

Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg

Auftraggeber
Stadt Augsburg
Wirtschafts- und Finanzreferat

Auftragnehmer
Michael Söndermann
Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Stand: 22.02.2016

INHALT

1	Einleitung	3
1.1	Forschungsfragen	3
1.2	Definition und Vergleichbarkeit.....	4
1.3	Neue Gliederung nach Kern- und Minibereich	5
2	Die wirtschaftliche Bedeutung der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick.....	7
2.1	Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft (Kern- und Minibereich).....	7
2.2	Position der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Metropolregion München	10
2.3	Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich mit anderen Wirtschaftsbranchen ...	13
3	Branchenschwerpunkte der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft.....	15
3.1	Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	15
3.2	Entwicklung ausgewählter Teilmärkte im Vergleich (Kernbereich).....	18
3.2.1	Designwirtschaft.....	18
3.2.2	Architekturmarkt.....	19
3.2.3	Buch-/Pressemarkt.....	21
3.2.4	Werbemarkt.....	23
3.2.5	Software-/Games-Industrie	24
3.2.6	Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt	25
3.3	Die Mini-Selbständigen in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft	27
4	Zusammenfassung – Befunde der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft	31
5	Anhang.....	34
5.1	Abgrenzungen	34
5.2	Abbildungen	38
5.3	Glossar.....	39
5.4	Datenquellen.....	40

1 Einleitung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist inzwischen auf staatlicher Ebene als eigenständige Branche weitgehend anerkannt (vgl. Bayerischer Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht¹). Metropolregionen mit ihren urbanen Kernen gelten als aufstrebende Räume, die zunehmend die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft entdecken.

Die Stadt Augsburg steht als einer der zentralen urbanen Kerne innerhalb der Metropolregion München für die Entwicklung von Wachstum und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Es gehen Impulse von der Kultur- und Kreativwirtschaft aus, die den notwendigen Strukturwandel befördern können. Die Stadt Augsburg hat diese Notwendigkeit schon frühzeitig erkannt² und sich dem noch recht neuen Wirtschaftsfeld geöffnet. Die vorliegende Analyse soll diesen Weg unterstützen.

1.1 Forschungsfragen

Ziel dieser komprimierten Wirtschaftsanalyse ist es, den Branchenkomplex der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg – auf Basis der für die vorliegende Untersuchung aufbereiteten Sonderauswertungen der amtlichen Statistik – mit seinen aktuellen Strukturen und Trends zu analysieren und zu bewerten.

Folgende Forschungsfragen stehen im Mittelpunkt:

1. Welches Gewicht nimmt die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtwirtschaft ein?
2. Welche besonderen Branchenschwerpunkte ergeben sich für ausgewählte Teilgruppen der Kultur- und Kreativwirtschaft?
3. Wie stellt sich die Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg im Vergleich zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München dar?
4. Wie kann sich die Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich zu anderen Branchen innerhalb der Augsburger Gesamtwirtschaft behaupten?

¹ Büro für Kulturwirtschaftsforschung (2012)

² Die Stadt hat das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft bereits als eine der ersten bayerischen Städte in den Jahren 2009/2010 aufgegriffen.

1.2 Definition und Vergleichbarkeit

Damit eine vergleichende Bewertung zu den Potenzialen der Kultur- und Kreativwirtschaft in anderen lokalen, regionalen oder staatlichen Räumen möglich ist, wird sich die vorliegende Analyse auf das Definitionskonzept der Wirtschaftsministerkonferenz (dem sogenannten statistischen Leitfaden zur Kultur- und Kreativwirtschaft³) stützen:

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

Das Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst folgende elf Teilmärkte:

1. Musikwirtschaft
2. Buchmarkt
3. Kunstmarkt
4. Filmwirtschaft
5. Rundfunkwirtschaft
6. Markt für darstellende Künste
7. Designwirtschaft
8. Architekturmarkt
9. Pressemarkt
10. Werbemarkt
11. Software/Games-Industrie

Summe Kultur- und Kreativwirtschaft nach elf Teilmärkten

Die vorliegende Analyse ist im Rahmen des parallel erarbeiteten „Datenreports Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München“⁴ entstanden. Die Augsburger Analyse basiert auf den gleichen methodischen Grundlagen und ist deshalb auch in ihren wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Befunden mit denen der Metropolregion München vergleichbar. Ebenso können die Befunde der von der IHK Schwaben vorgelegten Untersuchung zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayerisch-Schwaben⁵ vergleichend einbezogen werden.

³ Wirtschaftsministerkonferenz (2009, 2011)

⁴ Europäische Metropolregion München e.V. (2016)

⁵ Prognos (2015)

1.3 Neue Gliederung nach Kern- und Minibereich

Die Kulturwirtschaftsforschung konnte eine große Zahl der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft lange Zeit nicht in die empirischen Untersuchungen einbeziehen. Denn alle Selbständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielten, wurden in den regulären Wirtschaftsstatistiken nicht erfasst. Dieser Mangel der Wirtschaftsstatistik ist inzwischen aufgehoben⁶ worden, deshalb können nunmehr unabhängig von der Höhe des erzielten Umsatzes alle Selbständigen ermittelt werden.

Nach dem Definitionskonzept der Wirtschaftsministerkonferenz und dem sogenannten Monitoringmodell⁷ der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes wurde die Kultur- und Kreativwirtschaft bislang nicht nach einem Kern- und Minibereich unterschieden.

Nach dem Standardmodell des Monitoringberichts werden untersucht:

- die Unternehmenslandschaft (Selbständige und Unternehmen)
- das wirtschaftliche Volumen (Umsätze) und
- die Beschäftigungslage bzw. Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Dieses Modell umfasst bisher den **Kernbereich** der Kultur- und Kreativwirtschaft, der die Selbständigen und Unternehmen mit einem jährlichen Mindestumsatz von 17.500 Euro sowie die Beschäftigten mit sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverträgen erfasst.

Zusätzlich bietet die vorliegende Analyse zum ersten Mal auch einen Einblick in den sogenannten Minibereich, der bislang noch nicht untersucht werden konnte.

Der **Minibereich** oder die sogenannte kleine Kultur- und Kreativwirtschaft, umfasst diejenigen Selbständigen, die weniger als 17.500 Euro jährlich erzielen. Es werden außerdem die geringfügig Beschäftigten erfasst. Der Minibereich ist speziell für die Kultur- und Kreativwirtschaft von großer Relevanz, Denn hier gibt es viele, die ein riesiges Kapital für die Kultur- und Kreativwirtschaft darstellen, die sich als kulturell-experimentelle Akteure neuen Ideen zuwenden und zahlreiche neue Entwürfe, Konzepte und Modelle ausprobieren. Gegenüber einem etablierten Unternehmen sind sie nämlich in der Lage, freie Ideen zu entwickeln, Entwürfe auszuprobieren, weiterzuentwickeln oder zu verwerfen. Das Verändern ist beim Mini-Selbständigen kein Fehlschlag von Ideen, sondern ein Teil seiner Weiterentwicklung und notwendig für seine Arbeit. Dadurch ist es den Mini-

⁶ Die Steuerbehörden haben immer schon alle Selbständigen und Unternehmer erfasst unabhängig davon, ob sie weniger oder mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielen und ob sie umsatzsteuerpflichtig sind oder nicht. Im Unterschied dazu hat jedoch die amtliche Statistik bis vor kurzem grundsätzlich nur die Steuerpflichtigen mit 17.500 Euro Jahresumsatz in die Wirtschaftsstatistik aufgenommen; diese sogenannte Abschneidegrenze wurde nun in der amtlichen Statistik aufgehoben.

⁷ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014)

Selbständigen möglich, Vielfalt zu produzieren, statt ihre Ideen zu vervielfältigen, wie ein marktwirtschaftlich orientiertes Unternehmen. Aus wirtschaftlicher Perspektive entstehen hier oftmals die Prototypen, die dann Ursprung einer Wertschöpfungskette sind. Deshalb ist die kleine Kultur- und Kreativwirtschaft weniger als ein harter wirtschaftlicher Kern zu sehen, sondern vielmehr als ein Potenzial zu betrachten, das entwickelt werden kann. Daher könnten die Mini-Selbständigen pointiert auch als die nicht finanzierte Forschungsabteilung der Kultur- und Kreativwirtschaft beschrieben werden. Dieses künstlerische Engagement zahlt sich für sie jedoch kaum aus, denn oftmals können sie von ihrer Arbeit nicht leben und müssen ihre Existenz auf andere Weise sichern, durch verschiedene Jobs oder weitere existenzielle Unterstützungen.

Dies ist ein besonderes Strukturmerkmal der Kultur- und Kreativwirtschaft, deshalb gehört – im Gegensatz zu anderen Wirtschaftszweigen – die Untersuchung des Minibereichs zum Gesamtbild der Situation, der Entwicklung und der Potenziale in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Einbeziehung der sogenannten kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft in die Analyse ermöglicht sowohl eine bessere quantitative Erfassung des gesamten Bereichs der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch einen neuen Zugang zur Bedeutung der kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft (Minibereich) als künstlerisch-experimentelles Feld.

Bei der Betrachtung des Minibereichs in Abschnitt 3.3 werden die elf Teilmärkte abweichend zu sechs sogenannten Teilgruppen zusammengefasst.

Zu den sechs Teilgruppen zählen

1. Architektur
2. Buch/Presse
3. Design
4. Werbung
5. Software/Games
6. Sonstige (übrige Wirtschaftszweige)

Summe Kultur- und Kreativwirtschaft nach sechs Teilgruppen

Begründet ist das Teilgruppenmodell in der Datenerhebung, bei der wegen des Datenschutzes zahlreiche Grunddaten für den sogenannten Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft noch nicht ausgewiesen werden können. Dies für das aufwändigere Teilmärktekonzept zu kompensieren, würde den bestehenden Kostenrahmen sprengen. Die statistische Zuordnung nach den sechs Teilgruppen ist in der Anlage ersichtlich.

2 Die wirtschaftliche Bedeutung der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft im Überblick

Der folgende Abschnitt bietet einen komprimierten Überblick über die Lage und Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Stadt Augsburg.

2.1 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft (Kern- und Minibereich)

Abb. 1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg, 2013 – Kern- und Minibereich

	Absolut- angaben Augsburg*	Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft in %		
		Augsburg*	Metropolreg. München*	Bun- des- gebiet
	2013	2013	2013	2013
I. Kernbereich Kultur- und Kreativwirtschaft				
Selbständige und Unternehmen	1.058	10,3%	9,9%	7,6%
Umsatz in Mio. Euro	938,8	4,6%	3,8%	2,4%
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	3.867	2,9%	4,7%	2,7%
Erwerbstätige (Kernbereich)	4.925	3,4%	-	-
II. Minibereich Kultur- und Kreativwirtschaft				
Mini-Selbständige	900	14,5%	11,3%	-
Mini-Umsatz in Mio. Euro	4,6	15,5%	14,6%	-
geringfügig Beschäftigte	1.767	5,4%	4,5%	-
Erwerbstätige (Minibereich)	2.667	6,8%	-	-
I.+II. Kern- u. Minibereich Kultur- und Kreativwirtschaft				
Selbständige und Unternehmen	1.957	11,9%	-	-
Umsatz in Mio. Euro	943	4,6%	-	-
Beschäftigte	5.634	3,4%	-	-
Erwerbstätige (Kern- und Minibereich)	7.592	4,2%	-	-

Hinweis: *einschließlich ÖKB = öffentlicher Kulturbetrieb; dadurch steigen die Beschäftigungszahlen um ca. 4% und 8% an. Kernbereich: Selbständige bzw. Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz. Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte = Voll- und Teilzeit, einschl. ÖKB. Erwerbstätige = Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Kernbereich). Minibereich: Mini-Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz. Geringfügige (Mini-) Beschäftigte = geringfügig entlohnte Beschäftigte ("Mini-Jobs"), einschl. ÖKB = zum öffentlichen/gemeinnützigen Kulturbetrieb zählen z.B. Theater, Bibliothek, Museen, VHS, Musikschule, öfftl.-rechtlicher Rundfunk.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Absolutangaben beziehen sich auf das Wirtschaftsjahr 2013, da die entsprechenden Daten für das Wirtschaftsjahr 2014 von der amtlichen Statistik erst zum Frühjahr 2016 zur Verfügung gestellt werden können⁸.

⁸ Dieser verspätete Erfassungszeitraum von 2 Jahren gilt für vor allem für die Wirtschaftsbereiche des Dienstleistungssektors, zu dem die Kultur- und Kreativwirtschaft zählt. Im Gegensatz dazu werden für den Produktionssektor i.d.R. aktuelle Wirtschaftsdaten mit einem 6-monatigen Verzug von der amtlichen Statistik vorgelegt. Diese unterschiedlichen Zeiträume spiegeln die derzeitige Wertschätzung der beiden Sektoren wider.

Der Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft

Im Folgenden wird der **Kernbereich** der Kultur- und Kreativwirtschaft vorgestellt, der die selbständigen Unternehmen ab 17.500 Euro Jahresumsatz umfasst und die abhängig Beschäftigten mit sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverträgen. Der Begriff der Erwerbstätigkeit entspricht der Summe der Selbständigen und der abhängig Beschäftigten in diesem Kernbereich.

Im Jahr 2013 sind in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft rund 1.060 **Selbständige und Unternehmen** tätig. Das entspricht einem Anteil von 10,3 Prozent der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft. Im Vergleich zur Metropolregion München, deren Anteil 9,9 Prozent beträgt, erreicht die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft einen höheren Anteilswert. Damit zählt Augsburg nicht nur innerhalb der Metropolregion München, sondern auch bundesweit (7,6 Prozent) zu den stärksten urbanen Standorten der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der **Gesamtumsatz** der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt bei rund 940 Millionen Euro und belegt damit einen Anteil von 4,6 Prozent an der Gesamtwirtschaft. Im Vergleich zum Umsatzanteil der Metropolregion München mit 3,8 Prozent erreicht die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft wiederum einen deutlich höheren Anteilswert. Im Vergleich zur bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft, die einen Anteilswert von 2,4 Prozent hat, ist der Augsburger Wert nahezu doppelt so hoch. Auch wenn die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft größtenteils kleinteilig strukturiert ist, weist sie im Buchmarkt ein überregional agierendes Unternehmen aus, das einen überdurchschnittlichen Umsatz erwirtschaftet.

Rund 3.900 und damit 2,9 Prozent aller **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Im Vergleich zur Metropolregion München mit 4,7 Prozent ist der Augsburger Beschäftigungsmarkt deutlich kleinbetrieblicher, hier sind eher vertriebsbezogene Unternehmen ansässig, während im Münchener Raum eher die produktionsbezogenen Unternehmen zu finden sind. Im Bundesvergleich mit 2,7 Prozent liegt Augsburg allerdings leicht über dem Durchschnitt. Zusammen mit den rund 1.060 Selbständigen können im Jahr 2013 mehr als 4.900 Erwerbstätige in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft registriert werden. Es ist darauf hinzuweisen, dass die Angaben zur Beschäftigung/Erwerbstätigkeit in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft auch die Angestellten und Arbeiter in öffentlichen Kulturbetrieben umfassen.

Der Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft

Der **Minibereich** der Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst die Selbständigen bis 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Beschäftigten mit geringfügiger Tätigkeit (Minijobs). Der Begriff der Erwerbstätigkeit entspricht der Summe der Selbständigen und der Beschäftigten in diesem Minibereich. Den Minibereich bezeichnen wir auch als kleine Kultur- und Kreativwirtschaft.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg sind im Jahr 2013 rund 900 Mini-Selbständige aktiv. Sie erzielen ein Umsatzvolumen von rund 4,6 Millionen Euro. Im Minibereich sind knapp 1.800 geringfügig Beschäftigte tätig. Zusammen erreichen die Erwerbstätigen (Mini-Selbständige und Mini-Beschäftigte) eine Größenordnung von rund 2.700 in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft.

Ein Blick auf die jeweiligen Anteilswerte der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft macht deutlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb des Minibereichs der Gesamtwirtschaft einen herausragenden Platz einnimmt. Rund 14,5 Prozent der Selbständigen, rund 15,5 Prozent des Umsatzes und rund 5,4 Prozent der Mini-Beschäftigten können der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet werden. Alle Werte der Augsburger Mini-Kulturwirtschaft liegen über denen der Metropolregion München mit einem Unternehmensanteil von 11,3 Prozent, einem Umsatzanteil von 14,6 Prozent und einem Beschäftigungsanteil von 4,5 Prozent. Diese Kennzahlen zeigen, dass die Augsburger Mini-Kultur- und Kreativwirtschaft stärker ausgeprägt ist, als die der Metropolregion München. Betrachtet man diesen Bereich als Indikator für das Potenzial, verfügt Augsburg über einen ausbaufähigen Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der Kern- und Minibereich der Kultur- und Kreativwirtschaft

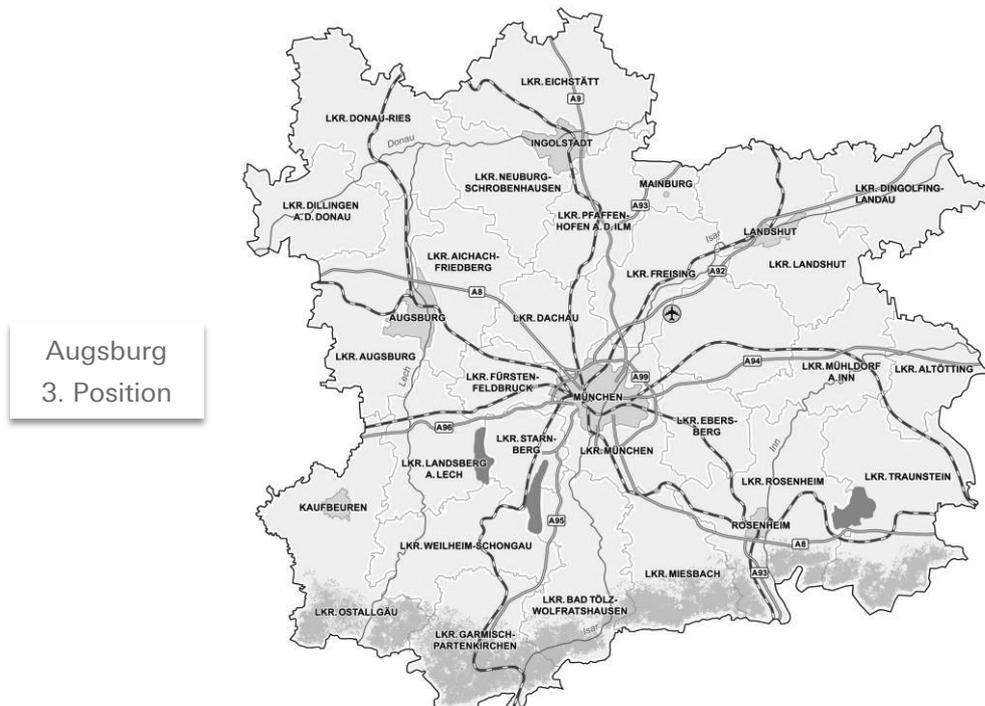
Im **Kern- und Minibereich** zusammen ergeben sich folgende Eckdaten für das Jahr 2013: Die knapp 2.000 Selbständigen und Unternehmen erreichen einen Gesamtumsatz von etwas mehr als 940 Millionen Euro und können damit über 5.600 abhängig Beschäftigte finanzieren. Insgesamt gibt es in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft demnach rund 7.600 Erwerbstätige. Damit arbeiten deutlich mehr Menschen in der Kultur- und Kreativwirtschaft Augsburgs, als im gesamten Augsburger Baugewerbe, das rund 6.000 Erwerbstätige⁹ im Jahr 2013 zählt.

⁹ Destatis (2015). Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Reihe 2 Kreisergebnisse, Band 1

2.2 Position der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Metropolregion München

In diesem Abschnitt wird die Stellung der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Metropolregion München analysiert.

Abb. 2: Position der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg in der Metropolregion München 2013 – Kernbereich



Die Metropolregion München zählt innerhalb der bundesweiten Kultur- und Kreativwirtschaft zu den stärksten Regionen. Das liegt zum einen an der überdurchschnittlichen Konzentration in der Landeshauptstadt München, zum anderen ist dies begründet in den starken Städten und Kreisen innerhalb der gesamten Metropolregion München, die alleine die Hälfte der Substanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion München ausmachen. Eine der führenden urbanen Kerne ist die Stadt Augsburg, dies soll mit einer Standardkennzahl belegt werden. Ein Standardmaß für die Bewertung von Konzentrationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Anteilswert der Kultur- und Kreativwirtschaft an der jeweiligen Gesamtwirtschaft. Die Metropolregion München liegt mit einem Anteilswert von 9,9 Prozent deutlich über dem Bundeswert von 7,6 Prozent¹⁰. Die Stadt Augsburg erreicht einen Anteilswert von 10,3 Prozent und liegt damit sowohl über dem Wert der Metropolregion München, als auch dem Bundeswert. Sowohl aus regionaler, wie aus bundesweiter Perspektive kann die Stadt Augsburg als ein Hotspot der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet werden.

¹⁰ Das entspricht einem Lokalisationsquotienten von > 1 im Bundesvergleich

Abb. 3: Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg im Vergleich mit der Metropolregion München und mit anderen Regionen, 2013 – Kernbereich

Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft	Stadt Augsburg* 2013	Metropolregion München 2013	Bezirk Schwaben 2012	Bayern 2012	Deutschland 2013
Umsatz je Unternehmen in Tsd. Euro	887	738	474	654	581
Umsatz je sozialversicherungspflichtig Beschäftigter in Tsd. Euro	243	232	-	-	181
Umsatz je Erwerbstätiger in Tsd. Euro	191	176	116	150	138
Beschäftigte je Unternehmen	3,7	3,2	-	-	3,2
Erwerbstätige je Unternehmen	4,7	4,1	-	-	4,2

Hinweis: *einschließlich Beschäftigte öffentlicher Kulturbetriebe. Angaben zu Bezirk Schwaben und Bayern entnommen der Studie Prognos (2015).

Quellen: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Sämtliche Kennzahlen für die Stadt Augsburg liegen über denen der ausgewiesenen Vergleichsregionen. Damit wird erkennbar, dass die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft eine stabile Ausprägung hat. Im Durchschnitt erzielt ein Augsburger Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft ein Umsatzvolumen von 887.000 Euro und liegt damit vor der Metropolregion München mit einem Durchschnittswert von 738.000 Euro. Die vergleichbaren Durchschnittswerte von Bayern mit 654.000 Euro und bundesweit mit 581.000 Euro liegen deutlich darunter. Die weiteren Kennzahlen, Umsatz je sozialversicherungspflichtig Beschäftigtem und Umsatz je Erwerbstätigem, zeigen ebenfalls eine Spitzenstellung der Stadt Augsburg im Regionenvergleich an. Für eine sachgerechte Interpretation dieser Kennzahlen sei wiederum darauf hingewiesen, dass durch ein überregional agierendes Unternehmen, das in der Stadt Augsburg ansässig ist, die Umsatzwerte stark überzeichnet sind. Allerdings machen die beiden Werte Beschäftigte je Unternehmen und Erwerbstätige je Unternehmen deutlich, dass die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft auch ohne dieses Buchmarktunternehmen überdurchschnittliche Kennzahlen aufweist. Denn dieses Unternehmen verfügt zwar über einen weit überdurchschnittlichen Vertriebsumsatz, hat aber vergleichsweise wenig Beschäftigte. In Augsburg beschäftigt ein Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Durchschnitt 3,7 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, in der Metropolregion München sind es 3,2 ebenso wie im Bundesdurchschnitt (3,2). Zur Ergänzung seien die Kennzah-

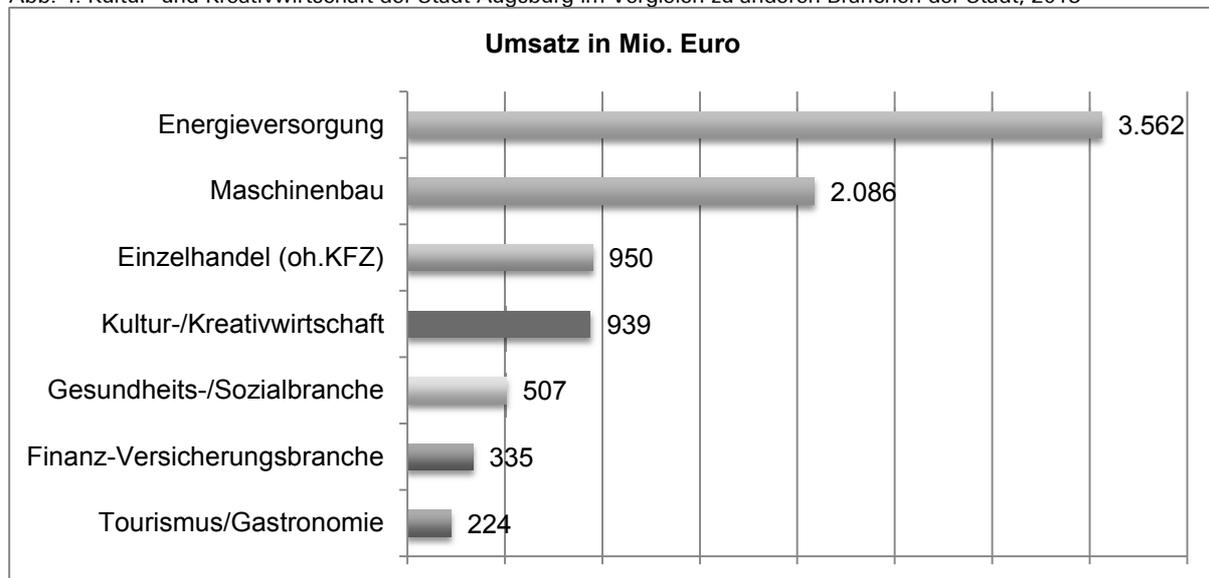
len zu den Erwerbstätigen je Unternehmen genannt: Im Durchschnitt sind 4,7 Erwerbstätige in einem Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaftsunternehmen tätig. Hier sei noch einmal darauf hingewiesen, dass diese Kennzahl neben den abhängig Beschäftigten auch die Selbständigen und Inhaber in einem Unternehmen umfasst.

Eingangs wurde in diesem Abschnitt bereits darauf hingewiesen, dass Augsburg als Hotspot der Kultur- und Kreativwirtschaft bezeichnet werden kann. Dies kann durch die vorliegenden weiteren Kennzahlen zu Umsatz und Beschäftigung erhärtet werden. Sie machen deutlich, dass die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft zu den starken Standorten sowohl regional innerhalb der Metropolregion München als auch überregional gehört. Die Stadt Augsburg wird allerdings zukünftig diverse Anstrengungen unternehmen müssen, wie z. B. gewerblich starke Unternehmen zu unterstützen und weitere Freiberufler anzusiedeln, um die Spitzenwerte in der Kultur- und Kreativwirtschaft halten zu können.

2.3 Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich mit anderen Wirtschaftsbranchen

Um die Kultur- und Kreativwirtschaft entsprechend ihrer Bedeutung bewerten zu können, folgt an dieser Stelle ein wirtschaftlicher Vergleich mit etablierten Wirtschaftsbranchen in der Stadt Augsburg.

Abb. 4: Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg im Vergleich zu anderen Branchen der Stadt, 2013



Hinweise: Energieversorgung (WZ-Nr. 35), Maschinenbau (WZ-Nr. 28), Einzelhandel (WZ-Nr. 47, ohne KFZ-Handel), Gesundheits-/Sozialbranche (WZ-Nr. Q: Krankenhäuser, Arztpraxen, Massage/Gymnastik, Alten-Pflegeheime, Ambulante Dienste usw.), Finanz-Versicherungsbranche (WZ-Nr. K: Banken usw.), Tourismus/Gastronomie (WZ-Nr. 55/56), Kultur- und Kreativwirtschaft (Kernbereich).

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Vor der Beschreibung der dargestellten Branchen sei darauf verwiesen, dass die angegebenen Daten auf Basis der amtlichen Umsatzsteuerstatistik erhoben wurden, um eine Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Wirtschaftsbranchen zu erreichen.

Auf den ersten Blick ist es kaum überraschend, dass die Energieversorgung und der Maschinenbau jährliche Gesamtumsätze erzielen, die das Zwei- bis Dreifache der Kultur- und Kreativwirtschaft erreichen. Die Energiewirtschaft kann im Jahr 2013 rund 3,6 Milliarden Euro erwirtschaften, der Maschinenbau rund 2,1 Milliarden und die Kultur- und Kreativwirtschaft etwas weniger als eine Milliarde. In den großbetrieblichen Branchen Energieversorgung und Maschinenbau erzielt ein einziges Unternehmen im rechnerischen Durchschnitt zwischen 41 und 45 Millionen Euro im Jahr 2013.

Auf den zweiten Blick verblüfft allerdings, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft auf Augenhöhe mit dem Einzelhandel liegt. Der gesamte Einzelhandel der Stadt Augsburg erreicht etwa das gleiche Umsatzvolumen, wie die Kultur- und Kreativwirtschaft. Und der Einzelhandel erstreckt sich hier vom Lebensmitteldiscounter, über Tankstellen, Baumärkte und Juwelierläden und vielem mehr bis hin zur örtlichen Apotheke. Beide Branchen

sind miteinander verwandt, denn auch der Einzelhandel ist überwiegend kleinbetrieblich strukturiert, was an dem Umsatzdurchschnitt eines Einzelhandelsunternehmens erkennbar wird: Ein Augsburger Einzelhändler erzielte im Jahr 2013 durchschnittlich 845.000 Euro Umsatz je Unternehmen, der vergleichbare Wert der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt im gleichen Jahr bei 887.000 Euro je Unternehmen.

Auf den dritten Blick überrascht zusätzlich, dass sowohl die gesamte Gesundheits-/Sozialbranche, als auch die Finanz-/Versicherungsbranche und ebenfalls die Tourismusbranche einschließlich Gastronomie deutlich weniger Umsatz erzielen, als die Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Gesundheits-/Sozialbranche kommt mit rund 500 Millionen auf etwas mehr als die Hälfte des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft, die beiden weiteren Branchen Finanz-/Versicherungsbranche und Tourismusbranche einschließlich Gastronomie erreichen lediglich ein Drittel bzw. ein Viertel des Volumens der Kultur- und Kreativwirtschaft. Und bei der Erfassung der Gesundheits-/Sozialbranche sind immerhin sämtliche Krankenhäuser, Arztpraxen, Massage- und Physiotherapieeinrichtungen, Alten- und Pflegeheime, ambulante Dienste und Ähnliches berücksichtigt.

Dieser strukturellen Vielfalt, die aus der Gesundheitswirtschaft bekannt ist, begegnet man ebenfalls in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Abschließend bleibt die überraschende Erkenntnis aus den Daten festzuhalten, dass die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer wirtschaftlichen Stärke mit dem gesamten Einzelhandel der Stadt mithalten kann.

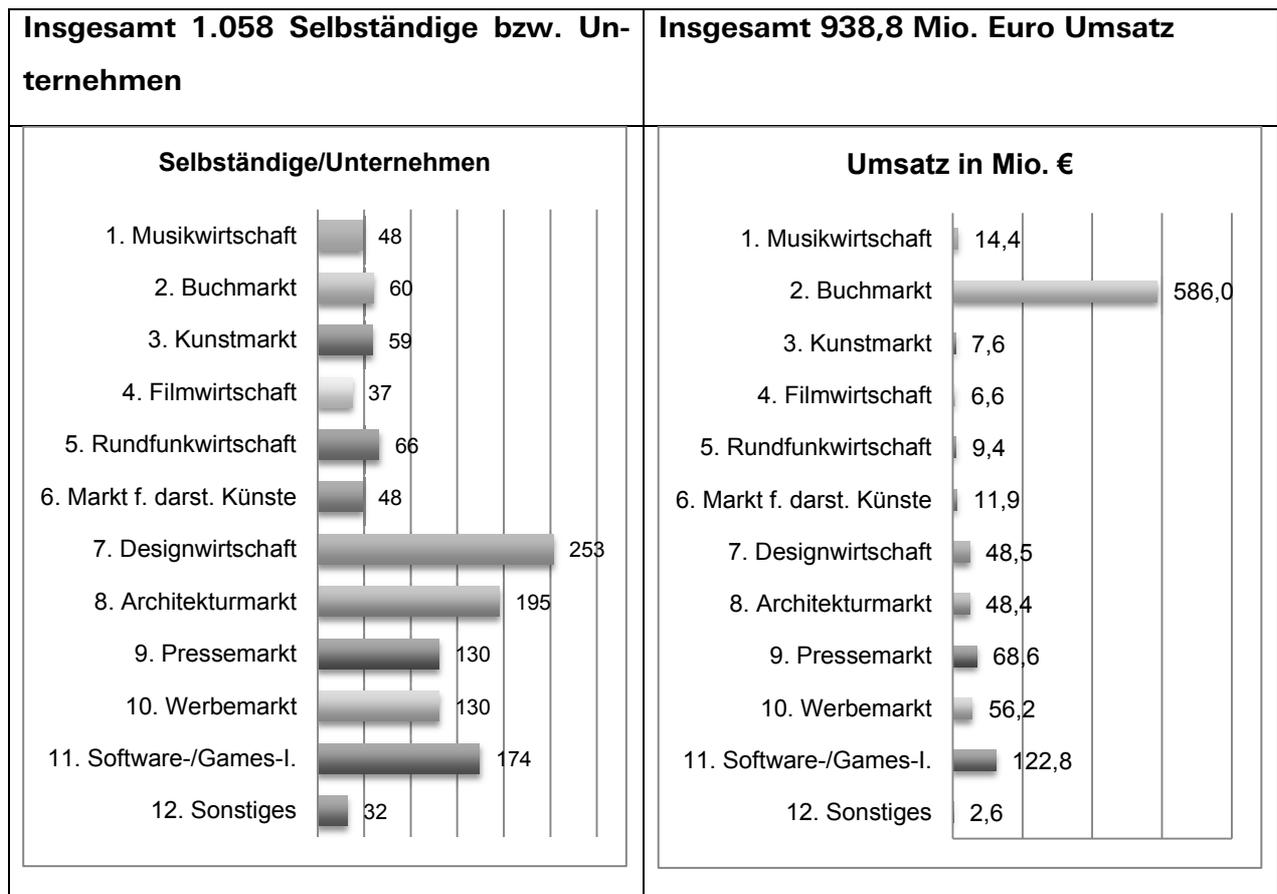
3 Branchenschwerpunkte der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft

3.1 Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Im folgenden Abschnitt werden die Branchenschwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft nach den elf Teilmärkten (plus Sonstiges) dargestellt.

Selbständige/Unternehmen und Umsätze der elf Teilmärkte

Abb. 5: Selbständige/Unternehmen und Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg nach Teilmärkten, 2013 – Kernbereich



Hinweise: Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In der Abbildung zu den **Selbständigen/Unternehmen** ist deutlich zu erkennen, dass die mehr kulturellen Teilmärkte, wie die Musikwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt, die Filmwirtschaft, die Rundfunkwirtschaft und der Markt für darstellende Künste mit Absolutwerten von 37 bis 66 Selbständigen/Unternehmen zu den kleineren Teilmärkten zählen.

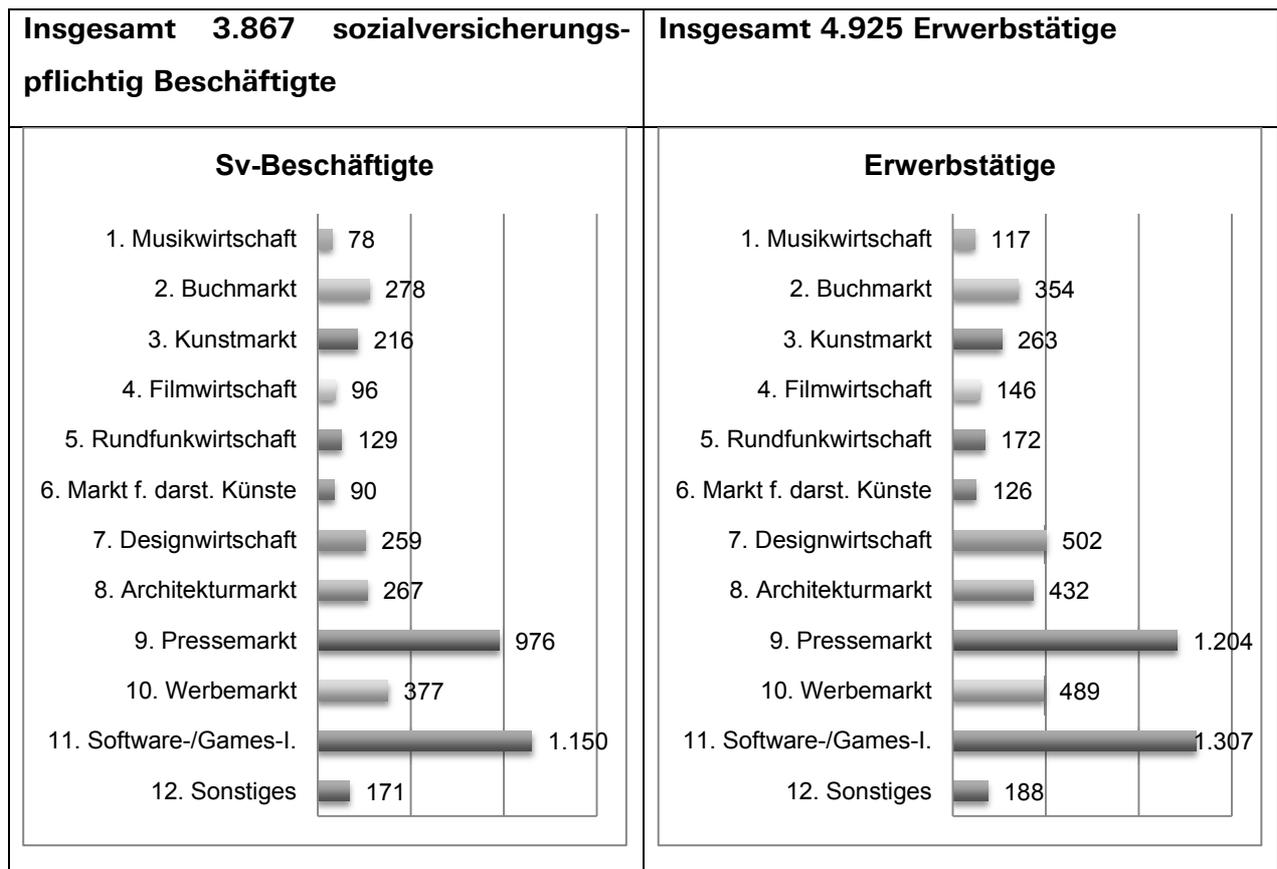
Zu den größeren, mehr kreativ ausgerichteten Teilmärkten gehören die Designwirtschaft, der Architekturmarkt, der Pressemarkt, der Werbemarkt und die Software-/Games-Industrie. Die selbständigen Designer und Designstudios stellen mit 253 die größte Gruppe, gefolgt von den Architekten mit 195 Büros und der Software-/Games-Industrie

mit 174 Selbständige/Unternehmen. Im Pressemarkt bzw. im Werbemarkt sind jeweils 130 Selbständige/Unternehmen tätig.

In der zweiten Grafik, der Darstellung des **Umsatzes** wird überdeutlich, dass der Anteil des Buchmarktes am Umsatz sämtliche anderen Teilmärkte um ein Vielfaches überragt. Wie bereits mehrfach erwähnt ist hier ein bundesweit tätiges Unternehmen aktiv, das seinen Sitz in steuerrechtlicher Hinsicht in Augsburg hat. Abgesehen davon wird deutlich, dass auch beim Umsatz die eher kulturellen Teilmärkte von der Musikwirtschaft bis zum Markt für darstellende Künste zu den kleineren Teilmärkten zählen und die mehr kreativen Teilmärkte von der Designwirtschaft bis zur Software-/Games-Industrie auch in wirtschaftlicher Hinsicht die stärkeren sind. Die Software-/Games-Industrie nimmt mit mehr als dem Doppelten an Umsatzvolumen eine Sonderstellung ein und entspricht damit der Potenz, die auch in anderen Regionen beobachtet werden kann.

Beschäftigung und Erwerbstätigkeit der elf Teilmärkte

Abb. 6: Beschäftigung und Erwerbstätigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg nach Teilmärkten, 2013 – Kernbereich



Hinweis: Sv = Sozialversicherungspflichtig. Zu den Sv-Beschäftigten zählen die Arbeitnehmer, Arbeiter und Auszubildenden, sie bilden die Gruppe der abhängig Beschäftigten. Zu den Erwerbstätigen zählen alle Erwerbsformen von den Selbständigen bis zu den abhängig Beschäftigten, die abhängig Beschäftigten bilden somit eine Teilmenge innerhalb der Erwerbstätigkeit. Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Beim Blick auf die sozialversicherungspflichtige **Beschäftigung** wird deutlich, dass die Software-/Games-Industrie der mit Abstand größte Beschäftigungsmarkt ist, der mit 1.150 Beschäftigten bereits knapp ein Drittel an sich bindet. Relativ dicht auf folgt der Pressemarkt mit 976 Beschäftigten. In vergleichbaren Größenordnungen bewegen sich der Buchmarkt, der Kunstmarkt, die Designwirtschaft und der Werbemarkt. Das Trennungsmuster der eher kulturell bzw. kreativ orientierten Teilmärkte wird hier durchbrochen. Die relative Stärke der Teilmärkte bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten deutet darauf hin, dass es zahlreiche wirtschaftsstarke Unternehmen geben muss, denn sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze sind immerhin die kostenintensivsten.

Das Profil der **Erwerbstätigkeit** ist in den Rangfolgen ähnlich wie bei der Beschäftigung. Allerdings lässt sich in Folge der Selbständigkeit/Unternehmen hier wiederum das Muster erkennen, nach dem die mehr kreativ orientierten Teilmärkte stärker sind, als die eher kulturell orientierten.

Um die Entwicklungschancen der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt aufzeigen zu können, werden die fünf stärkeren eher kreativen Teilmärkte von der Designwirtschaft bis zur Software-/Games-Industrie einschließlich des Buchmarktes im folgenden Kapitel in ihren Entwicklungsverläufen dargestellt. Anschließend wird des Überblicks halber die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg im Vergleich zur Entwicklung der Metropolregion München dargestellt und kommentiert.

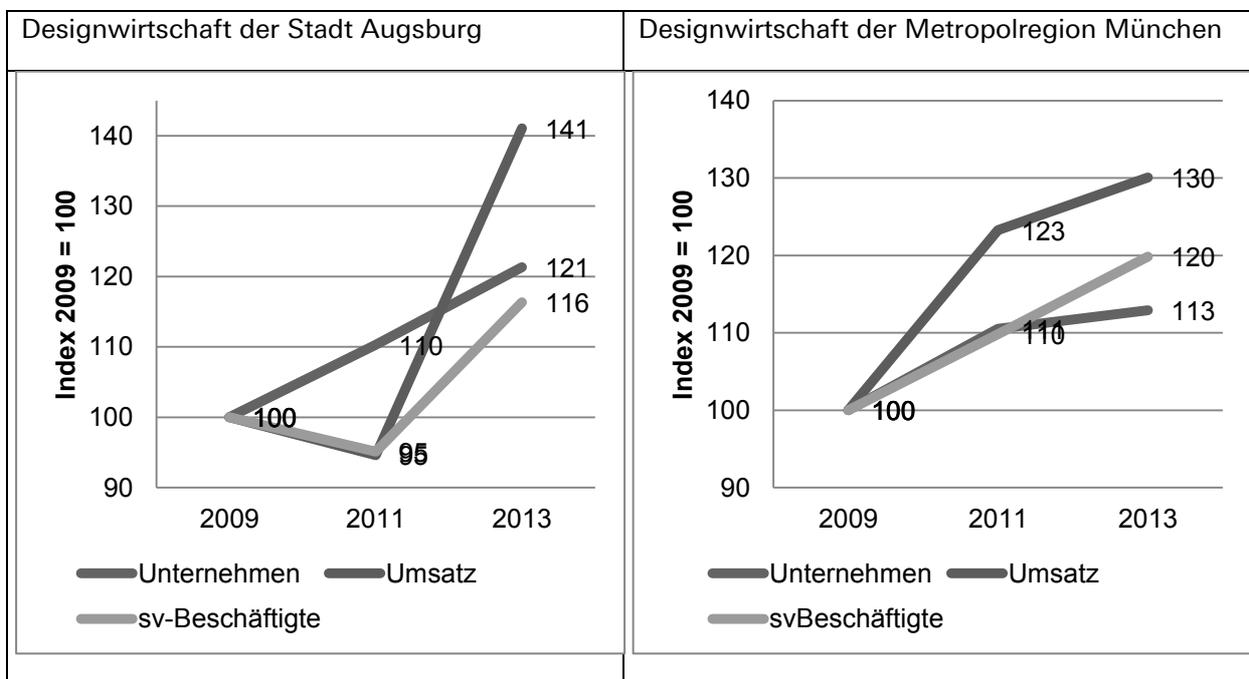
3.2 Entwicklung ausgewählter Teilmärkte im Vergleich (Kernbereich)

3.2.1 Designwirtschaft

Im Jahr 2013 existieren im Kernbereich der Designwirtschaft 253 Unternehmen, die einen Umsatz von 48,5 Millionen Euro erwirtschaften. Zusammen mit den 249 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten arbeiten insgesamt 502 Erwerbstätige in der Designwirtschaft. Gemessen an der Zahl der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht die Designwirtschaft einen Anteil von 21 Prozent.

Im Durchschnitt erzielt ein Designbüro 192.000 Euro Umsatz jährlich. Es kann damit durchschnittlich 2 Erwerbstätige finanzieren.

Abb. 7: Entwicklung der Augsburger Designwirtschaft im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Der Entwicklungsvergleich von Augsburg mit der Metropolregion München zeigt überraschende Ergebnisse. Die Unternehmensentwicklung in der Augsburger Designwirtschaft verläuft kontinuierlich positiv und erreicht zum Ende des Vergleichszeitraumes ein Plus von 21 Prozent. Sie ist deutlich stärker ausgeprägt als die Entwicklungslinie der Metropolregion München, die im gleichen Zeitraum 13 Prozent Zuwachs schafft. Die Umsatzentwicklung in Augsburg verläuft zunächst konträr und hat bis zum Jahr 2011 einen Rückgang zu verzeichnen, während die Metropolregion bereits in diesem Zeitraum ein Umsatzplus verbuchen kann. Bis zum Jahr 2013 steigt die Verlaufskurve dann jedoch rapide an bis zum abschließenden Plus von 41 Prozent. Damit liegt Augsburg vor der Metropolregion München, die in der Designwirtschaft mit einem Plus von 30 Prozent deutlich dahinter liegt. Die Entwicklungslinie der Beschäftigung zeigt ähnliche Schwan-

kungen im Verlauf. Dies lässt darauf schließen, dass einzelne wirtschaftlich starke Designagenturen in Augsburg zunächst von Auftragseinbrüchen betroffen sind, die Umsatzrückgang und Entlassungen von Beschäftigten zur Folge haben, bis die Auftragslage den gegenteiligen Verlauf erlaubt.

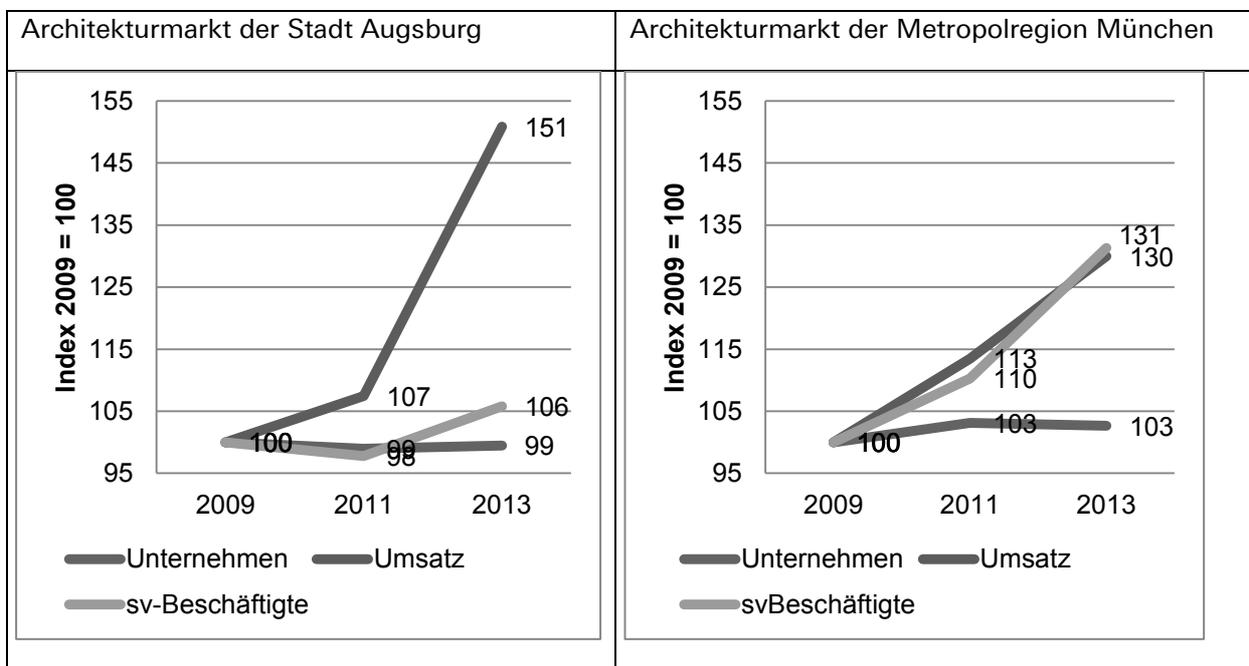
Das Gesamtbild in der Metropolregion München stellt sich gänzlich anders dar. Ein kontinuierlicher Zuwachs beim Umsatz von 30 Prozent, bei der Beschäftigung von 20 Prozent und ein relativ kontinuierlicher Zuwachs von 13 Prozent bei den Designbüros ergeben ein überdurchschnittlich positives Gesamtbild der Teilgruppe Design in der Metropolregion München.

3.2.2 Architekturmarkt

Im Jahr 2013 existieren im Kernbereich des Architekturmarktes 195 Architekturbüros, die einen Umsatz von 48,4 Millionen Euro erwirtschaften. Die Architekturbüros beschäftigen insgesamt 237 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Zusammen mit den Selbständigen sind damit 432 Erwerbstätige im Augsburger Architekturmarkt tätig.

Im Durchschnitt erzielt ein Architekturbüro 248.000 Euro Umsatz jährlich und kann damit durchschnittlich 2,2 Erwerbstätige finanzieren.

Abb. 8: Entwicklung des Augsburger Architekturmarkts im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

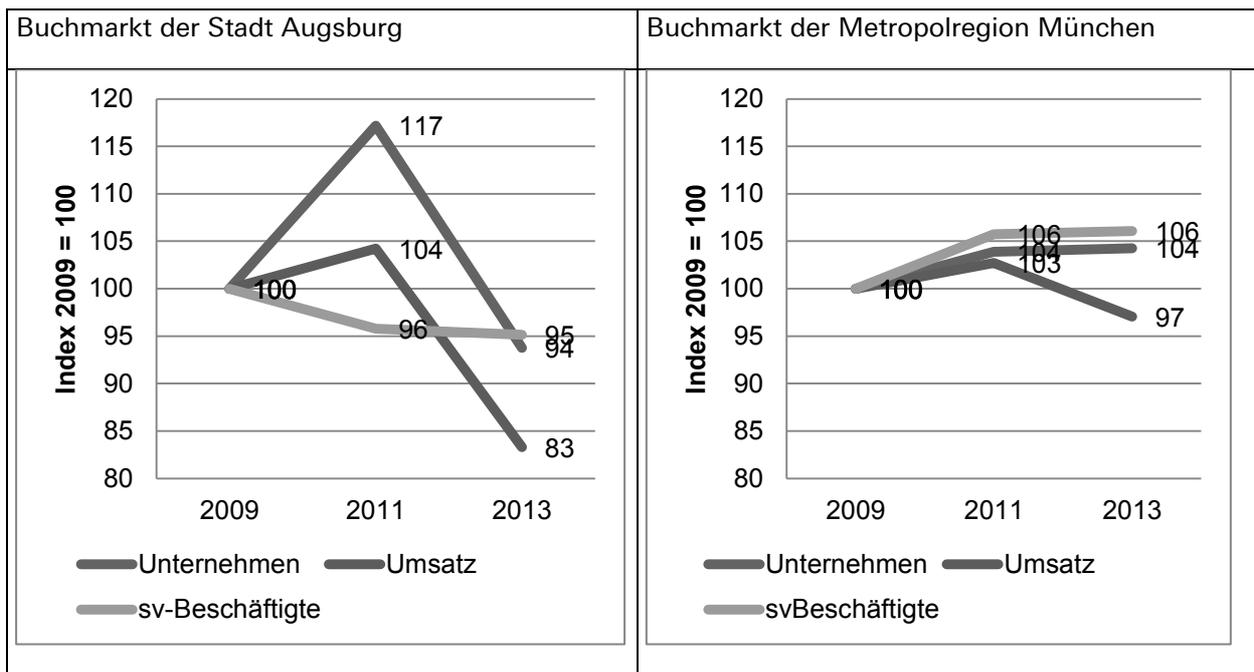
Die Unternehmensentwicklung des Augsburger Architekturmarktes zeigt einen stagnierenden Verlauf, im Vergleichszeitraum ist ein Minus von 1 Prozent zu verzeichnen. Die Metropolregion München kann im Vergleichszeitraum immerhin ein kleines Wachstum von 3 Prozent verbuchen. Ein überdurchschnittlich starker Zuwachs ist bei der Umsatz-

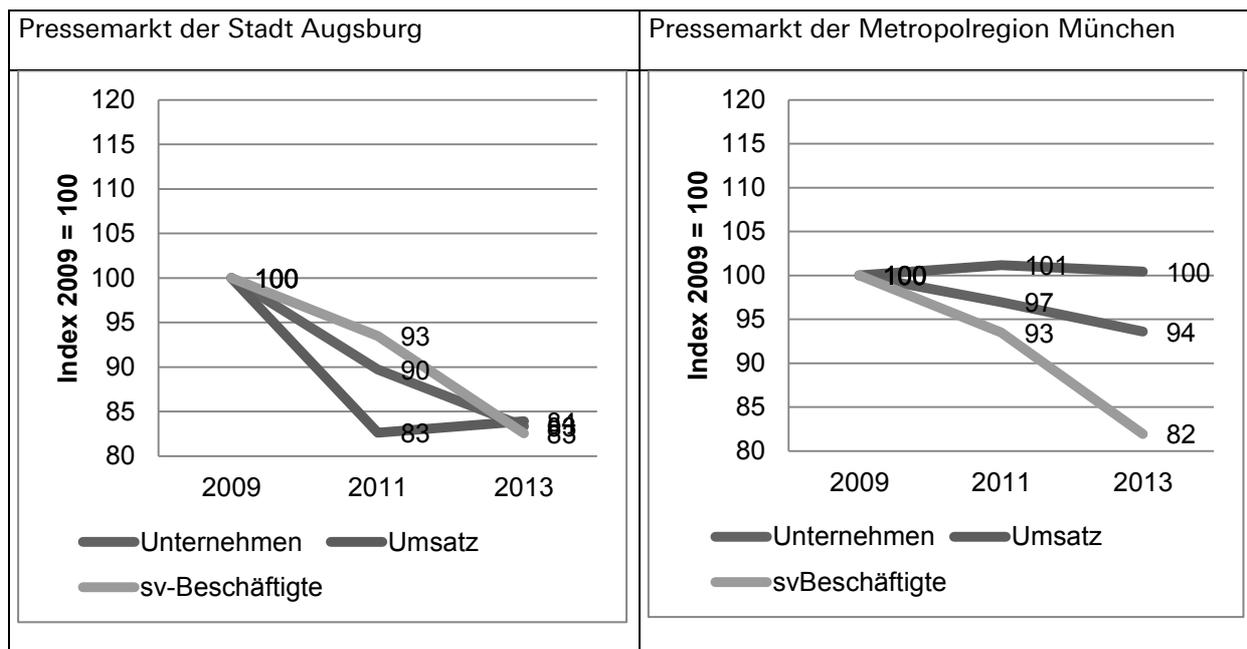
entwicklung des Augsburger Architekturmarktes zu erkennen. Nach einem moderaten Plus von 7 Prozent bis zum Jahr 2011 steigt die Entwicklung des Umsatzes auf ein Plus von 51 Prozent zum Ende des Vergleichszeitraumes. Die Metropolregion München erreicht zwar auch ein Plus von 30 Prozent im Vergleichszeitraum, kann aber mit der rasanten Entwicklung in Augsburg nicht mithalten. Zu vermuten ist allerdings, dass einzelne besonders wirtschaftsstarke Architekturbüros in Augsburg den enormen Anstieg verursacht haben, denn die Beschäftigungsentwicklung im Augsburger Architekturmarkt kann bei weitem nicht mithalten. Sie erreicht nach einem zwischenzeitlichen Rückgang ein moderates Umsatzplus von 6 Prozent zum Ende des Vergleichszeitraumes. In der Metropolregion München steigt die Beschäftigungskurve hingegen kontinuierlich parallel zur Umsatzkurve an, was darauf hindeutet, dass die wirtschaftliche Prosperität auf wesentlich mehr Architekturbüros verteilt ist.

3.2.3 Buch-/Pressemarkt

Im Jahr 2013 existieren im Kernbereich des Buch/Pressemarktes der Stadt Augsburg 60 Unternehmen im Buchmarkt, die zusammen einen Umsatz von 586 Millionen Euro erwirtschaften. Die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegen bei 294 Personen, insgesamt sind 354 Erwerbstätige im Buchmarkt tätig. Im rechnerischen Durchschnitt werden 9,8 Millionen Euro an jährlichem Umsatz erwirtschaftet, der allerdings durch das mehrfach erwähnte Buchunternehmen stark überzeichnet ist. Durchschnittlich sind 5,9 Personen je Unternehmen erwerbstätig. Der korrespondierende Pressemarkt weist folgende Eckdaten auf: Die 130 Presseunternehmen erzielen ein Umsatzvolumen von 68,6 Millionen Euro und können damit 1.074 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte finanzieren. Insgesamt gibt es 1.204 Erwerbstätige im Pressemarkt. Im Durchschnitt erzielt ein Presseunternehmen 527.000 Euro Jahresumsatz, die Zahl der Erwerbstätigen je Unternehmen liegt bei durchschnittlich 9,3.

Abb. 9: Entwicklung der Augsburger Teilmärkte Buch und Presse im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich





Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Entwicklung im Augsburger Buchmarkt verläuft zunächst ab dem Jahr 2009 überwiegend positiv, insbesondere die Zahl der Unternehmen steigt bis zum Jahr 2011 auf ein erstaunliches Plus von 17 Prozent. In den Folgejahren kehrt sich dieser Trend jedoch um und alle Entwicklungsverläufe enden im Vergleichszeitraum bis zum Jahr 2013 im Minus. Beim Umsatzverlauf ist zunächst ein ähnlicher Trend zu beobachten wie beim Entwicklungsverlauf der Unternehmensanzahl, allerdings stürzt er bis zum Jahr 2013 auf ein Minus von 17 Prozent ab. Die Beschäftigungsentwicklung zeigt einen konträren Verlauf zu den anderen beiden Entwicklungen: Sie verläuft von Beginn an negativ, während Unternehmensanzahl und Umsatz teils enorm positiv verlaufen und sie stagniert nahezu, während die beiden anderen Entwicklungen z. T. dramatisch abstürzen. Der Augsburger Schrumpfungsprozess ist so erheblich, dass dadurch auch der Entwicklungsverlauf der gesamten Metropolregion München beeinflusst wird. Bis auf den Umsatz verläuft die Entwicklung des Buchmarktes dort wesentlich ruhiger und fast konträr zum Buchmarkt der Stadt Augsburg.

Der Pressemarkt in Augsburg verläuft insgesamt und nahezu kontinuierlich in negativer Richtung. Die Unternehmensentwicklung, die Umsatzentwicklung und die Beschäftigungsentwicklung sind im gesamten Vergleichszeitraum um jeweils mehr als 15 Prozent zurückgegangen. In der Metropolregion München verlaufen die Kurven weniger dramatisch. Bis auf die Beschäftigungsentwicklung, die mit einem Minus von 18 Prozent ähnlich verläuft wie in Augsburg, sind die beiden anderen Entwicklungsverläufe vergleichsweise moderat. Das ist insgesamt als Erfolg zu werten, weil Presse- und Buchmarkt zu den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft gehören, die in den vergangenen Jah-

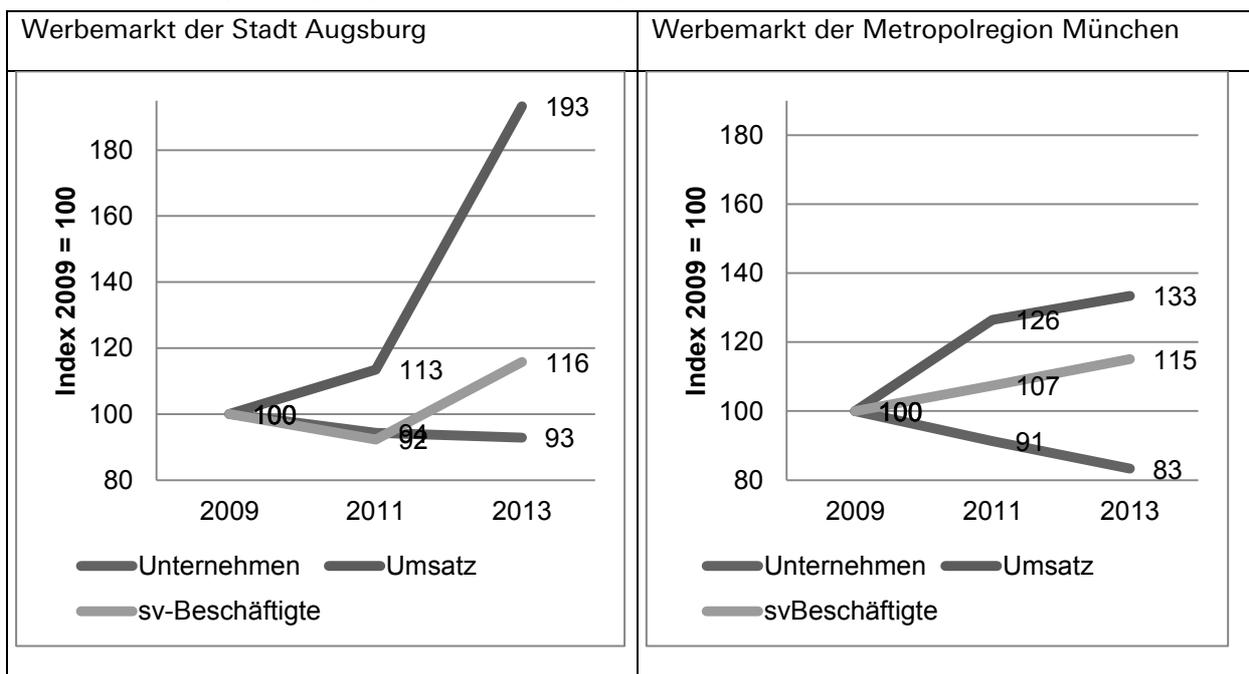
ren in besonderer Weise von starken strukturellen Veränderungen betroffen waren. Das gilt vor allem auch für die beiden Augsburger Teilmärkte.

3.2.4 Werbemarkt

Im Jahr 2013 existieren im Kernbereich des Werbemarktes 130 Unternehmen, die einen Umsatz von 56,2 Millionen Euro erwirtschaften. Zusammen mit 359 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gibt es insgesamt 489 Erwerbstätige im Werbemarkt.

Im Durchschnitt erzielt eine Werbeagentur 432.000 Euro Umsatz jährlich. Die Zahl der Erwerbstätigen liegt bei durchschnittlich 3,8 Personen.

Abb. 10: Entwicklung des Augsburger Werbemarkts im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige
 Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die Anzahl der Werbeagenturen geht kontinuierlich zurück und ist im Vergleichszeitraum um 7 Prozent geschrumpft. Die gleiche Tendenz ist in der Metropolregion München zu beobachten, jedoch wesentlich dramatischer, dort beträgt das Minus 17 Prozent. Bei der Umsatzentwicklung zeigt sich im Augsburger Werbemarkt ein gegenläufiges Bild zur Unternehmensentwicklung. Schon in den Jahren 2009 bis 2011 wird ein Umsatzplus von 13 Prozent erreicht. Danach ist eine enorme Steigerung zu beobachten, die mit einem Plus von 93 Prozent fast eine Verdoppelung des Umsatzes am Ende des Vergleichszeitraumes erreicht. In der Metropolregion München ist zwar auch ein durchaus positiver Verlauf erkennbar, der mit 33 Prozent im Vergleichszeitraum jedoch nicht annähernd an das Ergebnis von Augsburg heranreicht. Die Beschäftigung hat nach einem Rückgang zu Beginn des Vergleichszeitraums anschließend bis zum Ende zugelegt und ein Plus von 16 Prozent erreicht. Die Metropolregion München liegt nach einer kontinuierlich positiv

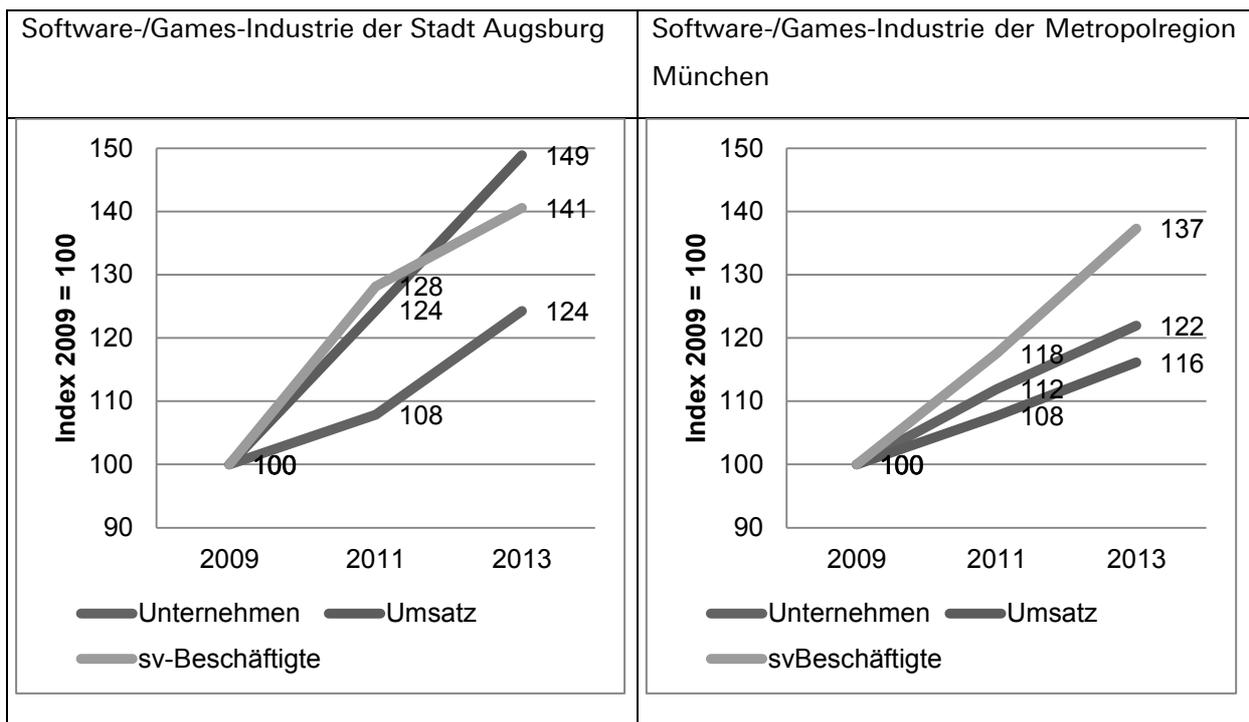
verlaufenden Beschäftigungsentwicklung im Werbemarkt am Ende des Vergleichszeitraumes bei einem Plus von 15 Prozent.

Bei einem Rückgang der Unternehmen von 7 Prozent im Vergleichszeitraum liegt die Vermutung nahe, dass einzelne Werbeagenturen für das enorme Umsatzplus verantwortlich sind, während ein nicht geringer Anteil von Werbeagenturen im gleichen Zeitraum am Markt nicht bestehen konnte.

3.2.5 Software-/Games-Industrie

Im Jahr 2013 verfügt die Software-/Games-Industrie in Augsburg über 174 Unternehmen, die einen Umsatz von 122,8 Millionen Euro jährlich erzielen. Damit können 1.133 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze finanziert werden. Insgesamt sind damit 1.307 Erwerbstätige in der Software-/Games-Industrie beschäftigt. Im Durchschnitt erzielt ein Softwareunternehmen einen Umsatz von 706.000 Euro jährlich und beschäftigt 7,5 Erwerbstätige je Unternehmen.

Abb. 11: Entwicklung der Augsburger Software-/Games-Industrie im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

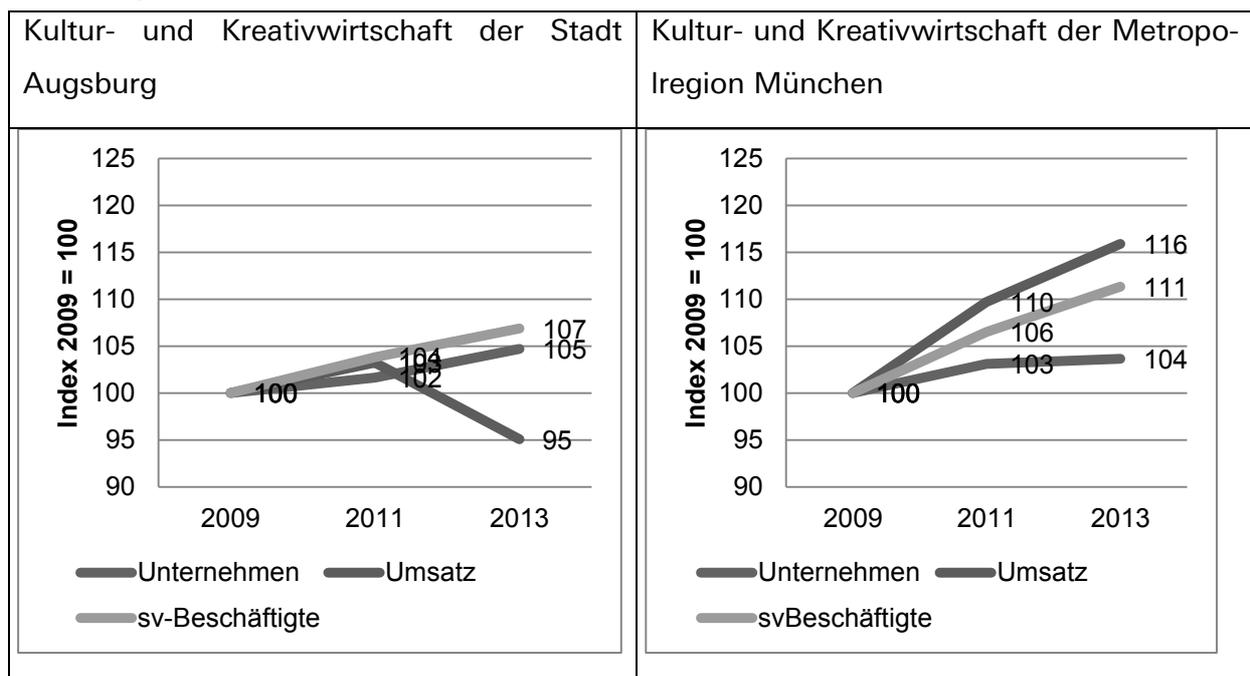
Die Gesamtentwicklung der Software-/Games-Industrie verläuft in der Stadt Augsburg in allen drei Kategorien im Vergleichszeitraum überdurchschnittlich gut. Die Unternehmensentwicklung steigt rasant um 24 Prozent und liegt damit noch vor der Metropolregion München, die ein Plus von 22 Prozent verbuchen kann. Der Umsatz steigt kontinuierlich um 49 Prozent und damit dreimal so stark wie in der Metropolregion München, in der lediglich 16 Prozent erreicht werden. Damit kann sich die Augsburger Software-

/Games-Industrie noch von dem immerhin bereits recht positiven Trend der Metropolregion München abkoppeln. Die Beschäftigungsentwicklung liegt in Augsburg mit einem Plus von 41 Prozent ebenfalls vor dem Ergebnis der Metropolregion München, die mit einem Plus von 37 ohnehin schon ein beachtlich positives Ergebnis erreicht. Somit ist die Gesamtentwicklung der Augsburger Software-/Games-Industrie überdurchschnittlich positiv.

3.2.6 Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt

Im Jahr 2013 verfügt die Kultur- und Kreativwirtschaft im Kernbereich in Augsburg über 1.058 Unternehmen, die einen Umsatz von 938,8 Millionen Euro jährlich erzielen. Damit können 3.864 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze finanziert werden. Insgesamt sind 4.925 Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft (Kernbereich) beschäftigt. Im Durchschnitt erzielt ein Kultur- oder Kreativunternehmen einen Umsatz von 887.000 Euro jährlich und beschäftigt 4,7 Erwerbstätige je Unternehmen.

Abb. 12: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg im Vergleich zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München, 2009 - 2013 – Kernbereich



Hinweis: Unternehmen einschließlich Selbständige

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Die **Unternehmensentwicklung** der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft verläuft kontinuierlich und steigt um insgesamt 5 Prozent im Vergleichszeitraum kontinuierlich an. Damit verläuft diese Entwicklung in Augsburg etwas besser, als in der Metropolregion München, dort steigt die Zahl der Unternehmen im Vergleichszeitraum um 4 Prozent. Zwar ist diese Entwicklung in Augsburg nicht übermäßig, dennoch liegt sie über den Zuwachsraten der Augsburger Gesamtwirtschaft, die im gleichen Zeitraum um lediglich 3 Prozent zulegt. Bei diesem Vergleich ist allerdings zu bedenken, dass die kleinteilige

Kultur- und Kreativwirtschaft mehr auf Entwicklung und Neugründung angewiesen ist, als dies in der Gesamtwirtschaft von Nöten ist.

Beim **Umsatz** stellt sich ein anderes Bild dar. Zwischen den Jahren 2009 und 2011 wächst der Umsatz in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft um 2 Prozent, um dann in den Folgejahren bis zum Jahr 2013 deutlich zu schrumpfen. Insgesamt ist der Umsatz um minus 5 Prozent zurückgegangen. Dieser starke Rückgang ist jedoch wesentlich durch die Entwicklung im Buchmarkt verursacht, der im Vergleichszeitraum ein Minus von 20 Prozent hinzunehmen hat. Würde der Buchmarkt ausgeklammert, der alleine immerhin 60 Prozent des Gesamtumsatzes der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft ausmacht, wäre die Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleichszeitraum insgesamt um 24 Prozent gewachsen. So prägt die Schrumpfung im Buchmarkt die Entwicklungslinie der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft.

In der Metropolregion München steigt der Verlauf des Umsatzes im Vergleichszeitraum kontinuierlich an und legt um 16 Prozent zu.

Die **Beschäftigung** in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft ist trotz des Buchmarkteinbruchs im gesamten Vergleichszeitraum um insgesamt 7 Prozent kontinuierlich gestiegen. Die vergleichbare Entwicklung in der Metropolregion ist noch deutlich besser verlaufen und erreicht im Jahr 2013 ein Plus von 11 Prozent. Insgesamt stellt sich der Entwicklungsverlauf der Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München etwas stärker dar als in Augsburg. Lediglich der Verlauf der Unternehmensentwicklung liegt in der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg leicht vor der Metropolregion München.

In den Darstellungen der ausgewählten Teilmärkte wurde allerdings deutlich, dass sich hinter der Gesamtentwicklung stark divergierende Entwicklungsverläufe in den einzelnen Teilmärkten verbergen.

3.3 Die Mini-Selbständigen in der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Untersuchung der Mini-Selbständigen in den Analysen zur Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein noch recht neues Feld, deshalb sollen hier zunächst einige grundsätzliche Informationen und Einschätzungen gegeben werden.

Der Mini-Selbständige ist der zentrale Akteur der sogenannten kleinen Kultur- und Kreativwirtschaft, zu der auch noch die geringfügig Beschäftigten (Mini-Jobber) gezählt werden. Er ist nach Definition der Wirtschaftsstatistik derjenige, der weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz erzielt. Damit ist jedoch die Bedeutung der Mini-Selbständigen für die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht annähernd erfasst. Denn hier gibt es viele, die ein riesiges Kapital für die Kultur- und Kreativwirtschaft darstellen, die sich als kulturell-experimentelle Akteure neuen Ideen zuwenden und zahlreiche neue Entwürfe, Konzepte und Modelle ausprobieren. Gegenüber einem etablierten Unternehmen sind sie nämlich in der Lage, freie Ideen zu entwickeln, Entwürfe auszuprobieren, weiterzuentwickeln oder zu verwerfen. Das Verändern ist beim Mini-Selbständigen kein Fehlschlag von Ideen, sondern ein Teil seiner Weiterentwicklung und notwendig für seine Arbeit. Dadurch ist es den Mini-Selbständigen möglich, Vielfalt zu produzieren, statt ihre Ideen zu vervielfältigen, wie ein marktwirtschaftlich orientiertes Unternehmen. Aus wirtschaftlicher Perspektive entstehen hier oftmals die Prototypen, die dann Ursprung einer Wertschöpfungskette sind. Deshalb ist die kleine Kultur- und Kreativwirtschaft weniger als ein harter wirtschaftlicher Kern zu sehen, sondern vielmehr als ein Potenzial zu betrachten, das entwickelt werden kann. Daher könnten die Mini-Selbständigen pointiert auch als die nicht finanzierte Forschungsabteilung der Kultur- und Kreativwirtschaft beschrieben werden.

Dieses künstlerische Engagement zahlt sich für sie jedoch kaum aus, denn oftmals können sie von ihrer Arbeit nicht leben und müssen ihre Existenz auf andere Weise sichern, durch verschiedene Jobs oder weitere existenzielle Unterstützungen.

Um Mini-Selbständige zu stärken, sind daher verschiedene Maßnahmen erforderlich. Zu allererst muss jedoch die Arbeit der Mini-Selbständigen die ihr zustehende Wertschätzung erfahren.

1. Mini-Selbständige zu stärken heißt dann, sie an der Wertschöpfung besser zu beteiligen
2. Mini-Selbständige zu stärken bedeutet ebenfalls, die erwerbswirtschaftliche Ausrichtung professioneller zu gestalten

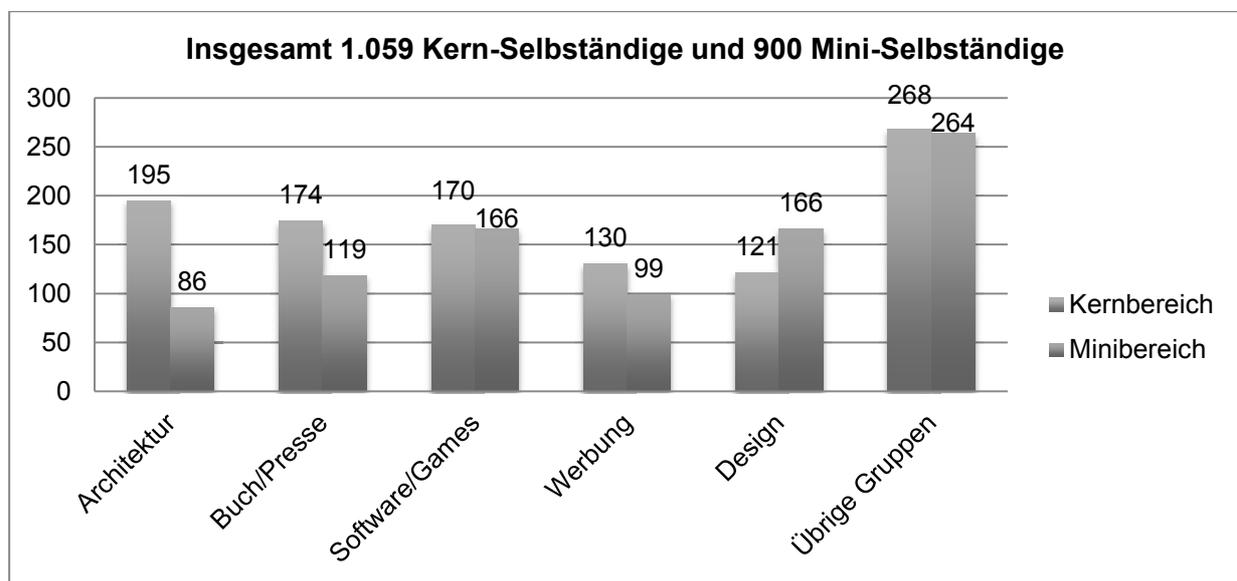
3. Mini-Selbständige zu stärken setzt voraus, die Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Einnahmequellen besser erfassen und verstehen zu können

Mini-Selbständige sollen also angemessene, existenzsichernde Vergütungen und Umsätze erzielen können.

Im folgenden Abschnitt wenden wir uns nun der empirischen Realität der Mini-Selbständigen zu.

Bei der Einbeziehung des Minibereiches der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft in die Analyse müssen – wie im Kapitel 1.2 beschrieben und erläutert – in Abweichung zum bisherigen Teilmärktekonzept die Teilgruppen zu Grunde gelegt werden.

Abb. 13: Verteilung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg nach ausgewählten Teilgruppen, 2013 – Kern- und Minibereich



Teilgruppe	Kernbereich 2013		Minibereich 2013	
	Selbständige/Unternehmen Anzahl	Umsatz in 1.000 €	Mini-Selbständige Anzahl	Mini-Umsatz in 1.000 €
Architektur	195	48.423	86	535
Buch/Presse	174	653.362	119	633
Software/Games	170	121.553	166	567
Werbung	130	56.216	99	479
Design	121	11.109	166	834
Übrige Gruppen	268	48.103	264	1.567
Kultur- und Kreativwirtschaft (KKw)	1.058	938.766	900	4.615
<i>Anteil KKw an Gesamtwirtschaft</i>	<i>10,3%</i>	<i>4,6%</i>	<i>14,5%</i>	<i>15,5%</i>

Hinweis: Schätzung der Mini-Selbständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz, Kern-Selbständige ab 17.500 Euro Jahresumsatz. Umgruppierung der Teilmärkte nach Teilgruppen, siehe Statistische Abgrenzung im Anhang. Summendifferenzen rundungsbedingt.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

In der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft existieren im Jahr 2013 neben den 1.058 Selbständigen im Kernbereich weitere 900 Mini-Selbständige, die weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz haben. Damit verdoppelt sich nahezu die Zahl der Selbständigen. Das wirtschaftliche Volumen allerdings spielt in der Gesamtbetrachtung eine eher marginale Rolle. Von den insgesamt 943,4 Millionen Gesamtumsatz, entfallen lediglich 4,6 Millionen Umsatz auf die Mini-Selbständigen. Damit tragen die Mini-Selbständigen insgesamt weniger als 1 Prozent zum Gesamtumsatz der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft bei. Dies kann sich allerdings in den einzelnen Teilgruppen verändern, wie am Beispiel der **Designgruppe** erläutert wird. Mit 166 Mini-Selbständigen gibt es deutlich mehr, als Kern-Selbständige, die in der Designgruppe bei 121 liegen. Auch der Umsatz der Mini-Selbständigen ist in der Designgruppe beachtlicher, mit bereits 7 Prozent tragen hier die Mini-Selbständigen zum Gesamtumsatz in der Designwirtschaft bei. Aus anderen Untersuchungen ist bekannt, dass sich der Mini-Umsatz z. T. deutlich vergrößert, je kultureller oder künstlerischer der Beruf ausgeprägt ist.¹¹

Das gegenteilige Bild zu den Designern bieten die **Architekten**. Dort gibt es im Jahr 2013 neben den 195 Kern-Selbständigen nur 86 weitere Mini-Selbständige, deren Umsatzanteil hier wiederum bei rund 1 Prozent liegt. Dass diese beiden sogenannten Gestalterberufe so weit auseinander liegen, hat damit zu tun, dass der Architektenberuf wesentlich geregelter ist (Ausbildung, Kammermitgliedschaft, Honorarordnung etc.), als der Designberuf, der einen wesentlich unregelmäßigeren Marktzugang ermöglicht.

Die **Software/Games-Gruppe** verfügt im Jahr 2013 über 170 Kern-Selbständige und mit 166 Mini-Selbständigen zusätzlich noch einmal fast über die gleiche Größe. Sie gehört zu den „Großen“ im Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft. Unter diesem Aspekt ist es erstaunlich, wie hoch die Zahl der Mini-Selbständigen in dieser Gruppe in Augsburg ist. Möglicherweise spiegeln diese Zahlen den dynamischen Aspekt dieser Gruppe und es gibt zahlreichere intrinsisch motivierte Mini-Selbständige, als dort zunächst vermutet würde.

Die Zahl der Mini-Selbständigen liegt im Jahr 2013 in der Gruppe **Buch/Presse** bei 119, die Zahl der Kern-Selbständigen beträgt 174. Da in dieser Gruppe die Struktur der Buch-/Presseverlage und des Einzelhandels vorherrschend, ist es kaum vorstellbar, wie mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro existiert werden kann. Dennoch könnten mehr Mini-Selbständige erwartet werden, soweit sie sich eher kulturell orientieren. Es ist ohnehin naheliegend, die Mini-Selbständigen in dieser Gruppe unter den Journalisten und Autoren zu verorten.

¹¹ Europäische Metropolregion München (2016). Datenreport LH München

Die Gruppe **Werbung** verfügt im Jahr 2013 über 130 Kern-Selbständige und 99 Mini-Selbständige. In dieser Gruppe sind vergleichbare Strukturen zu finden wie in der Designgruppe: Der Marktzugang ist wenig geregelt, die Berufsbezeichnungen sind kaum geschützt. Insofern ist auffallend, dass die Gruppe der Mini-Selbständigen deutlich kleiner ist, als in der Designgruppe. Möglicherweise liegt ein Grund darin, dass die Werbeagenturen stärker gewerblich orientiert sind, wie die vergleichbare Gruppe der Designer, die mehrheitlich über ein eher freiberufliches Selbstverständnis verfügen.

4 Zusammenfassung – Befunde der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft

Die **Stadt Augsburg** ist einer der **zentralen urbanen Kerne** innerhalb der Metropolregion München. Dies gilt nicht nur für die allgemeine wirtschaftliche Position der Stadt. Wie die vorliegende Analyse zeigt, gilt dies auch und in besondere Weise für die Kultur- und Kreativwirtschaft, das belegen die ermittelten Kennzahlen. Beispielhaft kann dies aufgeführt werden an der Anzahl der Unternehmen, der wirtschaftlichen Leistung und des Beschäftigungsvolumens.

Das Gewicht der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich

Ein bundesweit anerkannter Indikator zur Bewertung eines Standortes ist der sogenannte Lokalisationsquotient¹². Nach diesem Lokalisationsquotienten ist die **wirtschaftliche Leistung** der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft weit überdurchschnittlich, er liegt im Jahr 2013 beim Wert von 1,9. Der vergleichbare Wert der Metropolregion München liegt bei 1,6 und der Bundeswert liegt bei 1,0. Die stärksten Teilmärkte der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft sind hierbei der Buchmarkt, die Software-/Games-Industrie, der Pressemarkt und der Werbemarkt. Das bereits in dieser Analyse mehrfach erwähnte, bundesweit agierende in Augsburg ansässige Buchunternehmen zeichnet für den hohen Wert mitverantwortlich. Jedoch ist selbst bei volatilen Entwicklungsverläufen, ohne dieses überregional agierende Unternehmen noch ein über dem Durchschnitt liegender Wert für Augsburg zu erwarten.

In der Bewertung der **Unternehmenslandschaft** kann die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft als erheblich überdurchschnittlich bezeichnet werden. Hier liegt der Lokalisationsquotient im Jahr 2013 für Augsburg bei 1,4, die Metropolregion München folgt dicht auf mit 1,3 und der bundesweite Wert liegt wiederum bei 1,0. Insbesondere die Teilmärkte Designwirtschaft, Architekturmarkt und die Software-/Games-Industrie sorgen für diesen hohen Wert in Augsburg.

Im **Beschäftigungsmarkt** liegt die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2013 mit einem Lokalisationsquotienten von 1,1 geringfügig über dem Durchschnitt des Bundeswertes von 1,0. Die Metropolregion München weist mit einem Wert von 1,7 eine weit überdurchschnittliche Konzentration auf. Das erklärt sich dort insbesondere aus den beschäftigungsintensiven Unternehmen der Film- und Rundfunkwirtschaft. In der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft ragen zwei Teilmärkte besonders hervor, die Software-/Games-Industrie und der Pressemarkt. Daneben gibt es eine beachtlich breit auf-

¹² Der Lokalisationsquotient ist ein einfaches Maß zur Berechnung der lokalen wirtschaftlichen Leistung, mit dem die Bedeutung einer Branche in einer Region gemessen werden kann.

gestellte Zahl von fünf weiteren Teilmärkten, die über jeweils mehrere hundert Beschäftigte mit sozialversicherungspflichtigen Verträgen verfügen.

Das Potenzial des Mini-Bereichs der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg

Auch was den **Mini-Bereich** anbelangt, verfügt Augsburg über ein ausbaufähiges Potenzial. Ein Vergleich ist derzeit zwar noch nicht bundesweit möglich, jedoch mit der Metropolregion München. Demnach liegen die entsprechenden Werte für Augsburg leicht überdurchschnittlich zwischen 1,1 und 1,3. Besonders große Gruppen von Mini-Selbständigen gibt es in den Teilmärkten Designwirtschaft und Software-/Games-Industrie.

Entwicklungstrends der Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft

Bei der Betrachtung der **Entwicklungstrends und Entwicklungschancen** der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg lässt sich feststellen, dass tendenziell die eher kreativen Teilmärkte mit der Designwirtschaft, dem Architekturmarkt und der Software-/Games-Industrie stärker sind als die eher kulturellen Teilmärkte und somit auch das Entwicklungsbild prägen.

Im Vergleich zwischen der Metropolregion München und der Stadt Augsburg zeigt die Analyse für die Augsburger Kultur- und Kreativwirtschaft volatile Trends in den Entwicklungslinien, während die Entwicklung der Metropolregion München eher konstant und kontinuierlich verläuft. Dies lässt sich bei der Betrachtung der Branchenschwerpunkte gut erkennen.

Branchenschwerpunkte in der Kultur- und Kreativwirtschaft Augsburg

In der **Designwirtschaft** sind die Entwicklungstrends eher schwankend im Verlauf, am Ende stehen aber starke positive Trends. Die Entwicklung im **Architekturmarkt** kann insgesamt als eher moderat bewertet werden, zeigt aber beim Umsatz eine steile Kurve nach oben, was vermutlich mit einem international agierenden Unternehmen in diesem Markt zusammenhängt. Der **Buchmarkt** zeigt ähnlich wie der Designmarkt stark schwankende Entwicklungsverläufe, allerdings mit zum Ende hin negativ verlaufender Kurve. Der **Pressemarkt** weist konstant negative Verläufe in allen Entwicklungslinien auf. Der **Werbemarkt** ist wieder volatil mit überwiegend positiven, zum Teil sehr starken positiven Trends. Die **Software-/Games-Industrie** zeigt konstant überragende Verläufe in allen Entwicklungstrends.

Fazit

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Entwicklung der **selbständigen Unternehmen** der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg moderat positiv verläuft. Gleichwohl ist es auf Grund der Kleinteiligkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft, die ihre besondere Ökonomie ausmacht, unabdingbar, weitere Neugründungen am Markt zu fördern und die Mini-Selbständigen zu stärken. Dies betrifft nun insbesondere die künstlerisch-kulturell orientierten Mini-Selbständigen, die für ihre Fortentwicklung in Augsburg Unterstützung benötigen. Das Ziel sollte die Realisierung einer Zuwachsrate von jährlich zwei bis drei Prozent in Augsburg sein, um die bisherige Entwicklungsdynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft zu erhalten und zu fördern.

Die **Umsatzentwicklung** ist stark von einzelnen großen Unternehmen geprägt und es gibt beachtliche strukturelle Veränderungen in Augsburg. Die gewerblichen Unternehmen in Augsburg brauchen Unterstützung, um den Strukturwandel positiv gestalten zu können.

Die **Beschäftigungsentwicklung** stellt sich insgesamt konstant und moderat dar, und das in verblüffender Breite innerhalb der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg. Im Vergleich zur Metropolregion München zeigt sie jedoch nur eine halb so starke Wachstumsdynamik. Hier müssen in Augsburg erhebliche Anstrengungen unternommen werden, um den Anschluss an die Region zu halten. Denkbar ist sowohl die Stärkung der gewerblich orientierten Unternehmen, wie auch der Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, um sie in die Lage versetzen zu können, Mitarbeiter zu beschäftigen. Will die Stadt Augsburg ihre guten Kennzahlen behalten, werden diese Anstrengungen vonnöten sein.

Abschließend soll die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg noch einmal im Vergleich aufgezeigt werden. In wirtschaftlicher Hinsicht ist sie so groß wie der gesamte Augsburger Einzelhandel, die Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg erwirtschaftet rund 939 Millionen Euro Umsatz, der Einzelhandel rund 950 Millionen Euro. Gemessen am Erwerbstätigenpotenzial ist sie deutlich stärker als das gesamte Augsburger Baugewerbe, die Kultur- und Kreativwirtschaft verfügt über rund 7.600 Erwerbstätige, das Baugewerbe über rund 6.000.

Es ist daher klug, wenn die Kultur- und Wirtschaftspolitik in Augsburg die Potenziale ihrer Kultur- und Kreativwirtschaft verstärkt nutzt.

5 Anhang

5.1 Abgrenzungen

A.) Statistische Abgrenzung nach elf Teilmärkten gemäß Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz (WMK)

1. Musikwirtschaft

- 90.03. Selbständige Musiker/innen etc.
1
- 90.01. Musik-/Tanzensembles
2
- 59.20. Tonstudios etc.
1
- 59.20. Tonträgerverlage
2
- 59.20. Musikverlage
3
- 90.04. *Theater-/Konzertveranstalter
1
- 90.04. *Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.
2
- 90.02 *Erbr. v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst
- 47.59. Einzelhandel mit Musikinstrumenten etc.
3
- 47.63 *Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.
- 32.20 Herstellung von Musikinstrumenten

2. Buchmarkt

- 90.03. Selbständige Schriftsteller/innen
2
- 74.30. Selbständige Übersetzer/innen
1
- 58.11 Buchverlage
- 47.61 Einzelhandel mit Büchern
- 47.79. Antiquariate
2
- 18.14 Buchbinderei etc.

3. Kunstmarkt

- 90.03. Selbständige bildende Künstler/innen
3
- 47.78. ** Einzelhandel mit Kunstgegenständen etc. (Anteil 20%)
3
- 91.02 Museumsshops, etc.
- 47.79. Einzelhandel mit Antiquitäten etc.
1

4. Filmwirtschaft

- 90.01. *Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen
4
- 59.11 Film-/TV-Produktion

- 59.12 Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik
- 59.13 Filmverleih u.-vertrieb
- 59.14 Kinos
- 47.63 *Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.
- 77.22 Videotheken

5. Rundfunkwirtschaft

- 90.03. *Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen
5
- 60.10 Hörfunkveranstalter
- 60.20 Fernsehveranstalter

6. Markt für darstellende Künste

- 90.01. *Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler/innen
4
- 90.01. Selbständige Artisten/innen, Zirkusbetriebe
3
- 90.01. Theaterensembles
1
- 90.04. *Theater- und Konzertveranstalter
1
- 90.04. *Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.
2
- 90.04. Varietés und Kleinkunsth Bühnen
3
- 90.02 *Erbringung v. Dienstleistungen f. d. darstellende Kunst
- 85.52 Kulturunterricht/Tanzschulen

7. Designwirtschaft

- 74.10. Industrie-, Produkt- und Mode-Design
1
- 74.10. Grafik- und Kommunikationsdesign
2
- 74.10. Interior Design und Raumgestaltung
3
- 71.11. *Büros für Innenarchitektur
2
- 73.11 *Werbegestaltung (Anteil 50%)
- 32.12 Herstellung v. Schmuck, Gold-, Silberschmiedewaren
- 74.20. Selbständige Fotografen/innen
1

8. Architekturmarkt

- 71.11. Architekturbüros für Hochbau
1
- 71.11. *Büros für Innenarchitektur
2
- 71.11. Architekturbüros für Orts-, Regional- u. Landesplanung
3
- 71.11. Architekturbüros für Garten- u. Landschaftsgestaltung
4
- 90.03. Selbständige Restauratoren/innen
4

9. Pressemarkt

- 90.03. *Selbständige Journalisten/innen u. Pressefotografen
5
- 63.91 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
- 58.12 Verlegen von Adressbüchern etc.
- 58.13 Verlegen von Zeitungen
- 58.14 Verlegen 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/-flächen

11. Software-/Games-Industrie

- 58.21 Verlegen von Computerspielen
- 58.29 Verlegen von sonstiger Software
- 63.12 Webportale
- 62.01. Entwicklung u. Programmierung von Internetpräsentationen
1
- 62.01. Sonstige Softwareentwicklung
9

12. Sonstiges

- 91.01 Bibliotheken und Archive
- 91.03 Betrieb v. historisch. Stätten u. Gebäuden .u. ähnliche Attraktionen
- 91.04 Botanische u. zoologische Gärten sowie Naturparks
- 74.30. Selbständige Dolmetscher
2
- 74.20. Fotolabors
2
- 32.11 Herstellung von Münzen
- 32.13 Herstellung von Fantasieschmuck

1.-12. Summe Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt mit elf Teilmärkten und Gruppe Sonstiges (WMK-Summe)

Hinweis: * Wirtschaftszweige verschiedenen Teilmärkten zugeordnet; **Schätzung

B. Statistische Abgrenzung nach Teilgruppen für den Kern-/Minibereich

Hinweis: Die Abgrenzung nach Teilgruppen weicht von der Abgrenzung nach Teilmärkten ab, weil die statistischen Auswertungen für den Minibereich nach größeren WZ-Klassen vorgenommen werden mussten. Zum Beispiel enthält die Teilgruppe Buch/Presse die Wirtschaftsgruppe WZ-Nr. 58 Verlagswesen auch den Wirtschaftszweig WZ-Nr. 58.21 Verlegen von Computerspielen. Auch andere Teilgruppen sind abweichend vom Teilmärktekonzept abgegrenzt. In der Gesamtsumme der Teilgruppen jedoch sind alle Wirtschaftszweige gemäß Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz (WMK) i Teilgruppenmodell enthalten.

I. Architektur

71.11 Architekturbüros

90.03.4 Selbständige Restauratorinnen u. Restauratoren

II. Buch/Presse

90.03.2 Selbständige Schriftsteller/innen

90.03.5 Selbst. Journalist(inn)en u. Pressefotograf(inn)en

47.61 Einzelhandel m. Büchern

47.62 Eh. m. Zeitsch., Zeitung., Schreibw.u. Bürobedarf

58 Verlagswesen

63.91 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros

III. Design

74.1 Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik-Design

IV. Werbung

73.1 Werbung

V. Software/Games

62.01 Programmierungstätigkeiten

63.12 Webportale

VI. Übrige Wirtschaftszweige

18.14 Binden v. Druckerzeugn. u. damit verbund. Dienstl.

32.1 Herstellung von Münzen, Schmuck u. ähnl. Erzeugnisse

32.2 Herstellung von Musikinstrumenten

47.59.3 Eh. m. Musikinstrumenten und Musikalien

47.63 Eh. mit bespielten Ton- und Bildträgern

47.78.3 Eh. m. Kunstgeg., Bildern, Briefm., Münz.u. Geschenk. (20%)

47.79.1 Einzelh. m. Antiquitäten und antiken Teppichen

47.79.2 Antiquariate

59.1 H. v.Film., Fernsehprogr., Verleih,Vertrieb;Kinos

59.2 Tonstud.; H.v. Hörfunkpr.; Verl.bsp. Tontr., Musikal.

60 Rundfunkveranstalter

74.2 Fotografie und Fotolabors

74.3 Übersetzen und Dolmetschen

77.22 Videotheken

85.52 Kulturunterricht

90 Kreative, künstlerische u. unterhaltende Tätigkeiten

91 Bibliotheken, Archive, Museen, botan., zool. Gärt.

I.-VI. Summe Kultur- und Kreativwirtschaft

Insgesamt mit sechs Teilgruppen (entspricht der WMK-Summe)

5.2 Abbildungen

Abb. 1: Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg, 2013 – Kern- und Minibereich	7
Abb. 2: Position der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg in der Metropolregion München 2013 – Kernbereich	10
Abb. 3: Kennzahlen zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg im Vergleich mit der Metropolregion München und mit anderen Regionen, 2013 – Kernbereich	11
Abb. 4: Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg im Vergleich zu anderen Branchen der Stadt, 2013.....	13
Abb. 5: Selbständige/Unternehmen und Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg nach Teilmärkten, 2013 – Kernbereich.....	15
Abb. 6: Beschäftigung und Erwerbstätigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg nach Teilmärkten, 2013 – Kernbereich.....	16
Abb. 7: Entwicklung der Augsburger Designwirtschaft im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich	18
Abb. 8: Entwicklung des Augsburger Architekturmarkts im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich	19
Abb. 9: Entwicklung der Augsburger Teilmärkte Buch und Presse im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich	21
Abb. 10: Entwicklung des Augsburger Werbemarkts im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich	23
Abb. 11: Entwicklung der Augsburger Software-/Games-Industrie im Vergleich zur Metropolregion München, 2009-2013 – Kernbereich	24
Abb. 12: Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg im Vergleich zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion München, 2009 - 2013 – Kernbereich.....	25
Abb. 13: Verteilung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Augsburg nach ausgewählten Teilgruppen, 2013 – Kern- und Minibereich.....	28

5.3 Glossar

- **Beschäftigte:** Mit dem Begriff der Beschäftigten werden ausschließlich die abhängig Beschäftigten bezeichnet. Dazu zählen die Voll- und Teilzeitbeschäftigten mit sozialversicherungspflichtigem Arbeitsvertrag, die Mini-Beschäftigten (Mini-Jobs) bzw. die sogenannten geringfügig entlohnten Beschäftigten. Außerdem bilden die Beschäftigten eine Teilgruppe der Erwerbstätigen. Die Beschäftigten werden in der Regel über die Bundesagentur für Arbeit erfasst und in der Beschäftigungsstatistik (= Statistik der Bundesagentur für Arbeit) dokumentiert.
- **Erwerbstätige:** Die Erwerbstätigen umfassen alle Selbständigen und abhängig Beschäftigten.
- **Index:** Der Index einer Zeitreihe wird auf der Basis eines Ausgangsjahres berechnet, um eine regelmäßige Entwicklung in vergleichender Form darstellen zu können. In der Kultur- und Kreativwirtschaft wird meist das Ausgangsjahr 2009 gewählt, weil ab diesem Zeitpunkt die derzeit gültige Wirtschaftszweigklassifikation (WZ- 2008) für die meisten statistischen Datenquellen in Deutschland eingeführt wurde.
- **Kernbereich:** Im Kernbereich werden die Selbständigen ab 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Beschäftigten, soweit sie einen sozialversicherungspflichtigen Arbeitsvertrag besitzen, zusammengefasst. Die Selbständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Mini-Beschäftigten werden in einem eigenen Bereich, dem Minibereich zusammengefasst.
- **Minibereich:** Im Minibereich werden die Selbständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz und die abhängig Mini-Beschäftigten zusammengefasst.
- **Selbständige:** Die Selbständigen umfassen alle Erwerbstätigen, die auf eigene Rechnung Dienstleistungen und Produkte für andere Abnehmer oder für den Markt erstellen. Die Selbständigkeit kann in freiberuflicher Form (meist bei selbständigen Künstlern der Fall) oder in gewerblicher Form erfolgen. Ein Selbständiger wird einerseits als steuerpflichtiger Unternehmer (in der Umsatzsteuerstatistik) definiert, andererseits als Berufstätiger, der einkommensteuerpflichtig ist (und in der Einkommensteuerstatistik erfasst wird).
- **Teilgruppe:** In einer Teilgruppe werden wirtschaftliche Aktivitäten in der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammengefasst, die nach statistischen Gruppen aggregiert sind. Zum Beispiel werden die Aktivitäten der Buchverlage, Presseverlage oder Softwareverlage zu einer größeren Gruppe Verlage zusammengefasst. Diese Aggregationen werden meist dann notwendig, wenn für die feiner gegliederten Wirtschaftszweige aus Datenschutzgründen keine Daten zur Verfügung gestellt werden können. Die Gliederung der Teilgruppen in der Kultur- und Kreativwirtschaft wird deshalb entsprechend der Datenverfügbarkeit angepasst. Das Teilgruppenkonzept wird als Ersatzmodell für das Teilmärktekonzept eingesetzt.
- **Teilmärkte:** Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft bilden die einzelne Kultur- bzw. Kreativbranche ab, wie z. B. Musikwirtschaft oder Kunstmarkt. Jedem Teilmarkt ist eine definierte Sammlung von Wirtschaftszweigen zugeordnet, so wie sie als Empfehlung von der Wirtschaftsministerkonferenz festgelegt werden. Das Teilmärktekonzept setzt allerdings eine

hohe Datenqualität in der feinsten Untergliederung voraus, d.h. es werden häufig statistische Daten für die fünfstellige Tiefengliederung der Wirtschaftszweige benötigt. Diese Tiefengliederung kann oftmals durch Datenschutzsperren behindert werden, dann muss auf das Teilgruppenkonzept zurückgegriffen werden.

- **Umsatz:** Der Umsatz eines Unternehmens oder Selbständigen umfasst alle steuerpflichtigen Umsätze ohne Umsatzsteuer (wie in der Umsatzsteuerstatistik festgelegt). In der Regel werden alle Umsatzarten (19%, 7%, steuerfrei) erfasst.
- **Unternehmen:** Ein Unternehmen ist eine rechtlich selbständige Einheit und im Sinne der Umsatzsteuerstatistik eine steuerpflichtige Körperschaft (unabhängig ob als Einzelunternehmen oder als GbR, GmbH, AG, Genossenschaft). In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die steuerpflichtigen Unternehmen zum überwiegenden Teil als steuerpflichtige Selbständige (Künstler, Journalisten etc.) oder Einzelunternehmer tätig. Diese sind meist als inhabergeführte Unternehmen aktiv. Ein Unternehmen kann in der Form eines Büros (Architektur), eines Ateliers (Künstler), einer Agentur (Werbung) oder auch Firma (Film) auftreten. Für die Erfassung der Selbständigen im Konzept der Erwerbstätigen werden die selbständigen Unternehmer dem Selbständigen (als Beruf) gleichgestellt, da unterstellt wird, dass der Unternehmer in der Regel als Inhaber berufstätig ist.

5.4 Datenquellen

Alle statistischen Angaben basieren auf Sonderauswertungen aus der Umsatzsteuerstatistik des Bayerischen Landesamtes für Statistik sowie der Statistik der Bundesagentur für Arbeit; die Berechnungen wurden vom Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln durchgeführt.

- Bayerisches Landesamt für Statistik (o.J.). Umsatzsteuerstatistik, verschiedene Jahre, Sonderauswertung, München.
- Bundesagentur für Arbeit (o.J.). Beschäftigungsstatistik (= Statistik der Bundesagentur für Arbeit) verschiedene Jahre, Sonderauswertung, Nürnberg.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2014). Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013, Berlin.
- Büro für Kulturwirtschaftsforschung (2012). Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht Bayern, im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie.
- Europäische Metropolregion München e.V. (2016). Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft der Metropolregion 2015, München.
- Europäische Metropolregion München e.V. (2016). Datenreport zur Kultur- und Kreativwirtschaft der LH München 2015, München.

- Prognos (2015). Empirische Untersuchung zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayerisch-Schwaben, im Auftrag der IHK Schwaben.
- Wirtschaftsministerkonferenz (2009). Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten, im Auftrag: Ad-hoc-Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz vertreten durch die Länder: Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Mecklenburg- Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein. Berlin.
- Wirtschaftsministerkonferenz (2011). Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, im Auftrag: Ad-hoc-Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz vertreten durch die Länder: Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Mecklenburg- Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein, Berlin.