

Müller, Bettina

Article

Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven

Provided in Cooperation with:

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: Müller, Bettina (2015) : Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) und Verband der Vereine Creditreform, Mannheim und Neuss, Vol. 15, Iss. 3, pp. 5-6

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/113836>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Sechs Prozent aller Unternehmen, die in Deutschland im Jahr 2014 gegründet wurden, können der Kultur- und Kreativwirtschaft zugerechnet werden. Analog zum allgemeinen Trend gehen auch die Gründungen in diesen Wirtschaftsbereichen zurück. Es gibt aber deutliche Unterschiede in der Gründungsdynamik zwischen den einzelnen Teilbereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Kreativität wird zunehmend als bedeutender Faktor für den wirtschaftlichen Fortschritt von entwickelten Ländern gesehen. So hat die Europäische Kommission Kreativität in den Mittelpunkt ihrer Flaggschiffinitiativen zur Innovationsunion, zur digitalen Agenda sowie zu der Agenda für neue Fähigkeiten und Jobs im Rahmen ihres Wirtschaftsprogramms Europe 2020 gestellt. Der Grund dafür ist, dass Kreativität als Grundlage für Innovationen angesehen wird, die wiederum für die Wettbewerbsfähigkeit von Ländern als essentiell angesehen werden.

Wegen dieses Zusammenhangs erfährt die sogenannte Kultur- und Kreativwirtschaft zunehmendes Interesse. Obwohl kein wirkliches Einvernehmen darüber besteht, welche Bereiche der Wirtschaft der Kultur- und Kreativwirtschaft denn genau zuzurechnen sind, werden im Allgemeinen jene Bereiche der Wirtschaft darunter verstanden, in denen das Suchen und Finden neuer Ideen eine zentrale Rolle spielt. Für die folgenden Analysen wird die Abgrenzung zugrunde gelegt, die die deutsche Wirtschaftsministerkonferenz im Jahr 2009 in einem Leitfadens zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft vorgeschlagen hat. Nach diesem Leitfaden bilden die folgenden elf Märkte die Kultur- und Kreativwirtschaft: Musik, Bücher, Kunst, Film, Rundfunk, darstellende Künste, Design, Architektur, Presse, Werbung sowie Software- und Games.

Unterschiedliche Organisation von wirtschaftlichen Aktivitäten in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Wirtschaftliche Aktivitäten in der Kultur- und Kreativwirtschaft werden in unterschiedlichen Organisationsformen ausgeübt. Viele darstellende Künstler, Journalisten, Übersetzer, Autoren, Musiker, Kameraleute und Tontechniker sind als Freischaffende tätig, unter den Architekten sind Freiberufler weit verbreitet. Es gibt aber auch Kreative, die ein Unternehmen im engeren Sinn gründen, d.h. sie wählen für ihre wirtschaftliche Aktivität den Rahmen einer Personen- oder Kapitalgesellschaft, verfügen über eigenes Kapital, investieren in die Erschließung von Absatzmöglichkeiten und tragen ein unternehmerisches Risiko. Solche Unternehmen sind im Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) erfasst und können analysiert werden.

Insgesamt wurden im Jahr 2014 rund 10.200 Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft gegründet. Dies entspricht 6

Prozent aller Gründungen (Abbildung 1). Der Löwenanteil entfiel dabei auf Gründungen in den Bereichen Software und Games sowie Design. Die Gründungen in diesen beiden Teilsektoren machten die Hälfte aller Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Ein weiteres Viertel entfiel auf die Bereiche Werbung, Presse und Architektur. Der Rest der Gründungen teilt sich auf die sechs mehr kulturwirtschaftlich ausgerichteten Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft auf.

Zahl der Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2003 kontinuierlich gesunken

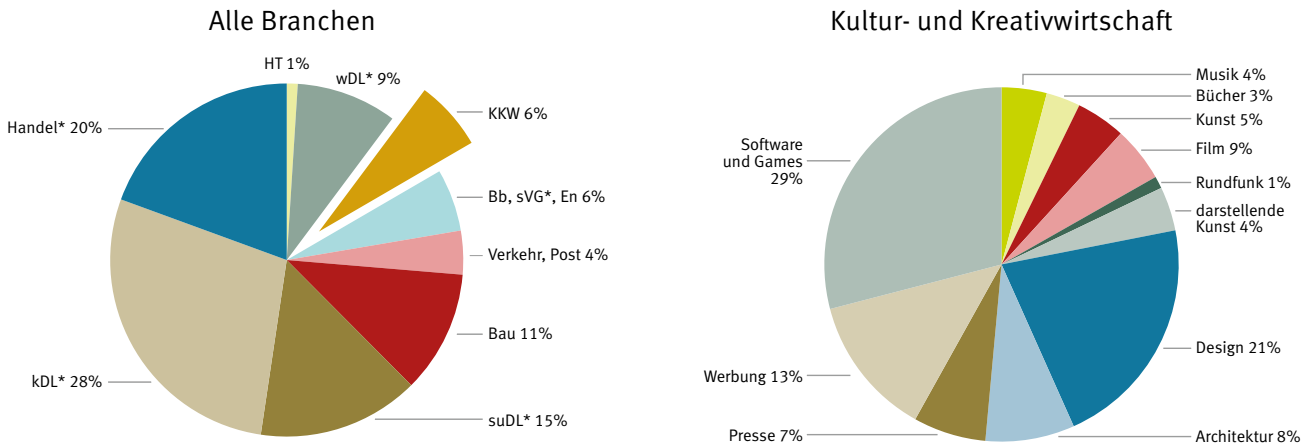
Mit Ausnahme der Jahre 2004 und 2009 ist die Gründungstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit dem Jahr 2003 kontinuierlich gesunken und entspricht damit genau dem Trend, der für die Gründungen insgesamt in Deutschland zu beobachten ist. Über alle Branchen hinweg ist die Gründungstätigkeit seit dem Jahr 2003 um 35 Prozent zurückgegangen, in der Kultur- und Kreativwirtschaft waren es ebenfalls 35 Prozent. Die Entwicklung der Gründungszahlen zwischen den einzelnen Teilbereichen unterscheidet sich jedoch zum Teil deutlich. In der Software- und Gamesbranche ist es ab dem Jahr 2009 zu einem regelrechten Gründungsboom gekommen. In der Hochphase in den Jahren 2010 und 2011 lag die Zahl der Gründungen 34 Prozent über derjenigen des Jahres 2003. Im Jahr 2014 gab es immer noch 25 Prozent mehr Gründungen als im Jahr 2003. Ganz anders hat sich dagegen die Zahl der Gründungen im Sektor Kunst entwickelt. In diesem Teilbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft lagen die Gründungszahlen um 64 Prozent unter denen des Jahres 2003.

Insgesamt lässt sich beobachten, dass sich seit dem Jahr 2003 die Struktur der Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft kontinuierlich hin zu den kreativen Bereichen, also Design, Architektur, Presse, Werbung, Software und Games, verschoben hat. Dies ist aber im Wesentlichen auf den deutlichen Anstieg der Gründungstätigkeit in der Software- und Gamesbranche zurückzuführen. Nimmt man diese Branche aus den Berechnungen heraus, dann sind seit 2003 konstant ungefähr 70 Prozent der Unternehmen in den eher kreativwirtschaftlichen und 30 Prozent in den eher kulturwissenschaftlichen Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft gegründet worden.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland aber dennoch auf dem Vormarsch

Aus der rückläufigen Zahl der Gründungen lässt sich nicht ableiten, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland insgesamt auf einem absteigenden Ast ist. Aus dem aktuellen Monitoringbericht zur deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft, an dessen Erstellung das ZEW beteiligt war, lässt sich entneh-

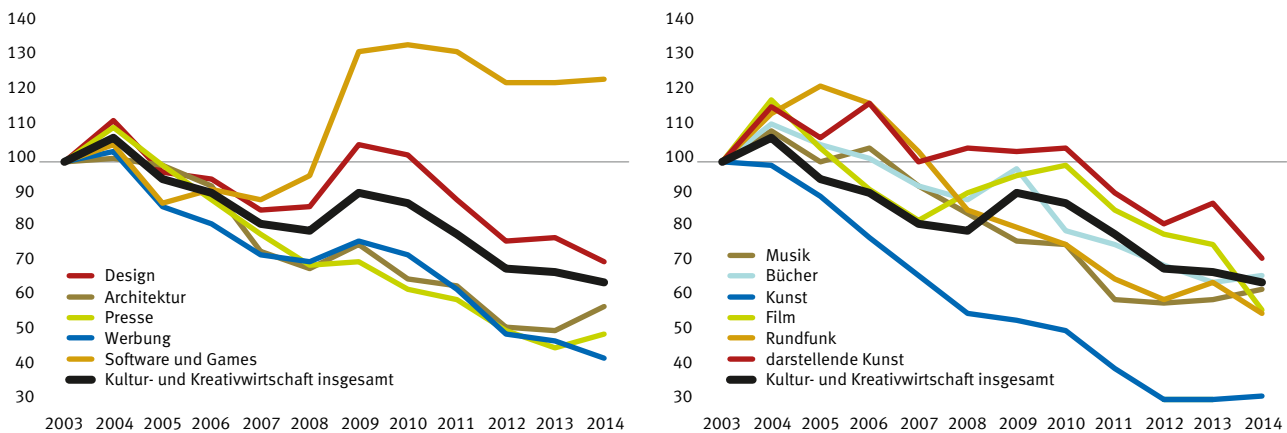
ABBILDUNG 1: ZUSAMMENSETZUNG DER UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN IM JAHR 2014



Anmerkung: HT: forschungsintensive Industrie (Hightech); wDL: wissensintensive Dienstleistungen; KKW: Kultur- und Kreativwirtschaft; Bb, sVG, En: Bergbau, sonstige verarbeitendes Gewerbe, Bergbau; suDL: sonstige unternehmensnahe Dienstleistungen; kDL: konsumorientierte Dienstleistungen; *ohne Sektoren der Kreativwirtschaft.

Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW), 2014.

ABBILDUNG 2: ENTWICKLUNG DER GRÜNDUNGSTÄTIGKEIT IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT 2003-2014



Quelle: Mannheimer Unternehmenspanel (ZEW), 2014.

men, dass der Anteil der Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt zwischen 2009 und 2013 konstant bei 2,3% lag. Es sieht aber so aus, als ob sich die Art wie die wirtschaftliche Aktivität in der Kreativwirtschaft organisiert ist, verändert hat. Zwischen 2012 und 2013 ist sowohl die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten als auch die Zahl der Selbständigen gestiegen. Kreative und Kulturschaffende finden offenbar vermehrt Arbeit als abhängig Beschäftigte und sind eher als Freischaffende und Freiberufler tätig als dass sie ein Unternehmen im engen Sinn gründen.

Weitere Analysen zur deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft sind in den Monitoringberichten zu Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft der Jahre 2012 und 2013 zu finden. Die beiden Berichte können unter folgenden Links heruntergeladen werden: http://www.zew.de/Monitoring_KKW_2012 und http://www.zew.de/Monitoring_KKW_2013.

Bettina Müller, bettina.mueller@zew.de