und Kreativwirtschaft der finnischen Region Etelä-Suomi somit an der Spitze des Vergleichs. Sie kann lediglich von der südniederländischen Provinz Limburg mit einem noch höheren Prokopfwert von rund 890 Euro erreicht werden. Wie im vorherigen Kapitel dargestellt, belegt die niederländische Provinz bereits innerhalb der Euregio Maas Rhein weitgehend den Spitzenplatz in der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die starke Stellung der finnischen Region ist trotz der bekannten guten Position Finnlands im Ranking der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft überraschend. Denn die finnische Wirtschaftskraft (Kaufkraftstandard) liegt fast 20 Prozent unterhalb der Wirtschaftskraft Limburgs.

Insgesamt müsste die Kultur- und Kreativwirtschaft Euregio Maas Rhein mit Blick auf die vergleichende Position der Region Champagne-Ardenne keine besonderen Anstrengungen unternehmen. Im Blick auf Region Etelä-Suomi jedoch würde das Erreichen des Niveaus der finnischen Kultur- und Kreativwirtschaft bedeuten, dass die Euregio Maas Rhein in sieben Jahren bis zum Jahre 2020 eine jährliche Wachstumsdynamik von rund 3 Prozent erreichen

müsste – bei angenommenem stagnierendem Niveau der finnischen Region! Da sowohl die finnische als auch die französische Region voraussichtlich in den nächsten Jahren weiter an Dynamik gewinnen dürften, müsste der Entwicklungsschub der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein daher eine noch deutlich höhere Geschwindigkeit erreichen.

**Abbildung 5.3: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich der drei Regionen – Bruttowertschöpfung 2008-2010**



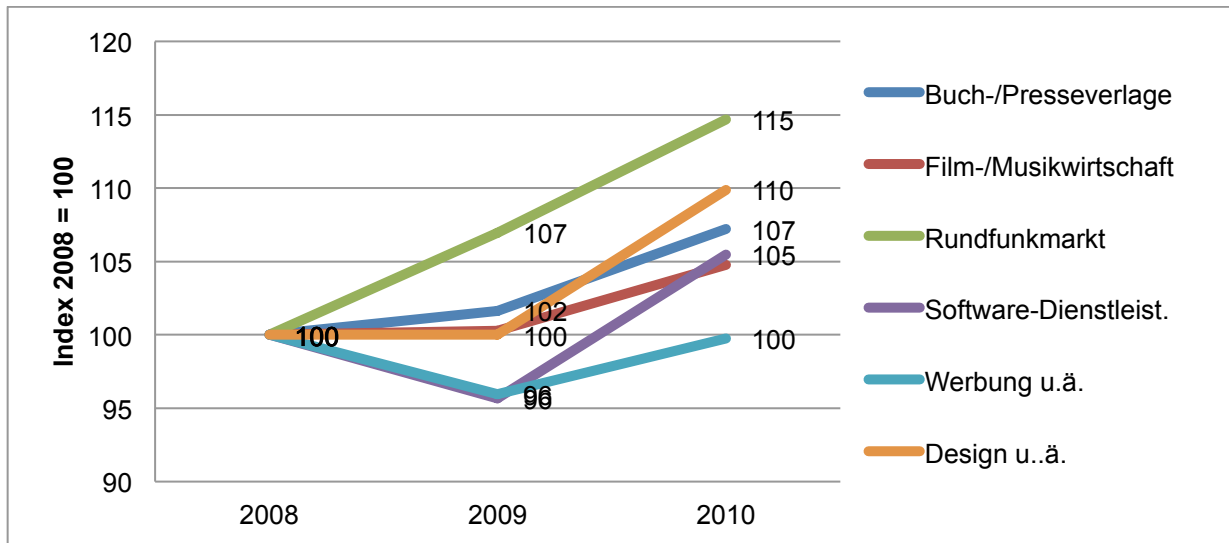
Hinweis: Branchenabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft entspricht der Euregio Maas Rhein-Abgrenzung.  
Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Beim Blick auf Abbildung ist vorab darauf hinzuweisen, dass der Vergleichszeitraum 2008 bis 2010 zwar keine hinreichende Basis für eine verlässliche Aussage über die zukünftige Entwicklung erlaubt, da die kurzfristigen Entwicklungsverläufe allenfalls als eine Momentaufnahme betrachtet werden sollten.

Dies berücksichtigend, können im Schnittpunkt des europaweiten Krisenjahres 2009 erste Tendenzen illustriert werden. Alle drei Regionen haben offensichtlich im Jahresverlauf 2008-2009 eine minimale krisenhafte Entwicklung durchlaufen und in der jeweiligen Kultur- und Kreativwirtschaft ein Prozent der Wertschöpfung eingebüßt.

Im Folgejahr 2010 tritt eine deutliche Spreizung der Entwicklungen in den drei Regionen ein. Während die Region Champagne-Ardenne eine überdurchschnittliche Zuwachsrate von mehr als 6 Prozent erzielt, kann die Region Etelä-Suomi zwar noch mit einem positiven, jedoch bescheidenen Zuwachs von über 2 Prozent, im Richtungsverlauf mithalten. Die Region Euregio Maas Rhein hingegen erzielt im Vergleichszeitraum ein Minuswachstum von 2 Prozent.

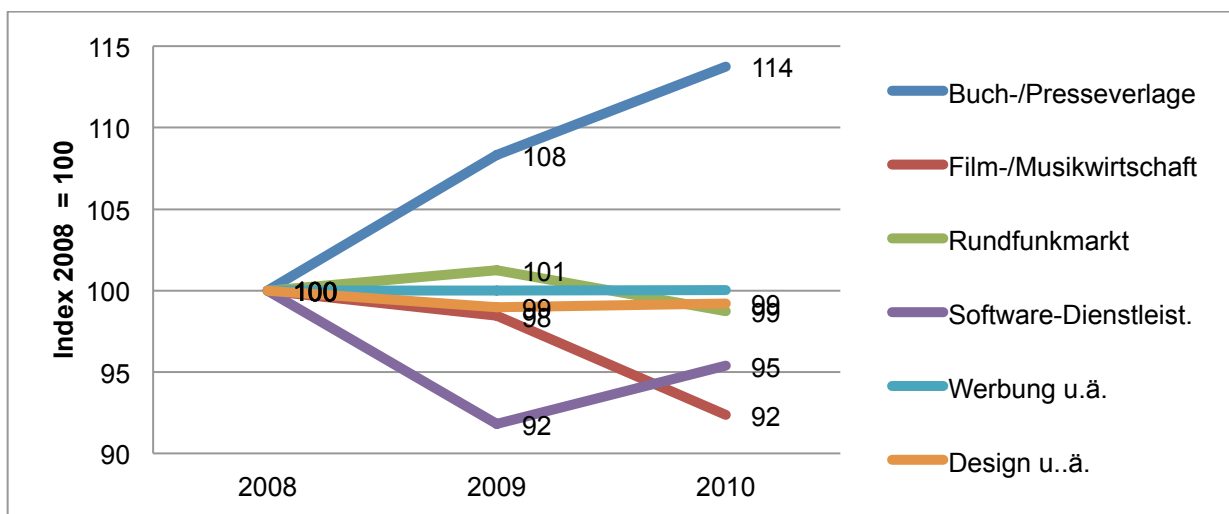
**Abbildung 5.4: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Champagne-Ardenne – Bruttowertschöpfung 2008-2010**



Hinweis: Branchenabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft entspricht der Euregio Maas Rhein-Abgrenzung. Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die positive Entwicklung der Region Champagne-Ardenne begründet sich einfach. Die Region hat in allen sechs Branchensegmenten der Kultur- und Kreativwirtschaft nach dem Krisenjahr eine positive wirtschaftliche Entwicklung einleiten können. Die Bruttowertschöpfung des Rundfunks steigt um 15 Prozent im Vergleichszeitraum, das Design um 10 Prozent, die Buch-/Presseverlage um 7 Prozent, Film/Musik und Software um jeweils 5 Prozent und selbst die Werbung zieht nach einem starken Einbruch von 4 Prozent wieder an und erreicht im Jahr 2010 das Ausgangsniveau des Jahres 2008. Insgesamt schafft die französische Region Champagne-Ardenne damit eine breit aufgestellte positive Entwicklung.

**Abbildung 5.5: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Etelä-Suomi – Bruttowertschöpfung 2008-2010**

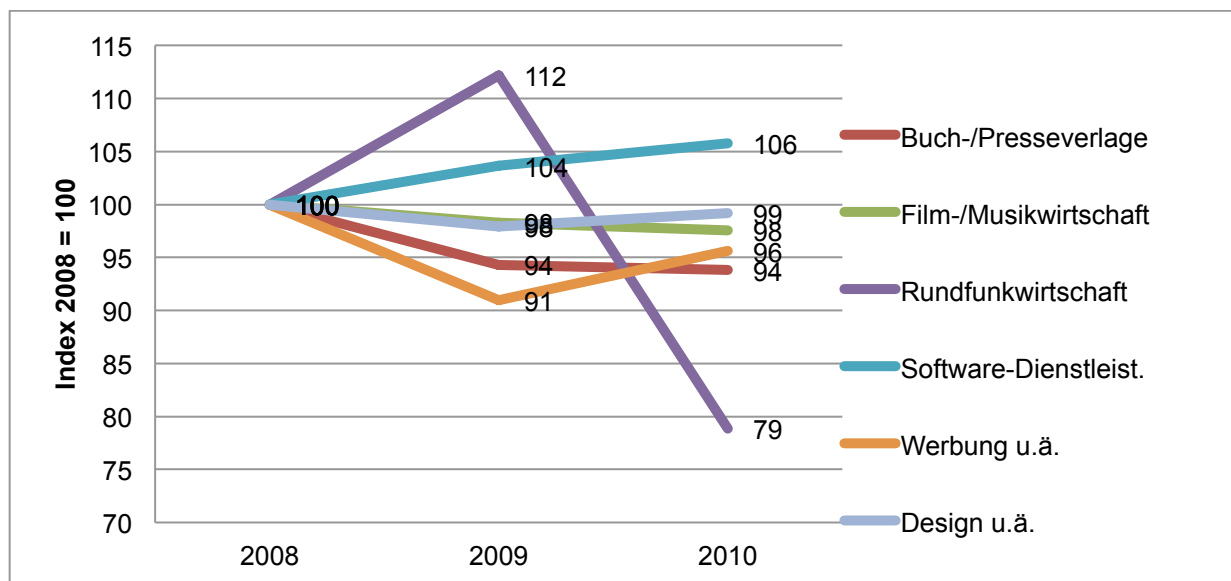


Hinweis: Branchenabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft entspricht der Euregio Maas Rhein-Abgrenzung. Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung der Region Etelä-Suomi verläuft deutlich differenzierter, wie der Entwicklungsverlauf der einzelnen Branchensegmente in der Abbildung erkennen lässt. Die Buch-/Presseverlage können als einziges Segment eine durchgehend positive wirtschaftliche Entwicklung erzielen und wachsen im Vergleichszeitraum um 14 Prozent an. Die Software wird zunächst durch die Wirtschaftskrise 2009 stark getroffen und muss ein Minus von 8 Prozent in der Wertschöpfung hinnehmen. Da sie im Anschlussjahr 2010 wieder eine positive Entwicklung einleiten kann, schafft die Region wieder einer positive Gesamtentwicklung.

Das liegt zum einen an der absoluten Größe der beiden beschriebenen Segmente. Sowohl die Buch-/Presseverlage als auch die Software sind die mit Abstand größten Wertschöpfungsmärkte der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft. Zum anderen konnten die Segmente Rundfunk, Werbung und Design die Krise auf einem stagnierenden Niveau überstehen. Lediglich das wirtschaftliche kleinste Segment Film/Musik schrumpft im Vergleichszeitraum um 8 Prozent. Insgesamt gelingt der Region Etelä-Suomi somit trotz der unterschiedlichen Binnenentwicklung ein positiver Gesamttrend.

**Abbildung 5.6: Branchenentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Euregio Maas Rhein – Bruttowertschöpfung 2008 – 2010**



Hinweis: Branchenabgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft entspricht der Euregio Maas Rhein-Abgrenzung. Quelle: SBS, Eurostat; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung der Wertschöpfung in den sechs Segmenten der Euregio Maas Rhein ist im Vergleichszeitraum insgesamt überwiegend negativ verlaufen. Lediglich das Segment Software hatte eine durchgehend positive Entwicklung ab 2008 zu verzeichnen. Betrachtet man den Zeitraum ab 2009, dann fällt die Werbung mit einem guten Entwicklungsverlauf auf, allerdings nach einem starken Einbruch in 2009. Ebenso konnte im Design eine minimale Trendwende zu einer Aufwärtsentwicklung eingeleitet werden. Die Segmente Film/Musik, Buch/Presse mit geringeren Wertschöpfungsverlusten und der Rundfunk mit einem starken Einbruch zählen zu den Schrumpfungsmärkten innerhalb dieser Beobachtungsphase.

Abschließend soll noch einmal auf den im Kapitel 4 beschriebenen Befund zur wirtschaftlichen Entwicklung der Euregio Maas Rhein hingewiesen werden: Hinsichtlich der wirtschaftlichen Dynamik entwickeln sich die vier Provinzen/Regionen der Euregio Maas Rhein in unterschiedlicher Richtung und Intensität. Die Wachstumsdynamik ist stark an die jeweiligen nationalen Entwicklungen angekoppelt. Grundsätzlich haben insbesondere die wirtschaftlich stärkeren Regionen nach dem wirtschaftlichen Krisenjahr ihre Wachstumsstrategien mehrheitlich auf den jeweiligen nationalen Produktionssektor und weniger auf die Dienstleistungsbranchen ausgerichtet. In der Folge wirkt sich dieser Trend bislang auch auf die Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein aus.

Wie die positiven Entwicklungsansätze der beiden Vergleichsregionen Etelä-Suomi und Champagne-Ardenne deutlich machen, kann auch die Euregio Maas Rhein prinzipiell an eine positive Entwicklung anknüpfen. Dies hängt jedoch auch mit der jeweiligen nationalen Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammen, wie im folgenden Abschnitt kurz dargestellt wird.

## 5.2 Europäische Kultur- und Kreativwirtschaft in ausgewählten EU-Staaten

In der folgenden Kurzanalyse werden die Top 12 der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa dargestellt. Und des Weiteren werden die für diese Studie relevanten Referenzländer Belgien, Deutschland, Niederlande sowie Frankreich und Finnland kurz beleuchtet.

**Abbildung 5.7: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU 2010**

	Kultur- und Kreativwirtschaft in Mrd. Euro		Kultur- und Kreativwirtschaft Anteil am BIP in %	Kultur/Kreativwirtschaft Veränderung 2010 zu 2009	Bruttoinlandsprodukt (BIP) Veränderung 2010 zu 2009
	2009	2010	2010		
Europäische Union*	276,8	288,2	2,4%	4,2%	4,7%

Hinweis: Abgrenzung in Anlehnung an 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, ESSnet Culture Statistics 2001, European Cluster Observatory: Creative Industries 2009. \*für Irland, Griechenland und Malta liegen zum Jahr 2010 keine EU-Daten vor. Alle Daten vorläufig und teilweise geschätzt  
Quellen: SBS, Eurostat, nationale Statistikämter; eigene Berechnungen und Schätzungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Auf der Basis der strukturellen Unternehmensstatistik (SBS, Eurostat) kann für das Jahr 2010 eine Bruttowertschöpfung von rund 288 Milliarden Euro für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa ermittelt werden. Das entspricht einem Anteil von 2,4 Prozent am gesamten Bruttoinlandsprodukt der europäischen Union. Der Wertschöpfungsbeitrag basiert auf Angaben von 25 der 28 Mitgliedstaaten<sup>5</sup>.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft 2010 ist gegenüber dem Vorjahr um 4,2 Prozent gewachsen. Dieses überdurchschnittlich positive Wachstum wird vor allem durch die EU-Staaten Polen, Italien, Schweden und Österreich und in etwas schwächerer Form durch Frankreich und Finnland geprägt. Trotz dieser guten Wachstumsrate der Kultur- und Kreativwirtschaft ist das Wachstum der gesamten Wirtschaft (BIP) in der EU mit einer Veränderungsrate von 4,7 Prozent noch besser verlaufen. Hier sind es wiederum die EU-Staaten Vereinigtes Königreich, Deutschland, Schweden, Polen und Dänemark, die das Bruttoinlandsprodukt der EU im Jahr 2010 im Wesentlichen geprägt haben.

### Die europäischen Märkte

Mit Blick auf die rund 500 Millionen Menschen im europäischen Raum, die als potenzielle Kunden und Nutzer der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden können, sind es vor allem die drei Staaten Deutschland, das Vereinigte Königreich und Frankreich, die erwartungsgemäß nach quantitativen Maßstäben zu den größten Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa zählen.

<sup>5</sup> ohne die Länder Griechenland, Irland und Malta.



**Abbildung 5.8: Die Rangfolge der Länder in der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft – in Milliarden Euro Wertschöpfung - 2010**

Staat	Rang	Bruttowertschöpfung Mrd. Euro	Anteil an EU-25 in %	Veränderung 2010 zu 2009 in %
Deutschland	1	63,3	22%	2,5%
Vereinig. Königreich	2	51,2	18%	1,0%
Frankreich	3	44,8	16%	3,6%
Italien	4	31,8	11%	15,8%
Spanien	5	21,6	7%	-0,4%
Niederlande	6	18,5	6%	-4,3%
Schweden	7	10,9	4%	17,5%
Polen	8	8,5	3%	23,4%
Dänemark	9	6,7	2%	1,4%
Österreich	10	6,2	2%	4,7%
Belgien	11	6,2	2%	-4,1%
Finnland	12	5,2	2%	3,6%
Übrige EU-Staaten*	-	13,3	5%	-
<b>Europäische Union*</b>	<b>-</b>	<b>288,2</b>	<b>100%</b>	<b>4,2%</b>

Hinweis: \*für Irland, Griechenland und Malta liegen zum Jahr 2010 keine EU-Daten vor. Alle Daten vorläufig und teilweise geschätzt

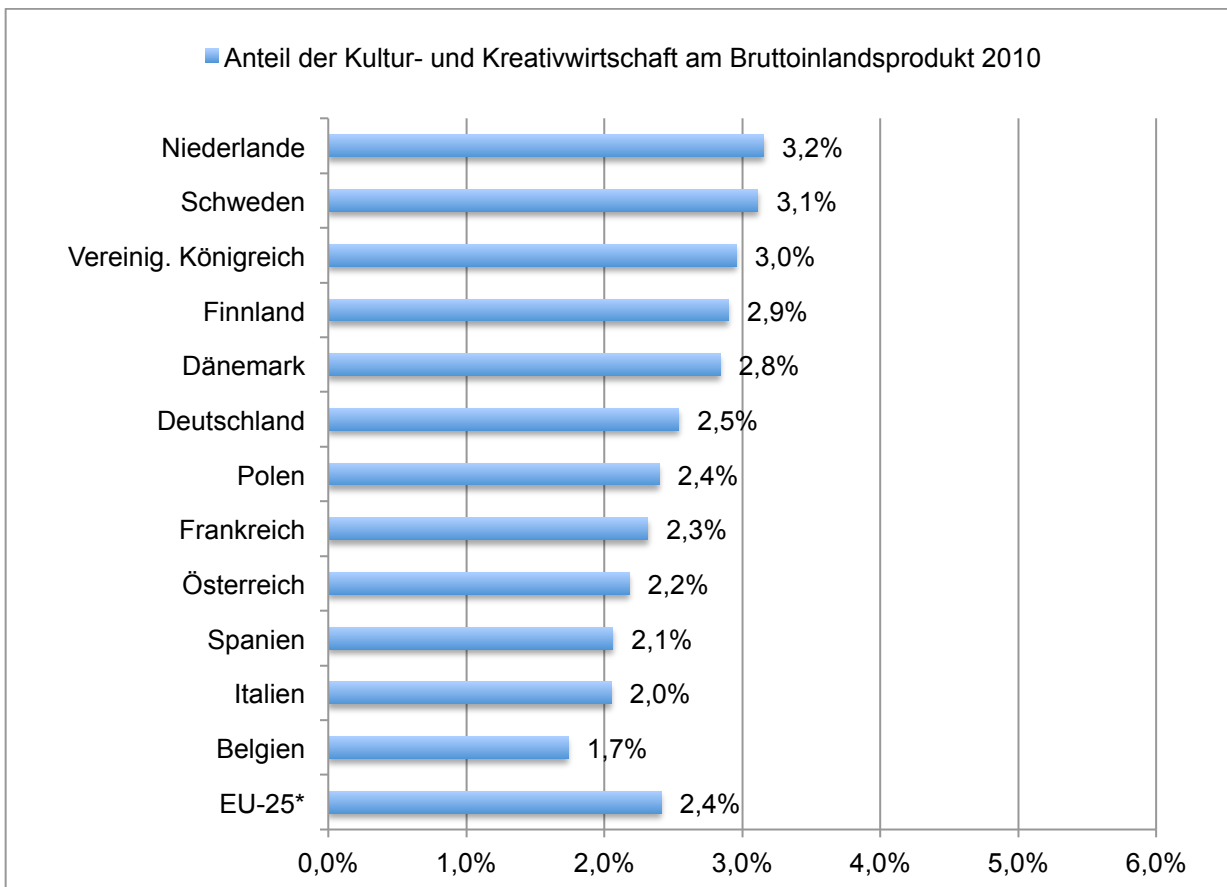
Quellen: SBS, Eurostat, nationale Statistikämter; eigene Berechnungen und Schätzungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Deutschland liegt mit einem Wertschöpfungsbeitrag von rund 63 Milliarden Euro an der Spitze, gefolgt vom Vereinigten Königreich mit 51 Milliarden Euro und Frankreich mit 45 Milliarden Euro. Diese drei Staaten umfassen bereits fast zwei Drittel der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft (28 Mitgliedstaaten).

Italien, Spanien und die Niederlande bilden mit Wertschöpfungsbeiträgen von rund 19 bis 31 Milliarden Euro die mittlere Ländergruppe der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier fällt bereits die starke Position der Niederlande auf, die mit dem wesentlich größeren Spanien (gemessen an der Einwohnerzahl) fast auf gleicher quantitativer Höhe hinsichtlich der Wertschöpfung liegt, die besondere Position der Niederlande wird im späteren Vergleich noch sichtbarer hervortreten.

Zur Gruppe der kleineren Länder, bezogen auf die Kultur- und Kreativwirtschaft, zählen Schweden, Dänemark, Polen, Belgien, Österreich und Finnland, die zwischen 5 und knapp 11 Milliarden Euro Wertschöpfung durch die Kultur- und Kreativwirtschaft erwirtschaften. Die übrigen Staaten, die nicht einzelnen aufgeführt werden, leisten jeweils rund 2 Milliarden Euro oder weniger Wertschöpfungsbeiträge zur Kultur- und Kreativwirtschaft.

**Abbildung 5.9: Die Rangfolge der Länder der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft – in relativen Werten – 2010**



Hinweis: Alle Daten vorläufig und teilweise geschätzt

Quellen: SBS, Eurostat, nationale Statistikämter; eigene Berechnungen und Schätzungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Bezogen auf das relative Gewicht (gemessen am Bruttoinlandsprodukt) der Kultur- und Kreativwirtschaft in den einzelnen Staaten, liegen die Niederlande, das Vereinigte Königreich und die skandinavischen Staaten vorne. Mit einem Anteil von 3,2 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt stehen die Niederlande an der Spitze, dicht gefolgt von Schweden (3,1%), dem Vereinigten Königreich (3,0%), Finnland (2,9%) und Dänemark (2,8%) Dieser Befund überrascht nicht, wenn man sich vergegenwärtigt, dass diese Staaten ihre Dienstleistungswirtschaft bereits stark entwickelt haben. Zudem zeichnen sich die Niederlande durch eine europäisch ausgerichtete Exportstrategie aus, die ihre Kultur- und Kreativwirtschaft kennzeichnet. Dies gilt in gleichem Maße für das Vereinigte Königreich, das seine Strategie längst auch auf den globalen Markt konzentriert. Die skandinavischen Länder insgesamt verfügen über zahlreiche kleine aber wertschöpfungsstarke Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die in der Summe zu diesen überdurchschnittlichen Rangplätzen führen.

Deutschland bildet mit seinem Wertschöpfungsanteil von 2,5 Prozent, der zusammen mit den Anteilen Polens mit 2,4 Prozent und Frankreichs mit 2,3 Prozent im Umfeld des europäischen Vergleichswertes von 2,4 Prozent liegt, bislang eine solide mittlere Basis. Österreich, Spanien, Italien folgen mit Anteilen von 2,0 bis 2,2 Prozent, während Belgien mit 1,7 Prozent deutlich im Ranking zurückfällt.

In der Betrachtung der für die Euregio Maas Rhein wichtigen EU-Staaten lassen sich folgende abschließenden Befunde darstellen:

Die Niederlande bleibt das führende Land in der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft, obwohl sie offensichtlich im Gefolge der Wirtschaftskrise 2009 einen wirtschaftlichen Rückschlag in 2010 hinnehmen mussten. Der Bruttowertschöpfungsbeitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft schrumpft um 4,3 Prozent, während das niederländische BIP im gleichen Zeitraum um 2,4 Prozent zulegt. Dies ist nicht einfach zu erklären, da die Niederlande bereits über eine stark auf Dienstleistungen ausgerichtete Wirtschaft verfügt. Möglicherweise könnte die ausgeprägte Exportorientierung kultur- und kreativwirtschaftlicher Leistungen (Architektur, Werbung, englisch-sprachige Produkte) der Grund für den beobachteten Einbruch sein.

Die deutsche Wirtschaft ist durch die verarbeitende Industrie und Hightech-Branchen geprägt. In Folge dessen kommt den Dienstleistungsbranchen hier noch nicht die gleiche Bedeutung zu, wie in den Niederlanden. Dennoch verfügt Deutschland über den europaweit größten Markt für Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie wurde durch die Wirtschaftskrise 2009 offensichtlich nicht besonders beeinträchtigt, wie die Zuwachsrate von 2,5 Prozent in 2010 gegenüber dem Vorjahr deutlich macht. Hingegen bedeutet der starke Zuwachs von 5,1 Prozent in der Gesamtwirtschaft, dass der Schwerpunkt der Entwicklung mehrheitlich auf die verarbeitende Industrie konzentriert ist. Dies kann trotz der positiven Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft bedeuten, dass in Deutschland die Aufmerksamkeit für die Kultur- und Kreativwirtschaft wieder nachlässt.

Die belgische Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt ein ähnliches Bild wie die Niederlande. Während die Kultur- und Kreativwirtschaft um 4,1 Prozent im Vergleichszeitraum schrumpft, wächst die Gesamtwirtschaft um überdurchschnittliche 4,4 Prozent. Diese positive Gesamtentwicklung ist erfreulich, jedoch sollte sie nicht dazu führen, dass sich Belgien von der Kultur- und Kreativwirtschaft abwendet. Denn die Niederlande haben bereits angekündigt, dass sie bis 2020 verstärkte Bemühungen<sup>6</sup> auf die Kultur- und Kreativwirtschaft verwenden werden.

Die beiden EU-Staaten Frankreich und Finnland verfügen sowohl in der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch in der Gesamtwirtschaft über gleichwertige Wachstumsraten von rund 3 bis 4 Prozent. Hier scheint die Wirtschaftskrise im Vergleichszeitraum wenig Einfluss ausgeübt zu haben.

Der länderübergreifende Vergleich zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa liefert erste Hinweise auf die Potenziale, die dieser Branchenkomplex bietet. Für den Ausbau einer wertschöpfungsstarken Kultur- und Kreativwirtschaft ist deshalb von grundlegender Bedeutung, eine solide Datenbasis für alle Mitgliedstaaten zu entwickeln.

Insgesamt leistet die Kultur- und Kreativwirtschaft einen beachtlichen Beitrag für das europäische Bruttoinlandsprodukt, der umso höher zu bewerten ist, da die europäische Kultur- und Kreativwirtschaft noch keineswegs als ein optimal entwickelter Branchenkomplex bezeichnet werden darf. Die ausgeprägte Fragmentierung der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer Teilmärkte ist eine strukturelle Schwäche, die Europa vor anderen Regionen kennzeichnet und sie nach Auffassung vieler Akteure deutlich in der Entwicklung bremst. Die Kultur- und Kreativwirtschaft der meisten Mitgliedstaaten ist bislang weitgehend auf ihre

---

<sup>6</sup> dutchnews.nl vom July 2011: The Government has a new darling: the creative industries

jeweiligen inländischen Märkte ausgerichtet und entwickelt noch sehr geringe grenzüberschreitende oder gar internationale Dienstleistungen. In den USA und in immer stärkerem Maße auch im asiatischen Raum bereiten sich jedoch Unternehmen zunehmend darauf vor, den europäischen Markt der Kultur- und Kreativwirtschaft wirtschaftlich zu nutzen.

## 6 Unterhalb der Grenze, frei für Neues

### 6.1 Ausgangslage

Eine bislang stets vernachlässigte Gruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft stellen die „Miniunternehmer“ und „Mikroselbständigen“ dar. Das sind diejenigen, deren Verdienst unterhalb der magischen Grenze von 17.500 Euro jährlich liegt, sie tauchten in den meisten amtlichen Statistiken bislang nicht auf. Ein Großteil dieser „Miniunternehmer“ und „Mikroselbständigen“ sind Künstler, Kulturberufler und Kreative, die unterhalb des statistischen Radars somit im Verborgenen existieren: Weder waren ihre Zahlen bisher bekannt, noch konnte man Näheres zur Marktstruktur oder zur Entwicklung dieser neuen Gruppierung erfahren.

Diese Vernachlässigung spiegelt die traditionellen wirtschaftlichen Strukturen wider. So orientieren sich die Wirtschaftsforschung und amtliche Wirtschaftsstatistik in der Regel an einer Definition, die europaweit verbreitet ist. Danach wird die Unternehmenslandschaft in vier Unternehmenstypen gegliedert:

#### Abbildung 6.1: Unternehmenstypologie nach offizieller EU-Definition

- Kleinunternehmen mit <10 Personal, Umsatz von bis zu 2 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 2 Millionen Euro
- Kleine Unternehmen mit <50 Personal, Umsatz von bis zu 10 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 10 Millionen Euro
- Mittlere Unternehmen mit <250 Personal, Umsatz von bis zu 50 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 43 Millionen Euro
- Großunternehmen mit >250 Personal, Umsatz ab 50 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme ab 43 Millionen Euro

Quelle: EU-Kommission (2003): Empfehlung zur KMU-Definition (2003/361/EG)

Bereits die erste Gruppe der sogenannten Kleinunternehmen mit einem jährlichen Umsatzvolumen von bis zu zwei Millionen Euro (!) kennzeichnet die strukturellen Besonderheiten der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht adäquat. Ein Musiker der 500.000 Euro Jahresumsatz erwirtschaftet, gilt im allgemeinen Verständnis der Musikwirtschaft ganz sicher nicht mehr als Kleinunternehmer. Ein Galerist, der dem Finanzamt eine Million Jahresumsatz anzeigt, wird im regionalen Kunstmarkt als Krösus angesehen. Ein

Innenarchitekt oder ein Designer, der zum Beispiel 1,5 Millionen Euro Jahresumsatz erzielt, zählt in seinem Markt bereits zu den mittelständischen Unternehmen.

Die wenigen Beispiele machen deutlich, dass der offizielle EU-Begriff Kleinstunternehmen auf die strukturellen Gegebenheiten der Kultur- und Kreativwirtschaft nur ungenügend passt, da die wirtschaftliche Obergrenze von 2 Millionen Euro Jahresumsatz die Marktrealität nicht widerspiegelt.

Aber auch in anderer Hinsicht liegt eine unbefriedigende Definitions- bzw. Abgrenzungslage vor. Zwar kennt die EU-Definition keine wirtschaftliche Untergrenze - es sind somit prinzipiell alle Kleinstunternehmen ab null Euro Umsatz Teil der Unternehmensdefinition. In der Wirtschaftsforschung und der amtlichen Wirtschaftsstatistik wird jedoch erst dann ein Unternehmen oder Selbständiger empirisch-quantitativ erfasst, wenn mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz erzielt werden.

Das bedeutet: alle Kleinstunternehmen und Selbständige, die unterhalb dieser Umsatzgrenze liegen, sind nicht Gegenstand der Forschung und Analyse. Diese Sichtweise hat damit zu tun, dass in der traditionellen Wirtschaftsforschung vielfach Großunternehmen oder zumindest die sogenannten KMU-Unternehmen (klein- und mittelständische Unternehmen) im Zentrum des Forschungsinteresses stehen. Demnach ist relevant, was wirtschaftlich eine gewisse Größenordnung aufweist! Wie sich dies in Zahlen ausdrückt, sei an einer Basiszahl demonstriert: Nach der bisherigen Erfassung mit der Abschneidegrenze 17.500 Euro Jahresumsatz existieren in der deutschen Volkswirtschaft rund 3,2 Millionen Unternehmen (Quelle, Umsatzsteuerstatistik: Voranmeldungen). Nach der neuen Erfassung ohne Abschneidegrenze zum Jahresumsatz erhöht sich die Gesamtzahl auf 5,2 Millionen (Quelle, Umsatzsteuerstatistik: Veranlagung). Das sind mehr als 2 Millionen Unternehmen, die durch die Bewertung „wirtschaftlich nicht relevant“ bisher unter den Tisch gefallen sind.

In Bezug auf die Kultur- und Kreativwirtschaft ist diese Erfassung allerdings wenig sinnvoll. Denn oftmals sind es gerade die Künstler und Kunstproduzierenden, deren jährliches Einkommen die magische Grenze nicht überschreitet, wie im Verlauf dieser Analyse dargestellt wird. Was also für die traditionellen Industrien sinnvoll gewesen ist, führt bei der statistischen Erfassung der Kultur- und Kreativwirtschaft dazu, viele Akteure in nennenswerter Zahl auszuschließen.

In dieser Analyse werden deshalb erstmals auch diejenigen Miniunternehmer und Mikroselbständigen einbezogen, deren jährliches Einkommen unter 17.500 Euro liegt.

## 6.2 Definition Miniunternehmer/Mikroselbständiger

Der Begriff des Kleinstunternehmens und auch der verwandte englischsprachige Begriff Micro-enterprise ist – wie oben dargestellt – bereits durch die EU-Definition besetzt.

In dieser Studie beschreiben wir daher den Unternehmer, dessen jährlicher Umsatz weniger als 17.500 Euro umfasst, als einen Miniunternehmer oder Mikroselbständigen.

Die Abgrenzung eines Miniunternehmers von einem Kleinstunternehmer basiert ausschließlich auf dem statistisch definierten Umsatzgrenzwert 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 bei diesem Abgrenzungsbegriff.

Die Schnittmengen von Miniunternehmern und Kleinstunternehmern sind naturgemäß sehr groß: sie umfassen alle denkbaren Formen der Freiberufler, der nebenberuflichen Selbständigen, der Mini-GbRs oder Mini-GmbHs bis hin zu den hauptberuflichen Selbständigen mit Vollzeittätigkeit. Zusätzlich können die Miniunternehmer und Mikroselbständigen auch in Kombination mit Mini-Jobs, kurzfristiger Beschäftigung oder sonstigen Teilzeitbeschäftigungen auftreten.

Für die Miniunternehmer und Mikroselbständigen gilt jedoch ein anderes konstitutives Element, das sie im Unterschied zu den wirtschaftlich stärkeren Unternehmern kennzeichnet: ihre kulturelle Produktionsweise. Da sie wegen der geringen Umsatzgrößen in wirtschaftlich labileren Strukturen tätig sind, verwenden sie oftmals ein komplementäres Identitätsmerkmal: sie verstehen sich stärker als kulturelle Akteure, die vorwiegend experimentell und innovativ arbeiten. Ihre kulturelle Produktionsweise ist auf kulturelle Vielfalt ausgerichtet und weniger an wirtschaftlicher Vervielfältigung orientiert. Deshalb schätzen sie ihr kulturelles Kapital (Pierre Bourdieu) weit höher ein als ihr wirtschaftliches.

Abschließend ist jedoch darauf hinzuweisen, dass es (noch) nicht möglich ist, das „kulturelle Kapital“ der Miniunternehmer und Mikroselbständigen mittels statistischer Kriterien zu erfassen: Deshalb beschränken wir uns im Folgenden auf das statistische Kriterium des Umsatzwertes, um über diese bisher nicht untersuchte Gruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft erste strukturelle Aussagen treffen zu können.

### 6.3 Miniunternehmer in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Datenbasis für die neue Gruppe der Miniunternehmer und Mikroselbständigen, die im weiteren Text vereinfacht als Miniunternehmer bezeichnet werden, beruht auf einer Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes aus der Umsatzsteuerstatistik (Veranlagung 2008). Die Strukturanalyse 2008 wurde auf die Ergebnisse der Kultur- und Kreativwirtschaft NRW des Jahres 2012 übertragen.

Damit die neuen strukturellen Erkenntnisse besser wahrgenommen werden können, sollen zunächst die allgemein üblichen Eckdaten der NRW Kultur- und Kreativwirtschaft dargestellt werden

**Abbildung 6.2: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft im Land NRW 2012\***

	Unternehmen Anzahl	Umsatz in Mio.€	Beschäftigte Anzahl	Erwerbstätige Anzahl
Kultur- und Kreativwirtschaft	52.049	35.431	158.657	210.706
%-Anteil Kultur- und Kreativwirtschaft an Gesamtwirtschaft	7,7%	2,5%	2,6%	3,1%

Hinweis: \*Schätzung bzw. vorläufig. Abgrenzung nach WMK-Definition, Beschäftigung = sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ohne geringfügig Beschäftigte. Erwerbstätige = Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz plus sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Quellen: Umsatzsteuerstatistik, IT.NRW; Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen und Schätzungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In NRW existieren im Jahr 2012 schätzungsweise mehr als 52.000 Unternehmen, die zusammen einen Umsatz von rund 35,4 Milliarden Euro erwirtschaften. Damit können knapp 159.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze finanziert werden. Zusammen mit den Selbständigen (ab 17.500 Euro Jahresumsatz) sind in NRW schätzungsweise 211.000 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Diese Daten spiegeln den sogenannten harten Kern der NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft wider.

Die Darstellung dieses harten Kerns der Kultur- und Kreativwirtschaft war in den letzten Jahren notwendig geworden, um ihre ökonomische Bedeutung auch im Vergleich gegenüber anderen relevanten Industrien nachweisen zu können. Zum Beispiel ist der Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft mit rund 159.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten durchaus mit dem Maschinenbau zu vergleichen, der im Jahr 2012 rund 216.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte aufwies. Andere wichtige Branchen wie die Stahlindustrie mit 128.700 Beschäftigten oder die Automobilindustrie mit 97.800 Beschäftigten liegen hinsichtlich des Beschäftigungspotenzials mittlerweile deutlich hinter der Kultur- und Kreativwirtschaft.

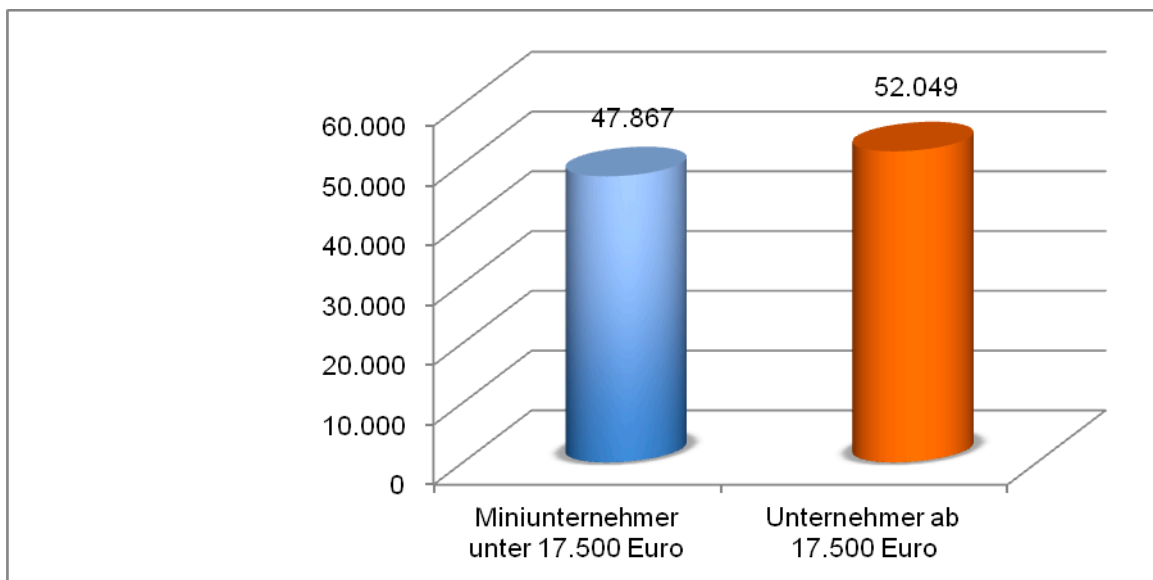


Die Daten dienen somit dazu, der Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Wirtschaft und wirtschaftspolitischen Debatte mehr Beachtung und ihr damit die Stellung eines ernstzunehmenden Wirtschaftsfeldes einzuräumen.

Andererseits ist jedem der in der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeitet, das große Spektrum von unterschiedlichsten Tätigkeiten und Akteuren in diesem Wirtschaftsfeld bewusst. Das gesamte Spektrum der Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst neben dem harten Kern eine große Zahl von geringfügig und kurzzeitig Beschäftigten. In NRW liegt die Zahl der beiden Gruppen im Jahr 2012 zusammen bei knapp 71.200 marginal Beschäftigten.

Darüber hinaus können erstmals nun auch die Selbständigen auf statistischer Basis dargestellt werden, die wir – wie oben erläutert – als Miniunternehmer bezeichnen.

**Abbildung 6.3: Miniunternehmer und Unternehmer in der NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft 2012\***



Hinweis: \*Schätzung bzw. vorläufig. Abgrenzung nach WMK-Definition.

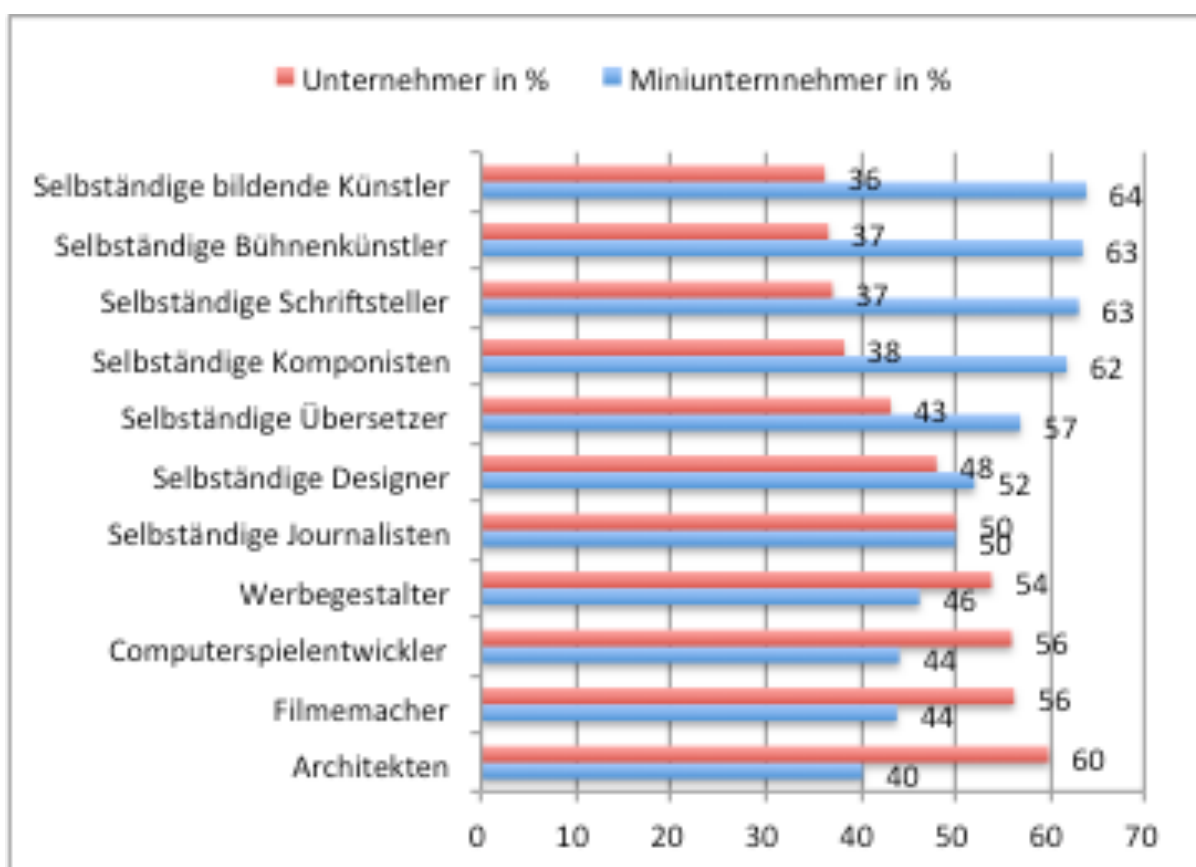
Quelle: Sonderauswertung Umsatzsteuerstatistik, Destatis; eigene Berechnungen und Schätzungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In NRW existieren neben den rund 52.000 Unternehmern des harten Kerns zusätzlich mindestens rund 47.900 Miniunternehmer, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erwirtschaften. Diese Zahl der Miniunternehmer ist erheblich höher als bisher angenommen. Frühere Schätzungen der Kulturwirtschaftsforschung gingen davon aus, dass lediglich eine weitere Hälfte, also rund 26.000 Miniunternehmer im Markt aktiv sein dürften.

Die nun ermittelte überraschend hohe Zahl hängt mit einer strukturellen Besonderheit der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammen: In diesem Wirtschaftsfeld arbeiten ausgeprägt viele Menschen mit geringen wirtschaftlichen Umsätzen. Insbesondere je kulturbezogener ihre

Tätigkeit ist, desto mehr Miniunternehmen können nachgewiesen werden. Zum Beispiel sind in der Gruppe der bildenden Künstler deutlich mehr Miniunternehmer als Unternehmer tätig. Rund zwei Drittel (64 Prozent) der bildenden Künstler sind als Miniunternehmer (mit weniger als 17.500 Euro) einzustufen. Das restliche eine Drittel (34 Prozent) ist als Unternehmer aktiv (mit 17.500 Euro und mehr). Wie die folgende Abbildung deutlich macht, gilt dieses Anteilsverhältnis auch für andere stärker künstlerisch orientierte Gruppen, wie die Bühnenkünstler, die Schriftsteller oder die Komponisten.

**Abbildung 6.4: Das Verhältnis der Miniunternehmer und Unternehmer in ausgewählten künstlerischen und kreativen Gruppen in der NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft 2012\***



Hinweis: \*Schätzung bzw. vorläufig. Abgrenzung nach WMK-Definition.

Quelle: Sonderauswertung Umsatzsteuerstatistik, Destatis; eigene Berechnungen und Schätzungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Gruppen der Designer und der Journalisten sind mit Anteilen von 48 zu 52 Prozent bzw. 50 Prozent Anteilen relativ ausgeglichen vertreten. Je mehr die „kreativen“ Gruppen ins Blickfeld kommen, desto stärker wandelt sich der Anteil der Miniunternehmer. Bei den Werbegestaltern, den Computerspielentwicklern und den Filmemachern sind nur noch die Minderheit mit jeweils 44 bis 46 Prozent als Miniunternehmer aktiv, während der größere Teil als Unternehmer mit wirtschaftlich stärkeren Einkommen tätig ist. In der Gruppe der Architekten hat sich das Verhältnis, welches die bildenden Künstlern auszeichnet fast

umgekehrt. So arbeiten hier nur noch 40 Prozent als Miniunternehmer, während 60 Prozent als wirtschaftlich relevante Architekten erfasst wurden.

Die Gründe für diese strukturellen Unterschiede können nicht ohne weiteres aus den statistischen Befunden abgeleitet werden. Deshalb sollen an dieser Stelle einige spekulative Aspekte angeführt werden.

### **Die künstlerische und wirtschaftliche Tragfähigkeit**

Je künstlerischer oder kultureller die jeweilige Aktivität eines Miniunternehmers ist, desto stärker ist sein Beharrungsvermögen im Markt, auch wenn die wirtschaftliche Basis kaum tragfähig ist. Je stärker die kulturelle Aktivität mit angewandter Gestaltung, Dienstleistung oder serieller Produktion verbunden ist, desto stärker wird auch die wirtschaftliche Tragfähigkeit der eigenen Aktivität bedacht.

### **Die Marktbedingungen**

Je weniger das Marktumfeld reguliert ist, desto mehr Marktteilnehmer entwickeln experimentelle und innovative Aktivitäten (z.B. Künstler). Je mehr Regeln den Markt fixieren, desto weniger neue Akteure können in den Markt eintreten (z.B. Architekten). Zugleich gilt, je kostengünstiger die Lebenshaltungskosten und Betriebskosten gestaltet werden können, desto mehr Miniunternehmer werden in den Markt eintreten.

### **Die wirtschaftliche „Schmerzgrenze“**

Aus Sicht vieler Vertreter von Wirtschaftskammern ist ein Unternehmen oder Selbständiger erst dann wirtschaftlich ernst zu nehmen, wenn mindestens 30.000 Euro Jahresumsatz erzielt werden. Aus Sicht der amtlichen Statistik und der traditionellen Wirtschaftsforschung gilt die Untergrenze von 17.500 Euro als wirtschaftlich relevanter Mindestumsatz. Im Dienstleistungssektor verbreitet sich zunehmend die Ansicht, dass auch ein Miniunternehmer mit 10.000 Euro Jahresumsatz als vollwertiger wirtschaftlicher Akteur im Markt bestehen kann. Diese These würde möglicherweise illustrieren, warum ein erstaunlich hoher Anteil an Miniunternehmern auch bei den Computerspielentwicklern zu finden ist.

Insgesamt gilt: Die fortschreitende Marktfragmentierung führt zu einer wachsenden Differenzierung der Unternehmenslandschaft insbesondere in vielen Dienstleistungsbranchen. Das neue Phänomen der Miniunternehmer, das keineswegs ein Sonderthema der Kultur- und Kreativwirtschaft ist, lässt sich auch in der Gesundheitswirtschaft oder in der IT-Wirtschaft beobachten. Allein im Gesundheitswesen (Arztpraxen, Krankengymnastik etc.), sind deutschlandweit mehr als 101.000 Unternehmen registriert, davon rund 60 Prozent als Miniunternehmer mit einem Jahresumsatz unterhalb von 17.500 Euro. In der IT-Wirtschaft (Hardware-/Software-Industrie) sind mehr als 160.000 Unternehmen aktiv, davon mehr als 50 Prozent mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz.

Die Gruppe der Miniunternehmer in der Kultur- und Kreativwirtschaft wird voraussichtlich immer mehr zunehmen. Hier wird eine neue Klientel sichtbar, die stärker ins Blickfeld der Öffentlichkeit und Politik geraten wird. Für die Wirtschaftspolitik und die Kulturpolitik erwachsen damit neue Aufgaben.

## 7 Bewertung des quantitativen Teils

### 7.1 Abschließendes Fazit zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Städteregion Aachen

#### Die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt überdurchschnittliche Kennzahlen

Die Städteregion Aachen zählt innerhalb Nordrhein-Westfalens mit rund 540.000 Einwohnern zu den kleineren Regionen. Als urbane Region nimmt sie jedoch einen herausragenden Platz in der nordrhein-westfälischen Kultur- und Kreativwirtschaft ein:

- Rund 1.800 Selbständige und Unternehmen sind im Jahr 2012 schätzungsweise in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Städteregion Aachen tätig. Das entspricht einem Anteil von 8,5 Prozent an der Gesamtwirtschaft. Der vergleichbare Landeswert liegt bei 7,7 Prozent.
- Der im Jahr 2012 erwirtschaftete Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt schätzungsweise bei rund 981 Millionen Euro. Bezogen auf die gesamte Wirtschaftsleistung erreicht die Kultur- und Kreativwirtschaft mit 3,2 Prozent einen deutlich höheren Anteilswert, als der NRW-Landeswert, der im vergleichbaren Jahr bei geschätzten 2,5 Prozent liegt.

Darüber hinaus verfügt die Aachener<sup>7</sup> Kultur- und Kreativwirtschaft als arbeitsintensive Branche über ein nennenswertes Beschäftigungsvolumen. Rund 9.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte haben einen existenzfähigen Arbeitsplatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusammen mit den Selbständigen arbeiten dort rund 11.100 Erwerbstätige.

- Der Beschäftigungsanteil der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft liegt, gemessen an der Gesamtwirtschaft in Aachen bei 4,9 Prozent. Auch dieser Anteilswert liegt deutlich höher als der vergleichbare Landeswert für NRW, der lediglich 2,6 Prozent erreicht.

Alle ermittelten Daten beziehen sich auf den sogenannten wirtschaftlichen Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zählt man die Mini-Unternehmer (mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz) und die Mini-Jobber (bis 450 Euro/Monat) hinzu, dann steigt die Gesamtzahl der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft um 5.500 auf insgesamt 16.600 Erwerbstätige.

---

<sup>7</sup> Mit dem verkürzten Begriff ist immer die Städteregion Aachen mit Aachen, Alsdorf, Baesweiler, Eschweiler, Herzogenrath, Monschau, Roetgen, Simmerath, Stolberg und Würselen gemeint.

## **Deutlich stärkere Wachstumsdynamik der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zum Landesdurchschnitt NRW**

Im Vergleich der Jahre 2009 bis 2012\* ist die Zahl der Unternehmen in der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft um 6,8 Prozent gestiegen. Die Entwicklung in der gesamten NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft, kann im gleichen Zeitraum nur um 4,8 Prozent zulegen, die Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft ist also deutlich stärker gewachsen. Auch der Bundeswert mit 4,3 Prozent bleibt hinter dem Aachener Wert zurück. Zuwächse mit zum Teil zweistelligen Raten verzeichnen vor allem die Musikwirtschaft, der Kunstmarkt und die Software-/Games-Industrie.

Mit dieser positiven regionalen Unternehmensentwicklung geht ebenso eine erstaunlich überdurchschnittliche Wirtschaftsentwicklung einher. Der Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft steigt zwischen 2009 und 2012 mit 8,5 Prozent deutlich stärker, als der vergleichbare Umsatz in der NRW-Kultur- und Kreativwirtschaft, der lediglich 2,6 Prozent erreicht. Der vergleichbare Bundeswert liegt mit 8,5 Prozent Zuwachs auf gleicher Höhe wie der Aachener Umsatzwert.

Zu den wirtschaftlichen Treibern der Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft zählen die Software-/Games-Industrie, die Designwirtschaft, die Musikwirtschaft und der Kunstmarkt mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten, der Werbemarkt und der Architekturmarkt erzielen einstellige Zuwachsraten.

## **Aachener Kultur- und Kreativwirtschaft: starke soziale Komponente - Aachener Gesamtwirtschaft: starke wirtschaftliche Komponente**

Im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft zeigt sich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft bei der sozialen Komponente, nämlich der Beschäftigungsentwicklung, eine hervorragende Stellung einnimmt. Der gesamte Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft mit rund 16.600 Erwerbstätigen, mit seinen sozialversicherungspflichtigen Voll-/Teilzeit und geringfügig Beschäftigten und mit seinen Mini-Selbständigen, wird in arbeitsmarktpolitischer Hinsicht immer bedeutsamer. Denn die Kultur- und Kreativwirtschaft bietet sowohl hochqualifizierte, wie auch geringqualifizierte Arbeitsplätze. Daher rückt zunehmend ihre gesellschaftliche Relevanz als arbeitsplatzintensive Branche in den Mittelpunkt.

Das Krisenjahr 2009 war für die gesamte bundesweite Volkswirtschaft ein dramatischer Einschnitt. Insbesondere den exportintensiven Produktionssektor in allen Regionen Deutschlands hat es hart getroffen. Hingegen sind große Teile der Dienstleistungswirtschaft, darunter auch die Kultur- und Kreativwirtschaft mit relativ geringen wirtschaftlichen Einschnitten durch das Krisenjahr gekommen.

Wie die Erfahrungen der konjunkturellen Schwankungen zeigen, folgen auf starke wirtschaftliche Einbrüche in der Folgezeit oftmals starke wirtschaftliche Aufschwünge. Vor diesem Hintergrund ist der Vergleich der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft in der Städtereion Aachen zu bewerten. Bedingt durch den starken wirtschaftlichen Aufholeffekt des verarbeitenden Gewerbes hat die Gesamtwirtschaft eine starke Dynamik in der Städtereion Aachen geschafft.

Hier kann die Kultur- und Kreativwirtschaft (noch) nicht mithalten, wenngleich sie mit 8,5 Prozent Zuwachs in 2012 gegenüber 2009 durchaus einen guten wirtschaftlichen Verlauf zeigt.

Dennoch kann die allgemein positive Entwicklung der Gesamtwirtschaft – sofern sie anhält – in der Folge auch als Konjunkturmotor für die Kultur- und Kreativwirtschaft wirksam werden.

## **7.2 Abschließendes Fazit zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein**

Abschließend können folgende Charakteristika zur Gesamtlage der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein genannt werden:

Aus europäischer Perspektive zählt die Euregio Maas Rhein zu den überdurchschnittlich starken europäischen Kultur- und Kreativwirtschaftsregionen. Mit der **ökonomischen Wertschöpfung** von 2,7 Prozent am Bruttoinlandsprodukt liegt die Euregio Maas Rhein über dem vergleichbaren EU-Wert von 2,4 Prozent Bruttowertschöpfung am Bruttoinlandsprodukt.

Hinsichtlich der wirtschaftlichen Dynamik entwickeln sich die vier Provinzen/Regionen in unterschiedlicher Richtung und Intensität. Diese Wachstumsdynamik ist jedoch stark an die jeweiligen nationalen Entwicklungen angekoppelt. Grundsätzlich haben insbesondere die wirtschaftlich stärkeren Regionen nach dem wirtschaftlichen Krisenjahr ihre Wachstumsstrategien mehrheitlich auf den jeweiligen nationalen Produktionssektor und weniger auf die Dienstleistungsbranchen ausgerichtet. Insgesamt ist deshalb die europäische Gesamtwirtschaft stärker gestiegen als die europäische Kultur- und Kreativwirtschaft (Zuwachs des EU-Bruttoinlandsprodukt plus 4,7 Prozent 2010 gegenüber 2009, Zuwachs des EU-Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft plus 4.2 Prozent im gleichen Zeitraum).

Die Beschäftigungspotenziale der EMR-Kultur- und Kreativwirtschaft stellen nicht nur ein wichtiges ökonomisches Kapital dar, sondern sind auch in sozialer Hinsicht ein wertvoller

Markt. Das Volumen mit rund 28.000 Erwerbstätigen hat uns überrascht. Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird daher zunehmend auch in eine arbeitsmarktpolitische Bewertung einfließen, denn sie leistet einen wertvollen Beitrag zur „**sozialen Wertschöpfung**“.

Ohne die künstlerische, kulturelle und kreative Produktion der rund 8.200 Betriebe ist die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht denkbar. Diese quantitative Erfassung stellt allerdings nur den absolut kleinsten Kern der Produzenten dar. Viele Musiker, Schriftsteller, Künstlerateliers, Designbüros und auch Gamesentwickler sind mit den herkömmlichen statistischen Instrumentarien noch nicht zu erfassen, daher liegt das künstlerische und kreative Potenzial noch weitgehend im Dunkeln. Aus einer Regionalanalyse des Bundeslandes NRW geht hervor, dass die Zahl der Künstler und Kreativen voraussichtlich um das Zwei- bis Dreifache ansteigen würden, wenn die statistischen Erhebungsinstrumente bei Eurostat genauer wären. In Analogie zur ökonomischen Wertschöpfung wird deutlich, dass die künstlerischen und kreativen Produzenten zunächst als Akteure einer „**kulturellen Wertschöpfung**“ zu verstehen sind, bevor sie ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit entwickeln und ausbauen können.



### **7.3 Abschließendes Fazit zu den Miniunternehmern in der Kultur- und Kreativwirtschaft**

An Stelle einer empirischen Zusammenfassung der im vorigen Kapitel dargestellten Ergebnisse sollen an dieser Stelle einige Aspekte des zukünftigen Forschungsfeldes für die Miniunternehmer dargestellt werden.

Trotz der positiven Wahrnehmung bei den wirtschaftspolitischen Akteuren und Förderern fällt es in der allgemeinen Wirtschaftsdebatte mitunter schwer, die Kultur- und Kreativwirtschaft als normale Branche zu bewerten. Denn die vielen kleinen und kleinsten Akteure scheinen bisher nicht mit den herkömmlichen Unternehmenstypen vergleichbar zu sein.

Es sind die Künstler, Kulturberufler und Kreativen, die oftmals zwischen wirtschaftlichen und künstlerischen Handlungslogiken agieren. Künstlerisches Experimentieren, Entwickeln von Prototypen und kulturelle Vielfalt stehen dabei der ökonomischen Verwertung nicht selten im Weg.

In Analogie zur ökonomischen Wertschöpfung ließe sich diese künstlerische und Kulturproduktion auch als „kulturelle Wertschöpfung“ bezeichnen, die nicht ökonomische Verwertungsbedingungen, sondern kulturelle Entwicklungsbedingungen braucht. Diese kulturellen Entwicklungsbedingungen zu schaffen, ist weniger eine wirtschaftspolitische, sondern wesentlich eine kulturpolitische Aufgabe. Denn die hat sich zum Ziel gesetzt, den Freiraum für die Künstler und Kulturberufler zu erhalten, den diese zur Schaffung von Kultur benötigen. Dazu braucht es umfassende Kenntnisse über die kulturellen Entwicklungsbedingungen der Künstler, Kulturberufler und Kreativen.

Aus der Perspektive der Kulturwirtschaftsforschung stehen dabei zumindest folgende Themen und Fragen im Mittelpunkt:

- Wer ist als Künstler/Kulturberuf/Kreativer zu beschreiben? Erstellung einer plausiblen Künstlertypologie, Ausbildungstypologie
- Wie entstehen künstlerische, kulturelle und kreative Werke, Produktionen, Produkte und Dienstleistungen?
- Wovon leben Künstler, Kulturberufler und Kreative? Merkmale für wirtschaftliche Lage und Einkommen
- Wie stellt sich die berufliche Lage von Künstlern/Kulturberuflern und Kreativen dar? Typologie der Mehrfachbeschäftigung

- Wie gestaltet sich die Absicherung der sozialen Lage? Ständiger Wechsel von freiberuflicher Tätigkeit und abhängiger Beschäftigung
- Auswirkung der demografischen Entwicklung auf die Lage der Künstler/Kulturberufe und Kreativen

Die Bearbeitung dieser Themen stellt eine erste Grundlage zu einem neuen Verständnis von Künstlern, Kulturberuflern und Kreativen dar, denn eben diese Themen berühren die zentralen Fragen der künstlerischen und kulturellen Produktion. Dazu zählen v.a. die Sicherung der kulturellen Vielfalt, die Stärkung der Qualitätsproduktion und die Anregung von Neuem (Innovation), dies sind die beschreibenden Merkmale eines Freiraumes für Künstler, Kulturberufler und Kreative. Das Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft ist in wirtschaftlicher Hinsicht an die Möglichkeiten der ökonomischen Verwertung gebunden. In kultureller Hinsicht wird das Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft in hohem Maße von den „kulturellen Wertschöpfungsbedingungen“ geprägt. Deshalb ist eine verstärkte Fokussierung auf die Künstler, Kulturberufler und Kreativen eine notwendige Aufgabe zur Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Ganzes.

Es ist gleichermaßen wünschenswert wie notwendig, dass sich neben der Wirtschaftspolitik auch die Kulturpolitik dieser Aufgabe stellt, und im Hinblick auf die Musiker, Schriftsteller, bildenden Künstler, Schauspieler, Filmmacher und Regisseure, Designer, Architekten, Journalisten, Werbetexter oder Gamesentwickler nicht mehr nur allein ihr Anwalt im herkömmlichen Sinne ist. Sondern dass sie zur Erschließung des künstlerischen und kreativen Potenzials für eine „ganzheitliche“ Unterstützung sorgt, die sowohl die Produktions-, als auch die Arbeits- und Lebensbedingungen umfasst.

Die Rolle der Künstler, Kulturberufler und Kreativen als Forscher und Entwickler einer „ästhetischen Produktion“, wird im Spiegel der Kultur- und Kreativwirtschaft immer sichtbarer. Eine Kulturpolitik, die im Tandem mit der Wirtschaftspolitik, diese ganzheitliche Rolle erkennen und berücksichtigen kann, betreibt heute eine moderne Form der Förderung von Kultur- und Kreativwirtschaftsproduktion. Und eine kulturpolitisch orientierte Kulturwirtschaftspolitik erkennt im Künstler und Kreativen dessen Beitrag für die Kunst und seine Existenz im Markt gleichermaßen.

## 8 Anhang

### 8.1 Datenquellen

- Destatis (o.J.): Umsatzsteuerstatistik Voranmeldung, Sonderauswertung, verschiedene Jahre
- Destatis (o.J.): Umsatzsteuerstatistik Veranlagung, Sonderauswertung
- Bundesagentur für Arbeit (o.J.): Beschäftigtenstatistik, Sonderauswertung, verschiedene Jahre
- Eurostat (o.J.): Strukturelle Unternehmensstatistik, nationale Daten, verschiedene Jahre
- Eurostat (o.J.): Strukturelle Unternehmensstatistik, regionale Daten, verschiedene Jahre
- Eurostat (o.J.): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, nationale Daten
- 

### 8.2 Statistische Abgrenzung der verschiedenen Begriffe zur Kultur- und Kreativwirtschaft

#### 8.2.1 Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städtereion nach elf Teilmärkten

Darstellung im Haupttext

#### 8.2.2 Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Städtereion nach zehn statistischen Teilgruppen

Teilgruppe/ WZ-Nr./ Wirtschaftliche Aktivität

##### 1. Teilgruppe Musik/Film

322 Herstellung von Musikinstrumenten

47593 Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien

4763 Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern

59 Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik

7722 Videotheken

##### 2. Teilgruppe Buch/Presse

1814 Binden von Druckerzeugnissen und damit verbundene Dienstleistungen

4761 Einzelhandel mit Büchern

47792 Antiquariate

743 Übersetzen und Dolmetschen

581 Verlegen von Büchern usw., sonstiges Verlagswesen

4762 Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf

6391 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros

**3. Teilgruppe Kunst/Kunsthandwerk**

47783 Kunsthandel

47791 Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen

**4. Teilgruppe Rundfunk**

60 Rundfunkveranstalter

**5. Teilgruppe darstellende Kunst**

8552 Kulturunterricht

90 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten

**6. Teilgruppe Design/Fotografie**

741 Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design

Werbegestalter (50%)

321 Herstellung von Münzen, Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen

742 Fotografie und Fotolabors

**7. Teilgruppe Architektur**

7111 Architekturbüros

**8. Teilgruppe Werbung**

731 Werbung

**9. Teilgruppe Software/Games**

582 Verlegen von Software

6201 Programmierungstätigkeiten

6312 Webportale

**10. Teilgruppe Sonstige**

91 Bibliotheken, Archive, Museen, zoolog. u.ä. Gärten

Summe Teilgruppe 1.-10.

**Summe Kultur- und Kreativwirtschaft\***

Hinweis: \*Ohne Doppelzählung. einschließlich öffentliche Kulturbetriebe.

Quelle: Destatis, WZ-2008 Wirtschaftszweigklassifikation

### **8.2.3 Gliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft der Euregio Maas Rhein nach sechs Branchensegmenten**

Segment/ NACE-Nr./ Wirtschaftliche Aktivität

**1. Buch-/Presseverlage**

J58 - Verlagswesen

**2. Film-/Musik**

J59 - Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik

**3. Rundfunk**

J60 - Rundfunkveranstalter

**4. Software**

J62 - Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie (50%)

**5. Werbung/Marktforschung**

M73 - Werbung und Marktforschung

**6. Design u.ä.**

M74 - Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten

**Summe Kultur- und Kreativwirtschaft**

Quelle: Eurostat NACE Rev.2 Wirtschaftszweigklassifikation

## **8.2.4 Gliederung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft nach NACE Rev.2 (2- und 3-Digit Level)**

NACE-Nr./ Wirtschaftliche Aktivität

C322 - Herstellung von Musikinstrumenten

G476 - Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)

J581 - Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)

J582 - Verlegen von Software

J591 - Herstellung von Filmen und Fernsehprogrammen, deren Verleih und Vertrieb, Kinos

J592 - Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien

J60 - Rundfunkveranstalter

J6201 - Programmierungstätigkeiten

J6312 - Webportale

J6391 - Korrespondenz- und Nachrichtenbüros

M7111 - Architekturbüros

M731 - Werbung

M741 - Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design

M742 - Fotografie und Fotolabors

M743 - Übersetzen und Dolmetschen

R90-91 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten; Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten; (Schätzung)

### **Summe Kultur- und Kreativwirtschaft**

Quelle: Eurostat NACE Rev.2 Wirtschaftszweigklassifikation