

Hessisches Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

HESSEN



KULTUR- und
KREATIVWIRTSCHAFT in Hessen

Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen - Datenreport 2010



HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH

An **Hessen** führt kein Weg vorbei.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen – Datenreport 2010

Susanne Piesk

HA-Report 796
Wiesbaden, Dezember 2010

Eine Veröffentlichung der

HA Hessen Agentur GmbH

Postfach 1811

D-65008 Wiesbaden

Abraham-Lincoln-Straße 38-42

D-65189 Wiesbaden

Telefon 0611 / 774-81

Telefax 0611 / 774-8313

E-Mail info@hessen-agentur.de

Internet <http://www.hessen-agentur.de>

Bearbeitung: Susanne Piesk

Geschäftsführer:

Jürgen Illing (Sprecher)

Dr. Michael Hann

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Dieter Posch,

Hessischer Minister für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

Der Datenreport wurde im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung erstellt.

Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit Quellenangabe gestattet. Belegexemplar erbeten.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen - Datenreport 2010

Inhalt	Seite
Vorbemerkung	
1 Umsatz und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen	1
1.1 Unternehmen	3
1.2 Umsatz	4
1.3 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	6
1.4 Freiberuflich Tätige und Selbständige in kreativen Berufen	7
2 Entwicklung der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen	11
3 Entwicklung der wichtigsten Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen	15
3.1 Branchen mit einem eher hohen kreativen Anteil	20
3.2 Branchen mit einem eher geringen kreativen Anteil	41
4 Freie Kulturszene in Hessen	44
4.1 Beschäftigte	46
4.2 Umsatz	47
Literaturverzeichnis	51
Anhang	53

Vorbemerkung

Mit dem Jahr 2010 werden die bisher in den Hessischen Kulturwirtschaftsberichten und in den Studien zu den Creative Industries benutzten zwei Branchenabgrenzungen „Kulturwirtschaft“ und „Kreativwirtschaft“ zu „Kultur- und Kreativwirtschaft“ zusammen geführt. Aus den bisher vorliegenden drei Kulturwirtschaftsberichten¹ ließen sich keine Aussagen über Strukturen und Entwicklung des erweiterten Wirtschaftsbereichs der Kreativwirtschaft, der vor allem Teilbereiche der Informationstechnologien wie die Gamesbranche mit einbezieht, ableiten. Im vorliegenden Datenreport wurde dieser Teilmarkt nun erstmals einbezogen.

Die in dieser Studie der Kultur- und Kreativwirtschaft Hessen zugrunde liegende Abgrenzung fußt nach wie vor auf der Wirtschaftszweigsystematik 2003 (5-Steller-Ebene), da die Umsatzzahlen – abweichend von den Beschäftigtenzahlen – erstmalig 2011 (Datenbasis 2009) nach der neuen Wirtschaftssystematik 2008 veröffentlicht werden. Erst mit der Umstellung der Wirtschaftssystematik für beide Datenbereiche – Beschäftigte und Umsatz – werden ab 2011 die hessischen Berichte zur Kultur- und Kreativwirtschaft die vom Bund vorgeschlagene Definition und Teilmargliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit elf Teilmärkten auf Basis der WZ 2008 übernehmen können, um eine einheitliche Abgrenzung zu gewährleisten.

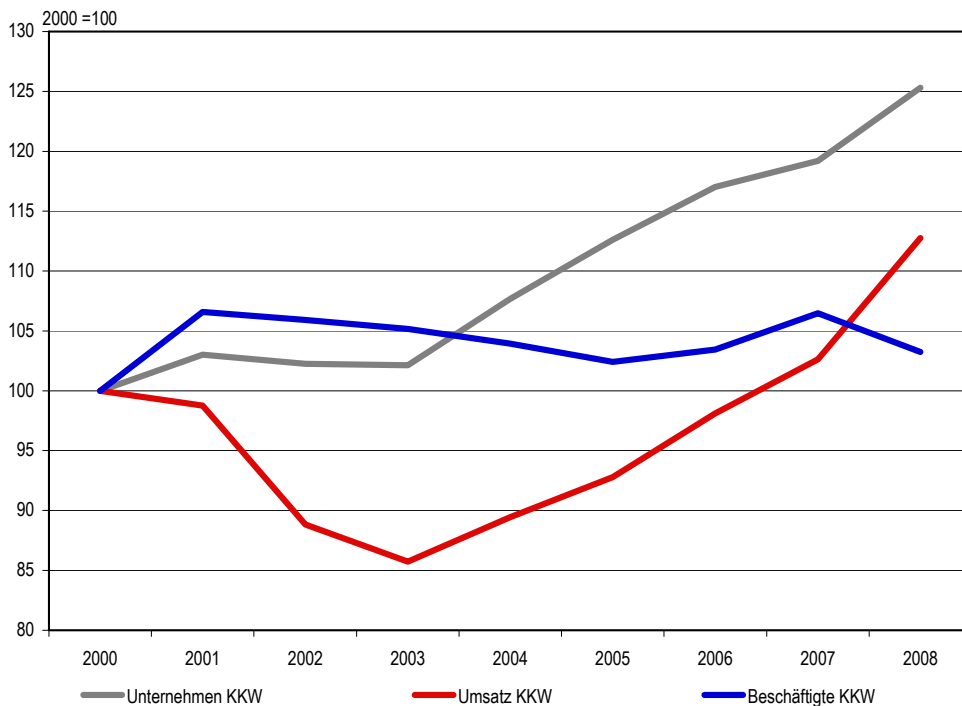
1 Piesk, Susanne; Werner, Bernd (FEH/ Hessen Agentur, 2003): Kulturwirtschaft in Hessen – 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.
Piesk, Susanne; Giebel, Regina (Hessen Agentur, 2005): Kultursponsoring und Mäzenatentum in Hessen – 2. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.
Krökel, Karin; Piesk, Susanne (Hessen Agentur, 2008): Kulturwirtschaft stärken – Stadt entwickeln. – 3. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden.

1 Umsatz und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat in Deutschland im Jahr 2008 einen Umsatz in Höhe von rund 132 Mrd. Euro erzielt,² das ist rund sechsmal soviel wie in Hessen. Damit ist der Umsatz gegenüber dem Jahr 2007 um knapp 2 % gewachsen. Weiter gestiegen ist auch die Zahl der Unternehmen und der Erwerbstätigen: Knapp 240.000 Unternehmen und mehr als 1 Mio. Erwerbstätige waren 2008 in diesem Wirtschaftsbereich tätig, darunter rund 760.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Hessen mit rund 24 Milliarden Euro Umsatz (2008) ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und ein wichtiges Beschäftigungsfeld. Im Jahr 2008 waren mehr als 39.000 Unternehmen mit rund 123.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in diesem Wirtschaftsbereich tätig. Die Zahl der Unternehmen wie auch der Umsatz sind seit dem Jahr 2003 deutlich gewachsen.

Anzahl der Unternehmen, Umsatz und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Entwicklung 2000 bis 2008.



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

2 Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung (KWF), Christoph Backes, Creative Business Consult (CBC), Dr. Olaf Arndt, Daniel Brünink, Prognos AG, Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, Kurzfassung eines Forschungsgutachtens im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Forschungsbericht Nr. 577, 2009.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bleibt – mit einigen Schwankungen – seit dem Jahr 2001 relativ konstant, bei einem gleichzeitigen Anstieg der freiberuflich Tätigen in dieser Branche. Die Zahl der Erwerbstätigen insgesamt beträgt 2008 rund 135.000 Personen, darunter rund 123.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Unternehmen, Umsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2000 bis 2008 in der Kultur- und Kreativwirtschaft und in der Gesamtwirtschaft in Hessen (gerundete Werte)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Veränderung 2008 in % gegenüber	
										2000	2007
Kultur- und Kreativwirtschaft											
Steuerpflichtige Unternehmen	31.232	32.175	31.937	31.899	33.631	35.173	36.545	37.225	39.134	25,3	5,1
Umsatz in Mrd. Euro	21,6	21,3	19,2	18,5	19,3	20,0	21,2	22,1	24,3	12,8	9,9
Svp. Beschäftigte in Tsd.	119	127	126	125	124	122	123	127	123	3,2	-3,0
Gesamtwirtschaft											
Steuerpflichtige Unternehmen	229.419	231.315	232.456	231.692	235.001	240.565	244.700	246.837	251.064	9,4	1,7
Umsatz in Mrd. Euro	381,4	386	370,6	371,7	372,1	391,7	420	433,7	453	18,9	4,6
Svp. Beschäftigte in Tsd.	2.175	2.203	2.193	2.151	2.113	2.090	2.096	2.130	2.166	-0,4	1,7

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Der Anteil, den die Kultur- und Kreativwirtschaft am gesamten hessischen Wirtschaftsgeschehen hat, ist seit dem Jahr 2000 relativ unverändert. Umsatz und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft haben seit Jahren einen Anteil zwischen 5 % und 6 % an der Gesamtwirtschaft in Hessen, die Unternehmen stellen einen Anteil zwischen 14 % und 16 %.

Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft in Hessen in den Jahren 2000, 2007 und 2008 in %

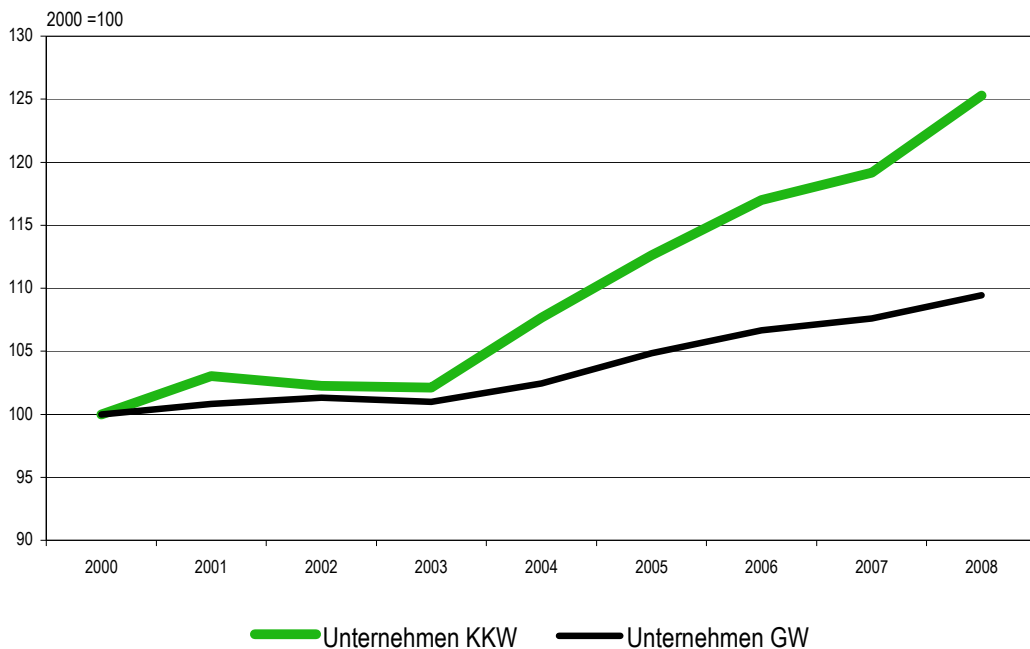
	2000 Anteil in %	2007 Anteil in %	2008 Anteil in %
Steuerpflichtige Unternehmen	13,6	15,1	15,6
Umsatz in Mrd. Euro	5,7	5,1	5,4
Beschäftigte	5,5	6,0	5,7

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

1.1 Unternehmen

Im Jahr 2008 umfasst die Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen gut 39.000 Unternehmen, das sind 15,6 % aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Hessen. Die Anzahl der Unternehmen stieg dabei bis zum Jahr 2008 beständig an und hat sich 2008 gegenüber dem Jahr 2000 um rund ein Viertel, das sind 8.000 Unternehmen, erhöht. Das ist ein Zuwachs von +25,3 %, wobei der Zuwachs in den letzten vier Jahren besonders ausgeprägt war.

Entwicklung der Unternehmenszahl in der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft in Hessen 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistisches Landesamtes.

Betrachtet man die Anzahl der Unternehmen in den einzelnen Teilmärkten, so ist bei Werbung und Public Relations und bei Software und Games von 2000 bis 2008 eine stetige Zunahme um gut 4.000 Unternehmen (+48,4 %) bzw. um rund 1.900 Unternehmen (+71,8 %) zu beobachten. Die Darstellende Kunst (+9,3 %) sowie Design und Kunsthandwerk (+13,2 %) wiesen in den letzten acht Jahren nur einen moderaten Anstieg der Unternehmenszahl auf.

In den letzten acht Jahren relativ konstant geblieben ist die Anzahl der Unternehmen bei Rundfunk, Film und Fernsehen (+5 %), im Literatur-, Buch- und Pressemarkt (+0,5 %) und in der Musikwirtschaft (-5,7 %). Ein deutlicher Rückgang der Unternehmensanzahl gegenüber dem Jahr 2000 ist beim Kunstmarkt (-316 % bzw. -16,4 %) zu verzeichnen, hier insbesondere im Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen und Antiquitäten etc.

Anzahl der Unternehmen nach Teilmärkten

Teilmarkt (in alphabetischer Reihenfolge)	2000	2003	2005	2007	2008	Veränderung 2008 gegenüber dem Jahr		
						2000		2007
						absolut	in %	in %
Darstellende Kunst etc.	1.900	1.942	2.014	2.109	2.077	+ 177	+ 9,3	- 1,5
Design und Kunsthandwerk	2.706	2.660	2.868	3.007	3.062	+ 356	+ 13,2	+ 1,8
Kulturelles Erbe	5.237	5.528	5.942	6.450	6.734	+ 1.497	+ 28,6	+ 4,4
Kunstmarkt	1.926	1.718	1.663	1.606	1.610	- 316	- 16,4	+ 0,2
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	3.375	2.877	3.156	3.300	3.391	+ 16	+ 0,5	+ 2,8
Musikwirtschaft	682	641	663	633	643	- 39	- 5,7	+ 1,6
Rundfunk, Film und Fernsehen	4.284	4.348	4.445	4.427	4.497	+ 213	+ 5,0	+ 1,6
Software und Games	2.610	3.140	3.711	4.171	4.485	+ 1.875	+ 71,8	+ 7,5
Werbung und Public Relations	8.512	9.045	10.711	11.522	12.635	+ 4.123	+ 48,4	+ 9,7
Kultur- und Kreativwirtschaft	31.232	31.899	35.173	37.225	39.134	+ 7.902	+ 25,3	+ 5,1

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes.

Betrachtet man die Veränderung gegenüber dem Vorjahr (2007), so fällt vor allem der Anstieg der Unternehmenszahl in den Teilmärkten Software und Games (+7,5 %) und Werbung und Public Relations (+9,7 %) auf.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft unterscheidet sich strukturell von traditionellen Branchen. Charakteristisch für die Unternehmensstruktur ist der hohe Anteil an 1-Personen-Unternehmen bzw. Mikro- oder Kleinstunternehmen auf der einen Seite sowie einigen sehr großen Unternehmen bei Verlagen, Hörfunk- und Fernsehanstalten auf der anderen Seite.

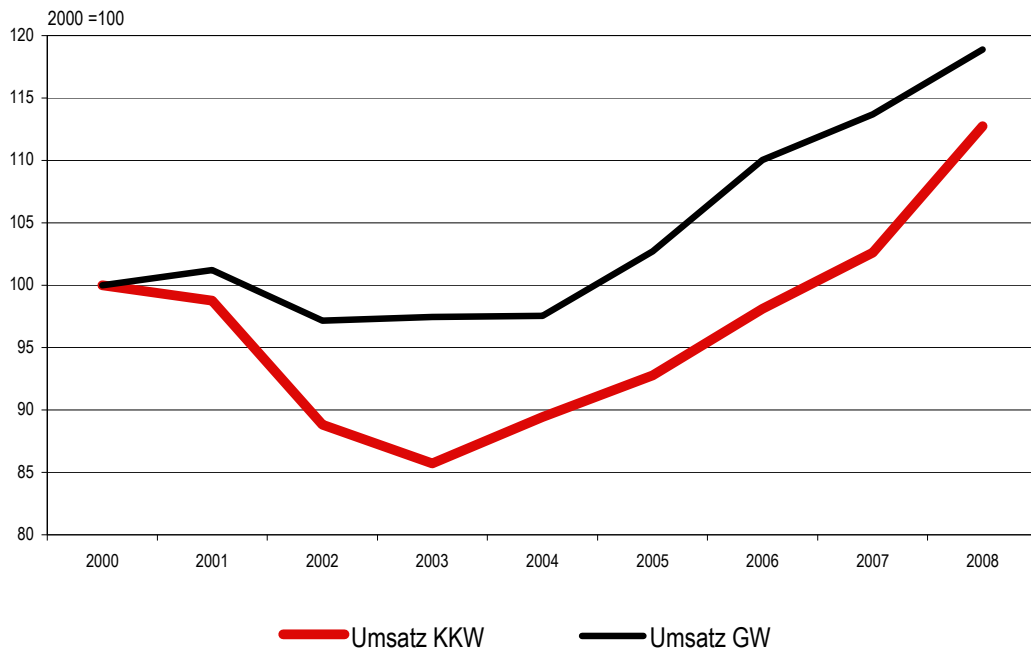
1.2 Umsatz

Im Jahr 2000 verzeichnete die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Umsatz von 21,6 Milliarden Euro und im Jahr 2008 von 24,3 Milliarden Euro, was einem Anteil von 5,7 % im Jahr 2000 bzw. 5,4 % im Jahr 2008 an der Gesamtwirtschaft Hessen entsprach. Rechnet man die Einnahmen der freiberuflichen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler in Höhe von rund 155 Millionen Euro hinzu, ergibt dies für das Jahr 2008 einen Gesamtumsatz von rund 24,5 Milliarden Euro.

Bezogen auf den Zeitraum von 2000 bis 2008 markierte das Jahr 2003 den wirtschaftlichen Tiefpunkt. In diesem Jahr hatte die Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen die größten Umsatzeinbußen, der Umsatz sank auf 18,5 Milliarden Euro. Seit dem Jahr 2004 steigt jedoch der Umsatz erfreulicherweise wieder kontinuierlich an. Damit liegt Hessens Kultur- und Kreativwirtschaft im allgemeinen Trend. Laut Arbeitskreis Kulturstatistik verzeichnet auch der Umsatz der Kultur- und Krea-

tivwirtschaft in Deutschland – nach drei Jahren der Rezession – 2004 erstmals wieder einen Umsatzanstieg. In Deutschland wie auch in Hessen wuchs insbesondere der Umsatz in der Games-Branche.

Umsatzentwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft in Hessen 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistisches Landesamtes.

Die Umsatzentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen war jedoch bezogen auf den gesamten Zeitraum von 2000 bis 2008 schlechter als die der Gesamtwirtschaft. So verzeichnete die Kultur- und Kreativwirtschaft im Zeitraum 2000 bis 2008 einen Umsatzanstieg von +12,8 %, die Gesamtwirtschaft hingegen wies im gleichen Zeitraum einen Umsatzanstieg von +18,9 % auf.

Da die Zahl der Unternehmen seit 2000 wesentlich stärker gestiegen ist als der erwirtschaftete Umsatz, ist der durchschnittliche Umsatz je Unternehmen gesunken. Wächst die Zahl der Produzenten schneller als der Umsatz, so sinkt der Umsatz pro Unternehmen.

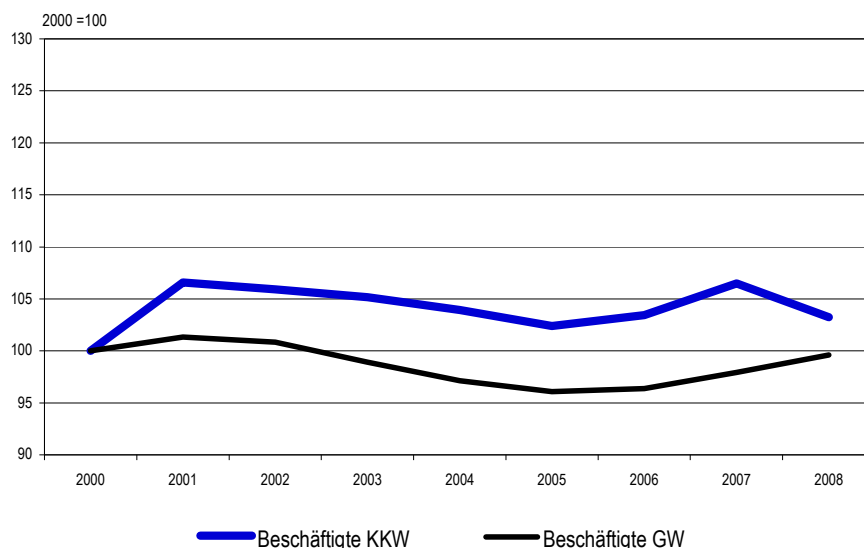
Bezogen auf das Vorjahr 2007 kehrte sich der bisherige Trend jedoch um: Der Umsatz in der Kultur- und Kreativwirtschaft wuchs um +9,9 %, während die Gesamtwirtschaft einen Umsatzzuwachs von nur +4,6 % verzeichnete.

1.3 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Im Jahr 2000 waren in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen rund 119.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte tätig, 2001 bereits rund 127.000. Nach einem stetigen Rückgang der Beschäftigtenzahlen bis 2005 erreichte die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2007 mit 127.059 sozialversicherungspflichtig beschäftigten Personen wieder das Niveau des Jahres 2001. 2008 nahm die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr erneut um 3,0 % ab. Das entspricht einem Rückgang um 3.500 Personen auf 123.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. In der Gesamtwirtschaft hingegen stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigte von 2007 auf 2008 um 1,7 %. Die Kultur- und Kreativwirtschaft stellt damit 2008 5,7 % aller in der Gesamtwirtschaft Hessen Beschäftigten.

Trotz zunächst fallender Umsätze bis zum Jahr 2003 ist die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft – im Gegensatz zur Gesamtwirtschaft – nie unter das Niveau des Jahres 2000 gesunken. Über den gesamten Zeitraum 2000 bis 2008 hinweg verzeichnete die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Beschäftigtenzuwachs von 3,3 %, während die Gesamtwirtschaft einen Rückgang von 0,4 % aufwies.

Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft und in der Gesamtwirtschaft in Hessen 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit.

1.4 Freiberuflich Tätige und Selbständige in kreativen Berufen

Die wachsende Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre öffentliche Wahrnehmung haben zu einer Aufwertung der selbständigen Kreativberufe und der Kreativunternehmen geführt. Die Zahl der Freiberufler sowie der Kleinst- oder Einpersonenunternehmen wächst in allen Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie empirische Studien belegen.³ Insbesondere die Stärke von Freiberuflern und kleinen Unternehmen, Trends zeitnah aufnehmen zu können sowie ihre Fähigkeit, schnell und flexibel auf Veränderungen am Markt zu reagieren, stellt ein wichtiges Wesensmerkmal der Kultur- und Kreativwirtschaft dar.

Die Zahl der Freiberufler in kreativen Berufen und der selbständigen Künstler, die in der Statistik der *Künstlersozialkasse Oldenburg (KSK)* in den vier inhaltlichen Sparten – Wort, Bildende Kunst, Musik und Darstellende Kunst – erfasst werden, nimmt in Hessen wie in Deutschland stetig zu.⁴ Während in Hessen im Jahr 2000 rund 8.500 Selbständige bei der Künstlersozialkasse gemeldet waren, waren es im Jahr 2009 (Januar) bereits 11.168 Personen.

Zunahme der selbständigen Künstler und Publizisten 2000 bis 2009

	Veränderung 2009 gegenüber 2000	
	in Hessen	auf Bundesebene
	in %	
Wort	+ 37,8	+ 55,7
Bildende Kunst	+ 20,3	+ 38,1
Musik	+ 39,5	+ 58,4
Darstellende Kunst	+ 41,4	+ 77,7
Alle Bereiche	+ 31,7	+ 51,8

Quelle: Berechnung der Hessen Agentur auf Basis von Daten der Künstlersozialkasse Oldenburg.

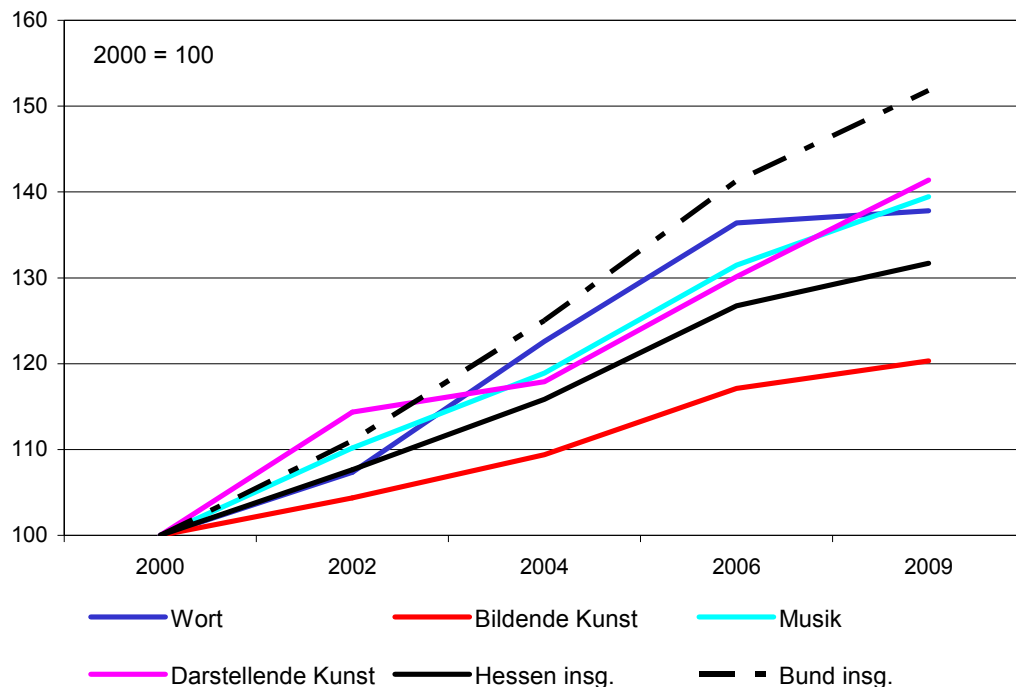
Allerdings fällt der Anstieg in Hessen seit dem Jahr 2000 mit +32 % gegenüber dem Bundeswert von +52 % relativ moderat aus. Auf Bundesebene stieg die Zahl der selbständigen Künstler und Publizisten von 2000 bis 2009 von 107.000 gemeldeten Personen auf knapp 163.000, seit 1991 hat sich ihre Zahl sogar knapp vervierfacht.

Während rund 10 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kulturwirtschaft in Deutschland auf das Land Hessen entfallen, sind es nur rund 7 % der Versicherten in Deutschland, die bei der KSK gemeldet sind.

3 Vgl. Söndermann, Michael (2007): Kulturwirtschaft: was ist das? In: Kulturwirtschaft 2006, Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren, 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft, Berlin 2006, Hrsg. Friedrich Naumann Stiftung, Berlin.

4 In der KSK gemeldete freiberuflich tätige Künstler, d. h. ohne jene Künstler, die ein Mikrounternehmen gründen und in der Unternehmensstatistik erfasst werden.

Entwicklung der selbständigen Künstler und Publizisten nach Teilbereichen in Hessen und insgesamt auf Bundesebene



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Künstlersozialkasse Oldenburg.

Es ist zu vermuten, dass die stetige Zunahme der selbständigen Künstler und Publizisten Umschichtungsprozesse abbildet. Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in künstlerischen Berufen werden zunehmend in die Selbständigkeit gedrängt. Immer mehr künstlerische Leistungen werden nur noch im Rahmen von Werkverträgen bzw. als freiberufliche Leistungen eingekauft. Ein Beispiel dafür ist die Werbebranche, in der immer weniger sozialversicherungspflichtig Beschäftigte arbeiten, ein Trend der trotz der seit 2003 wieder steigenden Umsätze anhält.

Die Verteilung der selbständigen Künstler und Publizisten auf die vier Bereiche Bildende Kunst, Musik, Wort und Darstellende Kunst hat sich in Hessen gegenüber dem Jahr 2000 nur unwesentlich verändert.

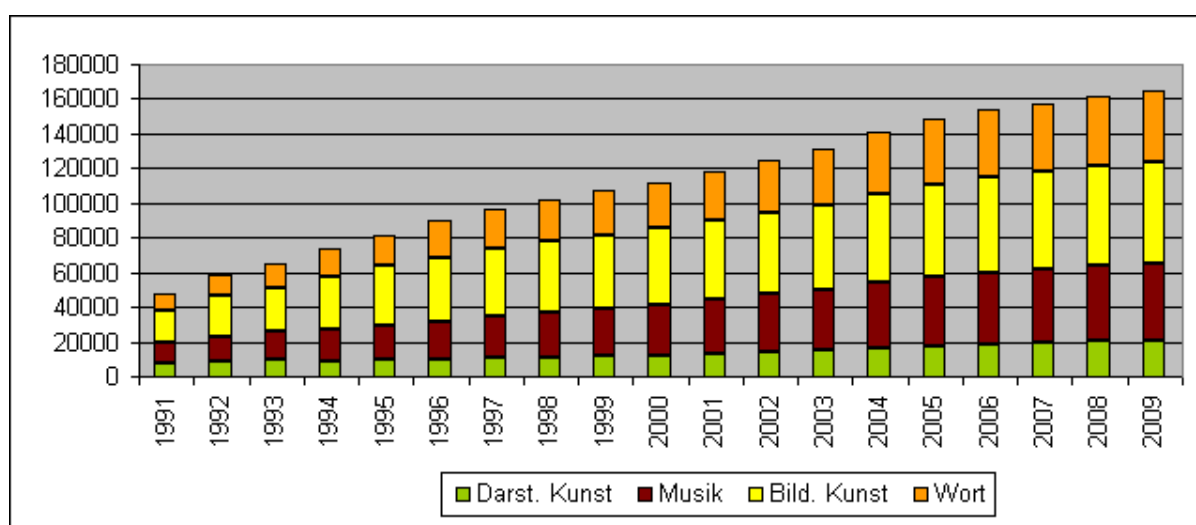
Die meisten Versicherten der KSK entfallen auch im April 2009 in Hessen auf den Bereich Bildende Kunst (36 % gegenüber 40 % im Jahr 2000), in der Sparte Musik sind in Hessen 2008 30 %, in der Sparte Wort 23 % der Künstler versichert und im Bereich Darstellende Kunst 11 %. Dieses Verteilungsmuster spiegelt sich auch in etwa auf Bundesebene wider.

Die stärkste Zunahme an Versicherten von 2000 bis 2009 hat es in Hessen mit gut +42 % im Bereich Darstellende Kunst gegeben (+349 Künstler). In den Bereichen

Musik und Wort betrug die Zunahme +40 % bzw. +38 % und im Bereich Bildende Kunst +20 %.

Auf Bundesebene hat ebenfalls der Bereich Darstellende Kunst den größten Zuwachs an Versicherten zu verzeichnen (+78 %), an zweiter Stelle liegen wie in Hessen die Bereiche Musik und Wort mit einem Zuwachs an Versicherten in Höhe von +58 % bzw. +56 %. Auf Bundesebene beträgt der Zuwachs an versicherten Künstlern in der Bildenden Kunst rund +38 %, das ist deutlich mehr als in Hessen.

Entwicklung der selbständigen Künstler und Publizisten in den Teilbereichen der KSK auf Bundesebene seit 1991



Quelle: Künstlersozialkasse Oldenburg.

Die hessischen Künstler gaben für das Jahr 2009 ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 13.883 Euro an. Gegenüber dem Jahr 2008 (13.513 Euro) ist dies ein Anstieg um 370 Euro bzw. eine Steigerung um knapp +3 %. In Hessen wie auch auf Bundesebene sanken die Durchschnittseinkommen der selbständigen Künstler bis 2006 zunächst kontinuierlich, erfreulicherweise war 2007 erstmalig ein leichter, und 2008 dann ein kräftigerer Anstieg der Durchschnittseinkommen zu verzeichnen, der sich 2009 moderat fortsetzte.⁵ Auf Bundesebene zeichnete sich der gleiche Trend ab, hier stiegen die Einkommen gegenüber 2008 um knapp 4 %.

Insgesamt liegen die Durchschnittseinkommen in Hessen in den vier Sparten höher als die Durchschnittseinkommen auf Bundesebene, insbesondere der Bereich Bildende Kunst fällt hier mit einer positiven Abweichung von +11,2 % positiv auf.

5 Bei der Interpretation dieser Einkommensangaben ist darauf hinzuweisen, dass es sich dabei um vorsichtige Schätzungen seitens der Künstler handelt.

Durchschnittseinkommen der selbständigen Künstler und Publizisten in Teilbereichen in Hessen in den Jahren 2000, 2008 und 2009

Teilbereich	Durchschnittseinkommen in Euro			Abweichung Hessen vom Bund 2009	Veränderung 2009 gegenüber 2008 in %
	2000	2008	2009		
Wort	14.769	16.371	17.065	+ 5,1	4,2
Bildende Kunst	12.047	13.758	14.166	+ 11,2	3,0
Musik	10.241	11.437	11.654	+ 4,3	1,9
Darstellende Kunst	10.256	11.940	12.158	+ 0,4	1,8
Alle Bereiche Hessen	11.970	13.513	13.883	+ 6,0	2,7
Alle Bereiche Bund	11.173	12.616	13.103	0	3,9

Quelle: Künstlersozialkasse Oldenburg.

2 Entwicklung der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft setzt sich aus insgesamt neun Teilmärkten zusammen. Jeder Teilmarkt wiederum umfasst mehrere Branchen. Im vorliegenden Datenreport werden zunächst die Teilmärkte im Überblick betrachtet, bevor die Entwicklung in den wichtigsten Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen dargestellt wird. Die Zusammensetzung der neun Teilmärkte ist im Anhang beigefügt.

Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen (in alphabetischer Reihenfolge)

1	Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst	6	Musikwirtschaft
2	Design und Kunsthandwerk	7	Rundfunk, Film und Fernsehen
3	Kulturelles Erbe	8	Software und Games
4	Kunstmarkt	9	Werbung und Public Relations
5	Literatur-, Buch und Pressemarkt		

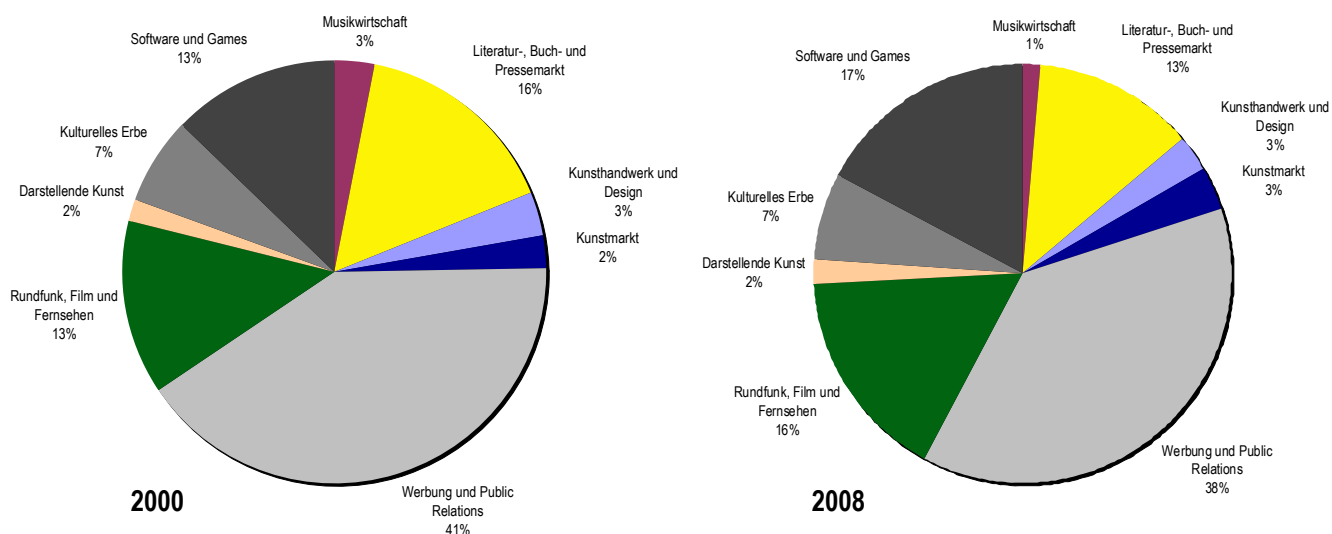
Mit Abstand umsatzstärkster Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft blieb in Hessen auch 2008 der Wirtschaftsbereich „Werbung und Public Relations“ mit gut 9,2 Milliarden Euro (2007: knapp 8,1 Milliarden Euro), das sind 38 % des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der relativ junge Teilmarkt „Software und Games“ weist 2008 einen wiederum gestiegenen Umsatz von 4,2 Milliarden Euro auf (2007: 2,6 Milliarden Euro) und ist erstmals zweitstärkster Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen. Er hat einen Umsatzanteil von 17 % am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Drittstärkster Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Wirtschaftsbereich „Rundfunk, Film und Fernsehen“ mit rund 4 Milliarden Umsatz gegenüber 3,9 Milliarden Euro im Jahr 2007. Das entspricht 2008 einem Anteil von 16 % am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft gegenüber 13 % im Jahr 2000.

An vierter Stelle folgt der „Literatur-, Buch- und Pressemarkt“ mit gut 3 Milliarden Euro Umsatz (2007: 3,1 Milliarden Euro). Er hat 2008 nur noch einem Anteil von 13 % am Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt. Im Jahr 2000 war er noch zweitstärkster Teilmarkt in Hessen.

Umsatzanteile der Teilmärkte in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2000 und 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes.

Umsätze in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Jahren 2000 bis 2008

Teilmarkt (in alphabetischer Reihenfolge)	Jahr					Veränderung	
	2000	2004	2006	2007	2008	2008 gegenüber 2000 in %	2008 gegenüber 2007 in %
In Millionen Euro							
Darstellende Kunst etc.	345	345	408	431	446	29,2	3,4
Design und Kunsthandwerk	729	617	644	824	651	-10,8	-21,1
Kulturelles Erbe	1.448	1.342	1.550	1.615	1.618	11,7	0,2
Kunstmarkt	532	461	474	620	827	55,4	33,4
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	3.393	3.272	3.235	3.186	3.044	-10,3	-4,4
Musikwirtschaft	673	287	338	340	352	-47,7	3,4
Rundfunk, Film und Fernsehen	2.884	3.521	3.399	3.862	3.971	37,7	2,8
Software und Games	2.740	2.438	2.618	3.132	4.210	53,6	34,4
Werbung und Public Relations	8.815	7.001	8.484	8.116	9.193	4,3	13,3
Kultur- und Kreativwirtschaft	21.561	19.284	21.150	22.127	24.312	12,8	9,9

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

Danach folgen der Teilmarkt „Kulturelles Erbe“ mit unverändert 1,6 Milliarden Euro Umsatz (7 %), der „Kunstmarkt“ mit knapp 830 Millionen Euro Umsatz (3 %) und der Teilmarkt „Design und Kunsthandwerk“ mit rund 650 Millionen Euro Umsatz (3 %). Einen eher geringen Stellenwert haben in Hessen die „Darstellende Kunst“

mit rund 450 Millionen Euro (2 %) und die „Musikwirtschaft“ mit rund 350 Millionen Euro Umsatz (1 %).

Gegenüber dem Vorjahr 2007 haben sich vor allem die Teilmärkte Software und Games, der Kunstmarkt sowie Werbung und Public Relations positiv entwickelt. Software und Games verzeichneten einen Umsatzzuwachs von +34 % und Werbung und Public Relations einen Zuwachs von +13 %. Für den Umsatzanstieg im Kunstmarkt ist vor allem das Versteigerungsgewerbe verantwortlich, welches jedoch nicht nur Kunstversteigerungen umfasst. Umsatzeinbußen gegenüber 2007 verzeichnen die Teilmärkte Literatur, Buch und Presse (-4 %) sowie Design und Kunsthandwerk (-21 %), hier jedoch vor allem in der Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan, Steingut, Steinzeug, Ton und Feinsteinzeug und nicht im klassischen Produktdesign.

Was die Beschäftigtenanteile betrifft, so ergibt sich ein anderes Bild: Der umsatzstarke Teilmarkt Werbung und Public Relations stellte 2007 nur 12 % und 2008 14 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, was u.a. mit der hohen Anzahl der freiberuflich Tätigen (Freelancer) zusammenhängen dürfte.

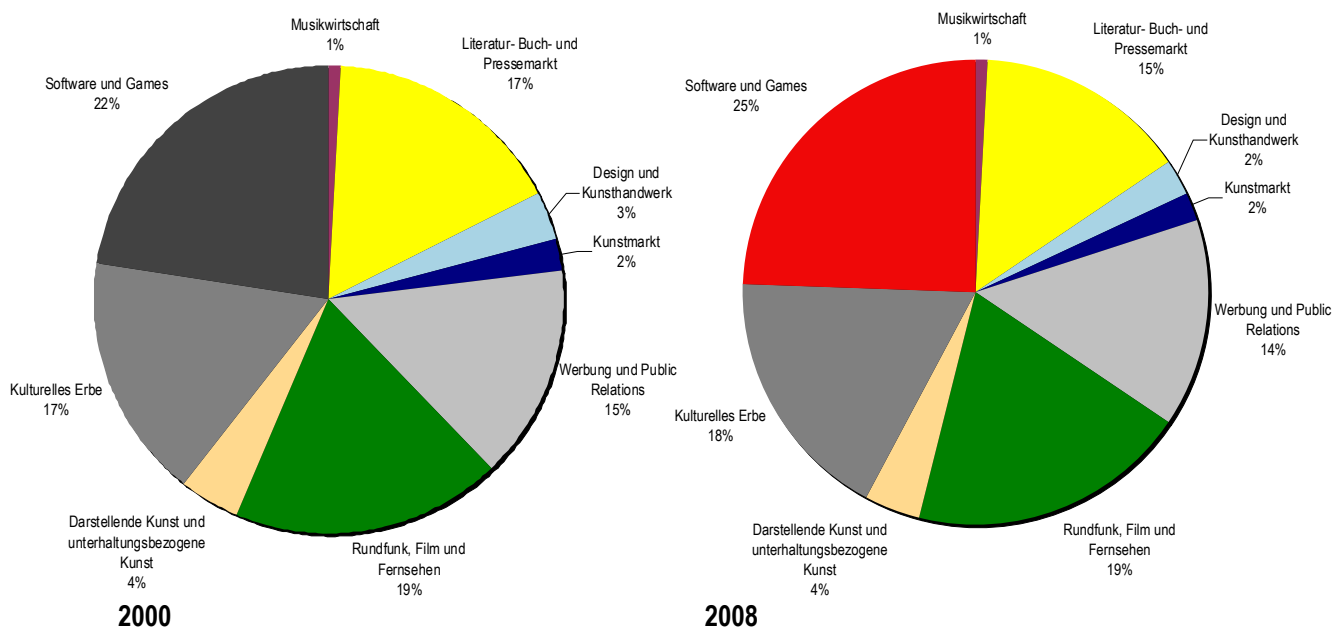
Den größten Beschäftigtenanteil an der Kultur- und Kreativwirtschaft hatte 2008 mit 25 % der Teilmarkt Software und Games. Dabei entfallen rund 18.000 Beschäftigte auf die Branche Entwicklung von Software und Internetpräsentationen und rund 15.500 auf die Softwareberatung. Auch hier dürften noch etliche freiberuflich Tätige hinzuzurechnen sein.

Der Bereich Rundfunk, Film und Fernsehen stellte im Jahr 2008 19 % der Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft, im Teilmarkt Kulturelles Erbe, der u.a. Forschungseinrichtungen im kulturellen Bereich und die Architekturbranche erfasst, sind 18 % der Beschäftigten tätig.

Einen Anstieg der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr verzeichnete zum einen der Literatur, Buch und Pressemarkt (+4 %), aber vor allem der Teilmarkt Werbung und Public Relations mit einem Zuwachs an Beschäftigten von +20 %. Mit diesem Beschäftigtenaufbau trägt der Teilmarkt den gestiegenen Auftragsvolumina und Umsätzen der letzten Jahre Rechnung. Ob sich dieser Trend fortsetzt, bleibt abzuwarten.

Mehr oder weniger stabil blieb die Beschäftigtenzahl in der Musikwirtschaft (+0,4 %), bei Design und Kunsthandwerk (+1 %) sowie im Bereich Rundfunk, Film und Fernsehen (-1,3 %). Einen deutlichen Beschäftigtenrückgang verbuchten der Kunstmarkt mit -17 %, der Teilmarkt Kulturelles Erbe mit -12 % sowie der umsatzstarke und von Umsatzzuwachs gekennzeichnete Teilmarkt Software und Games mit -10 %.

Beschäftigtenanteile der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft 2000 und 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit.

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft im Zeitraum 2000 bis 2008

Teilmarkt (in alphabetischer Reihenfolge)	Jahr					Veränderung	
	2000	2004	2006	2007	2008	2008 gegenüber 2000 in %	2008 gegenüber 2007 in %
Darstellende Kunst etc.	5.062	5.005	4.882	4.926	4.794	-5,3	- 2,7
Design und Kunsthandwerk	3.931	3.236	2.937	2.966	3.001	-23,7	1,2
Kulturelles Erbe	20.307	24.203	23.719	25.077	22.039	8,5	- 12,1
Kunstmarkt	2.801	2.608	2.523	3.024	2.526	-9,8	- 16,5
Literatur, Buch und Pressemarkt	19.797	18.564	17.708	17.670	18.310	-7,5	3,6
Musikwirtschaft	1.103	994	961	910	914	-17,1	0,4
Rundfunk, Film und Fernsehen	22.079	23.294	22.913	24.282	23.976	8,6	- 1,3
Software und Games	26.762	29.731	33.225	33.511	30.010	12,1	- 10,4
Werbung und Public Relations	17.499	16.411	14.586	14.693	17.649	0,9	20,1
Kultur- und Kreativwirtschaft	119.341	124.046	123.454	127.059	123.219	3,2	- 3,0

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit.

3 Entwicklung der wichtigsten Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen

Da die Stärke der einzelnen Teilmärkte abhängig ist von ihrer jeweiligen Abgrenzung bzw. der Art der Zusammenfassung von Branchen, ist ein Blick auf die wesentlichen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft noch aussagekräftiger. In der Regel bilden mehrere Branchen einen Teilmarkt, Ausnahmen stellen hier die Branchen Musik, Kunstmarkt sowie Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst dar. Hier sind Branche und Teilmarkt aufgrund der geringen Größe identisch.⁶

Darüber hinaus wird im Folgenden zwischen Branchen mit einem hohem kreativen Anteil (insgesamt 14) und Branchen mit einem geringeren kreativen Anteil (insgesamt 10) unterschieden. Beide Bereiche stellen in etwa die Hälfte des Umsatzes und in etwa auch die Hälfte der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Zu den Branchen mit einem eher hohen kreativen Anteil gehören:

- Werbegestaltung und PR (Teilmarkt Werbung und PR)
- Verlagsgewerbe (Teilmarkt Literatur, Buch und Presse)
- Entwicklung von Software und Internetpräsentationen (Teilmarkt Software und Games)
- Architektur (Teilmarkt Kulturelles Erbe)
- Presse und Nachrichten (Teilmarkt Literatur, Buch und Presse)
- Filmherstellung (Teilmarkt Rundfunk, Film und Fernsehen)
- Musikwirtschaft
- Kunstmarkt
- Selbständige Lehrer (Teilmarkt Kulturelles Erbe)
- Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst
- Design (Teilmarkt Design und Kunsthandwerk)
- Rundfunk und Fernsehen (Teilmarkt Rundfunk, Film und Fernsehen)
- Kunsthandwerk und Kunstgewerbe (Teilmarkt Design und Kunsthandwerk)
- Schriftsteller, Übersetzer (Teilmarkt Literatur, Buch und Presse)

6 Die hier zugrunde liegende Branchengliederung ist im Anhang beigefügt.

Zu den Branchen mit einem eher geringen kreativen Anteil gehören

- Markt- und Meinungsforschung / Unternehmensberatung (Teilmarkt Literatur, Buch und Presse)
- Mikroverfilmung (Teilmarkt Rundfunk, Film und Fernsehen)
- Werbemittelverbreitung (Teilmarkt Werbung und PR)
- Softwareverlag, -handel und -beratung (Teilmarkt Software und Games)
- Organisationen und Einrichtungen im Bereich der Sprach-, Kunst- und Kulturwissenschaften (Teilmarkt Kulturelles Erbe)
- Herstellung v. Kameras, Foto-, Projektions- u. Kinogeräten (Teilmarkt Rundfunk, Film und Fernsehen)
- Einzelhandel Bücher, Zeitschriften, Video (Teilmarkt Literatur, Buch und Presse)
- Herstellung und Handel mit Uhren und Schmuck (Teilmarkt Kunsthandwerk und Design)
- Vervielfältigung von Bild- und Datenträgern (Teilmarkt Rundfunk, Film und Fernsehen)
- Bibliotheken und Büchereien (Teilmarkt Literatur, Buch und Presse).

In der Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Umsatzzuwachs in den Branchen mit einem geringeren kreativen Anteil insgesamt deutlich höher. Mit knapp +15 % Zuwachs ist er bezogen auf das Jahr 2000 gegenüber den Branchen mit hohem kreativen Anteil gut doppelt so hoch. Diese verzeichnen im gleichen Zeitraum nur einen Umsatzzuwachs von +8 %. Gegenüber dem Vorjahr 2007 ist der Umsatzzuwachs mit rund +16 % sogar vierfach so hoch wie bei den Branchen mit hohem kreativen Anteil (+4 %).

Die mit Abstand stärksten Branchen mit hohem kreativen Anteil und einem Umsatz über 2 Milliarden Euro sind 2008 Werbegestaltung und Public Relations mit 2,8 Milliarden Euro, die Entwicklung von Software und Internetpräsentationen mit 2,5 Milliarden Euro und das Verlagsgewerbe mit 2,2 Milliarden Euro. Danach folgt mit 0,9 Milliarden Euro die Architektur als viertstärkste Branche.

Gegenüber dem Jahr 2007 ist somit die Entwicklung von Software und Internetpräsentationen zur zweitstärksten Branche in diesem kreativen Bereich geworden. Während die Entwicklung von Software und Internetpräsentationen und die Architektur ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr steigern konnten, stagnierte er bei Werbegestaltung und Public Relations und ging im Verlagsgewerbe sogar zurück.

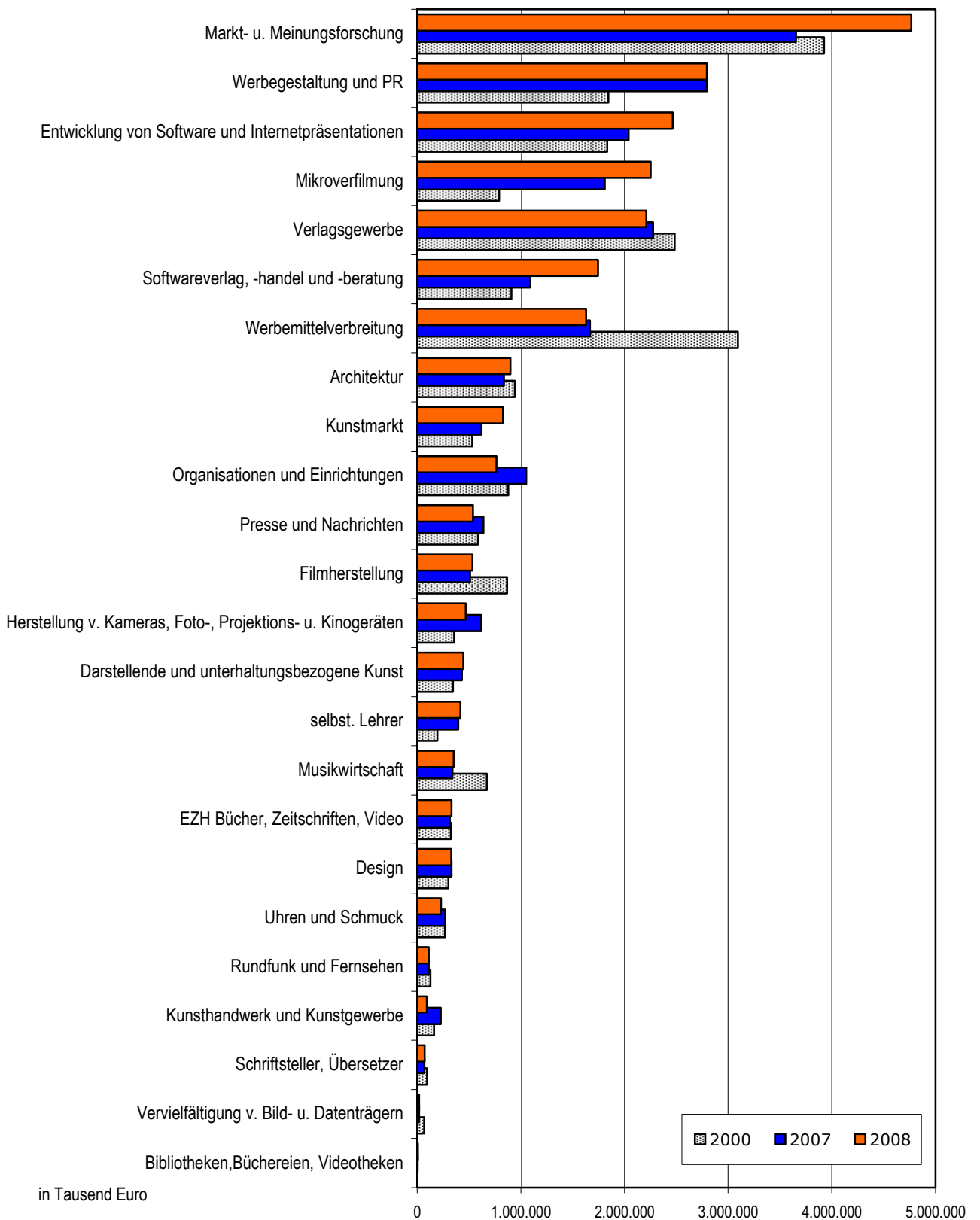
Umsätze in den Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft 2007 und 2008

Branchen	Umsatz		Veränderung gegenüber	
	2007	2008	2007	2008
	in Millionen Euro		in%	
Mit hohem kreativen Anteil				
Werbegestaltung und Public Relations	2.794	2.794	0,0	51,4
Entwicklung von Software und Internetpräsentationen	2.041	2.464	20,7	34,5
Verlagsgewerbe	2.276	2.211	-2,9	-11,0
Architektur	838	901	7,5	-4,4
Kunstmarkt	620	827	33,4	55,4
Presse und Nachrichten	640	539	-15,8	-8,1
Filmherstellung	510	535	4,9	-38,3
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	431	446	3,5	29,2
Selbständige Lehrer	398	418	5,0	112,6
Musikwirtschaft	340	352	3,5	-47,7
Design	330	329	-0,3	8,9
Rundfunk und Fernsehen	112	112	0,0	-12,4
Kunsth Handwerk und Kunstgewerbe	229	94	-59,0	-42,0
Schriftsteller, Übersetzer	70	71	1,4	-25,5
Summe	11.630	12.094	4,0	10,0
Mit geringerem kreativen Anteil				
Markt- u. Meinungsforschung	3.654	4.768	30,5	21,5
Mikroverfilmung	1.810	2.252	24,4	184,7
Softwareverlag, -handel und -beratung	1.090	1.745	60,1	92,1
Werbemittelverbreitung	1.667	1.631	-2,2	-47,3
Organisationen und Einrichtungen	1.052	764	-27,4	-13,0
Herstellung v. Kameras, Foto-, Projektions- u. Kinogeräten	617	469	-24,0	31,1
EZH Bücher, Zeitschriften, Video	314	332	5,7	2,3
Uhren und Schmuck	270	232	-14,1	-13,4
Vervielfältigung v. Bild- u. Datenträgern	19	19	0,0	-71,7
Bibliotheken und Büchereien	4	6	50,0	118,9
Summe	10.497	12.218	16,4	15,1
Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt	22.127	24.312	9,9	12,5

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes.

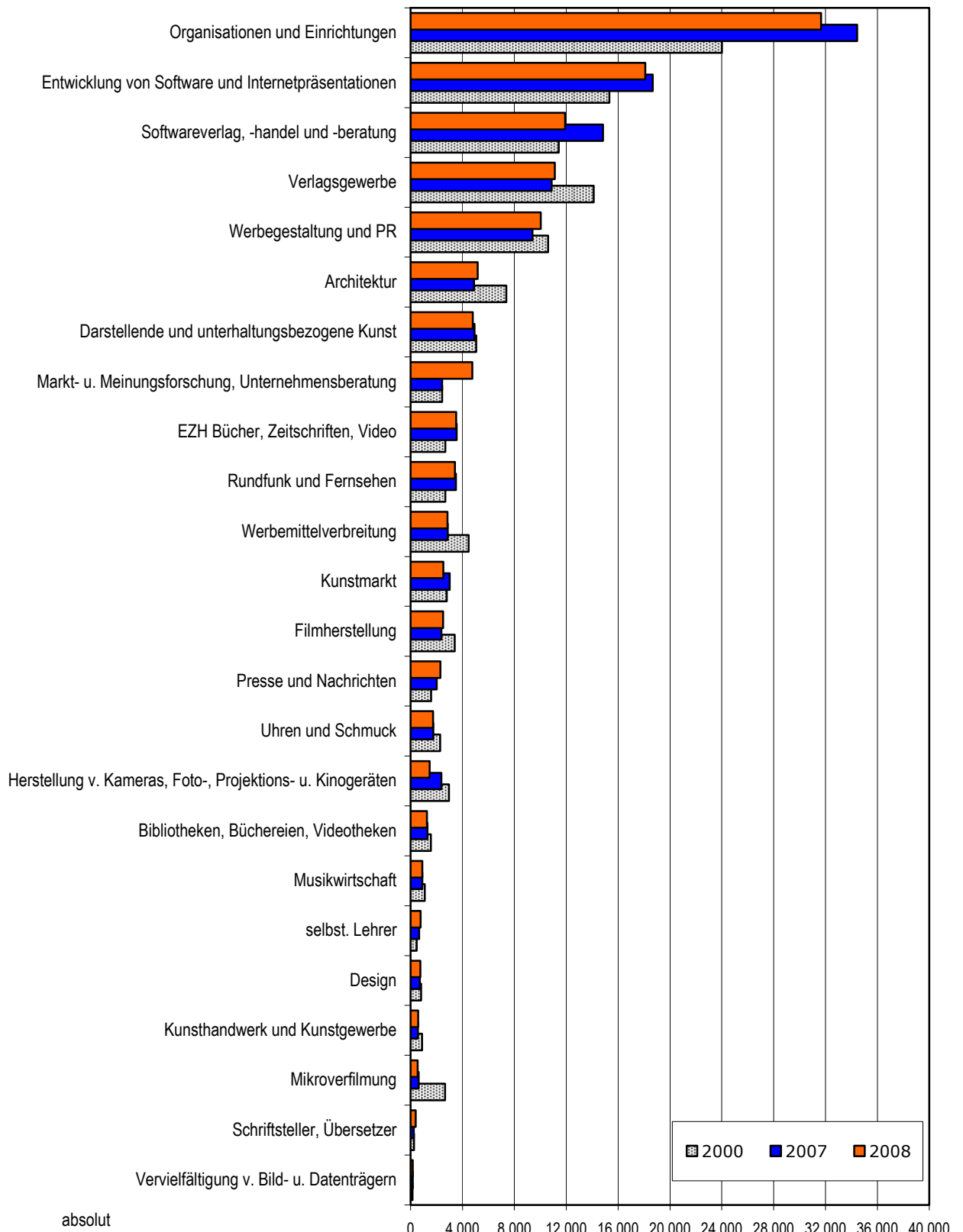
Unter den Branchen mit geringerem kreativen Anteil dominiert wie schon 2007 mit 4,8 Milliarden Euro Umsatz die Markt- und Meinungsforschung / Unternehmensberatung, die knapp 4.800 Beschäftigte zählt. Drei weitere starke Branchen sind die Mikroverfilmung mit 2,3 Milliarden Euro Umsatz und nur rund 540 Beschäftigten, Softwareverlag und -handel und -beratung mit 1,75 Milliarden Euro Umsatz und rund 12.000 Beschäftigten sowie die Werbemittelverbreitung mit 1,6 Milliarden Euro Umsatz und rund 2.900 Beschäftigten. Bis auf die Werbemittelverbreitung, die leichte Umsatzeinbußen von rund -2 % gegenüber 2007 hinnehmen musste, weisen die übrigen genannten Branchen gegenüber dem Vorjahr Umsatzsteigerungen zwischen 24 % und 60 % auf.

Umsätze 2000, 2007 und 2008 in den Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes.

Beschäftigte 2000, 2007 und 2008 in den Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit.

Bezogen auf die Anzahl der Beschäftigten zählen vier der fünf stärksten Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Branchen mit hohem kreativen Anteil: Die Entwicklung von Software und Internetpräsentationen weist unter allen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit rund 18.000 Personen die meisten Beschäftigten auf. In Werbegestaltung und Public Relations sind rund 10.000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, im Verlagsgewerbe sind es rund 11.000 und bei den Architekten rund 5.200 Personen. Zu den fünf stärksten Branchen im Hinblick auf die Beschäftigten zählt aber auch Softwareverlag, -handel und -beratung.

Klassische kreative Branchen wie Kunst, Musik, Filmherstellung und Design weisen dagegen sowohl wesentlich niedrigere Umsätze als auch Beschäftigtenzahlen auf.

3.1 Branchen mit einem eher hohen kreativen Anteil

Werbegestaltung und Public Relations (PR)

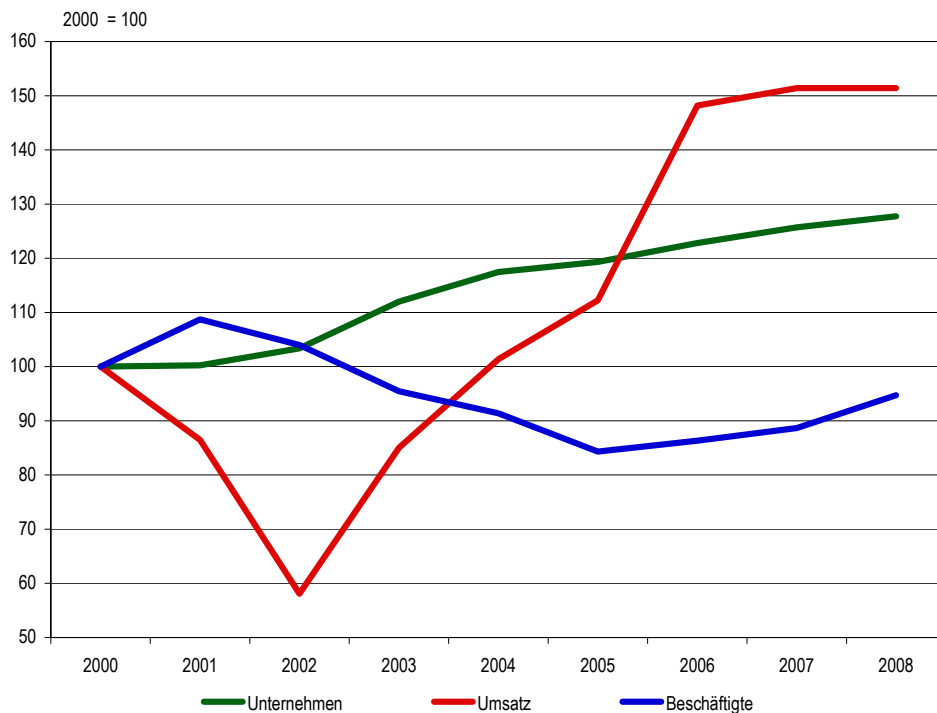
Die mit 2,8 Milliarden Euro umsatzstärkste Branche Werbegestaltung und Public Relations umfasst im Wesentlichen die klassischen Werbe- und PR-Agenturen (Präsentationsdesign, vor allem Werbegestaltung, Grafik- und Fotodesign, Webdesign, Multimedia-Design, CI-Design, Messegestaltung). Die Umsätze sind seit dem Jahr 2000 um rund +51 % gestiegen, während der Anstieg der Unternehmenszahl nur +13 % betrug, d.h. die einzelnen Unternehmen verzeichneten im Durchschnitt einen deutlichen Umsatzzuwachs. Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist im Gegensatz dazu im gleichen Zeitraum um -5 % zurückgegangen. 2008 waren nur rund 10.000 Personen in der Branche sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Dies wiederum lässt auf einen hohen Anteil an freiberuflich Tätigen schließen.

Die Branche hatte nach erheblichen Umsatzsteigerungen in den 90er Jahren und mit dem Ende dieses Umsatz-Hypes in den Folgejahren 2001 bis 2003 starke Umsatzeinbußen hinzunehmen. Der Umsatz schrumpfte von 1,85 Milliarden Euro im Jahr 2000 auf 1,55 Milliarden Euro im Jahr 2003. Mit dem Jahr 2004 setzte jedoch ein beachtlicher Erholungsprozess ein, so dass der Umsatz bereits im Jahr 2006 mit 2,7 Milliarden Euro das Niveau des Jahres 2000 wieder deutlich übertraf. Im Jahr 2007 stieg der Umsatz dann erneut und betrug 2,8 Milliarden Euro. Auf diesem Niveau stagnierte er 2008.

Etwas zeitversetzt zum Umsatzeinbruch waren die Beschäftigtenzahlen in der Branche bis einschließlich 2004 gesunken, stiegen dann aber ab 2006 wieder leicht an. Im Jahr 2006 waren rund 9.000 Beschäftigte in der Branche tätig, 2007 rund 9.500 und 2008 schließlich rund 10.000 Beschäftigte. Der erhebliche Umsatzanstieg wurde also mit einer nur leicht erhöhten Anzahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter realisiert. Inwieweit die Zahl der Selbständigen und Freelancer in der Werbegestaltung und bei Public Relations in den letzten Jahren zugenommen hat,

lässt sich nicht ermitteln. Ein Zuwachs ist aber wie bei allen kreativen Berufen sehr wahrscheinlich. Trotzdem haben die etablierten Agenturen und Unternehmen der Branche Schwierigkeiten, in der Rhein-Main-Region geeignete Bewerber für offene Stellen zu finden. Dies wurde anlässlich des Branchengesprächs „Werbung und Kommunikationsdesign“⁷ deutlich, welches im Mai 2010 in Frankfurt im Rahmen des *ADC-Gipfels*, des *Festivals des Art Directors Club Deutschland (ADC)*, vom Land Hessen ausgerichtet wurde.

Werbegestaltung und PR: Entwicklung von Unternehmen, Umsatz und Beschäftigten 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Die Zuwachsrate der Werbeausgaben der Wirtschaft war noch 2006 mit gut +2 % etwa doppelt so hoch wie in den beiden Jahren zuvor. 2007 verlor die Werbekonjunktur jedoch wieder an Schwung. Wie der *Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW)* – ein Zusammenschluss von 40 Verbänden der werbenden Unternehmen, von Medien und Agenturen – berichtete, erzielten die Werbeausgaben im Jahr 2007 ein Wachstum von nur noch +1,8 %. Im Jahr 2008 hat der Werbemarkt laut ZAW in Deutschland sogar Verluste gemacht. Besonders betroffen von der Werbeschwäche waren die Medien. Laut ZAW wirkte sich der Abschwung der deutschen Wirtschaft auch auf den Werbemarkt aus. So gingen u.a. die Betriebsmittel für Marktkommunikation zurück, da Märkte (z.B. im Automobilsektor) weg

7 Vgl.: Dokumentation Branchengespräch „Werbung und Kommunikationsdesign“ 14. Mai 2010, Dokumentation, Hrsg. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden 2010.

brachen, Sättigungsgrenzen erreicht waren (z.B. bei Telekommunikation und Online-Diensten) oder weil der Konsum sinkt.⁸

Der aktuellen Markt-Analyse des ZAW⁹ zufolge sind die Investitionen in Werbung (d.h. in die Werbemittelproduktion und in die Werbemittelverbreitung) im zurückliegenden Jahr 2009 erneut stark eingebrochen, was einem Rückfall auf das monetäre Niveau des Jahres 2003 gleich kam. 2010 sei wieder eine tendenzielle Aufwärtsbewegung erkennbar. Die aktuelle Lage der Werbebranche sei von positiven Nachrichten wie zunehmenden Anzeigenerlösen und steigende Aufträgen zur Schaltung von Spots und Plakaten begleitet. 2010 könne aber noch nicht von einem durchgreifenden Aufschwung bei den Investitionen der Unternehmen in Werbung ausgegangen werden.

Wie anlässlich des o.g. Branchengesprächs ebenfalls deutlich wurde, besteht der Vorzug der Rhein-Main-Region u.a. in einer hohen Dichte an Niederlassungen zahlreicher internationaler Unternehmen der Werbebranche. Mit *Procter & Gamble* und *Ferrero* sind die größten werbetreibenden Unternehmen hier ansässig, eine wichtige Rolle spielt am Standort Frankfurt natürlich auch die Finanzkommunikation: Die Region bietet daher Werbe- und PR-Agenturen ein breites Kunden- und Betätigungsfeld und weist weitere Wachstumspotenziale auf. So wird der *ADC-Gipfel* als wichtigster Treff der Werbe- und Designbranche auch in den Jahren 2011 und 2012 in Frankfurt stattfinden.

Da Werbegestaltung und Public Relations in der Regel stark auf ihr zuarbeitende spezialisierte freie Dienstleister angewiesen ist und selbst keine sehr hohe „Fertigungstiefe“ aufweist, ist sie mit anderen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft wie Design, Software und Games oder Film z.B. über Medienagenturen oder Werbe- und Imagefilmunternehmen vernetzt. Zwei der größten deutschen Werbefilmunternehmen – die *Neue Sentimental Film Mood and Motion* und *Tempomedia* – sind von Frankfurt aus weltweit aktiv. In Frankfurt wird jährlich der *vdw award*, der "Oscar des Werbefilms", vom *Verband Deutscher Werbefilmer (vdw)* verliehen.¹⁰

Aufgrund dieser Netzwerkbildung spielt der „Metropolenfaktor“ gerade für Werbeagenturen eine wichtige Rolle. Insofern sind Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und Stuttgart die „Hauptstädte“ der Agenturen.

Die Bedeutung der Werbebranche für den Standort Frankfurt wurde in dem 2008 erschienenen Bericht zur Kreativwirtschaft in Frankfurt unterstrichen.¹¹ Der Bericht kommt zu dem Schluss, dass die Frankfurter Werbe-, PR- und Kommunikationsbranche vielfältig und herausragend sei, zumal in Frankfurt Agenturen ihre Haupt-

8 Vgl. ZAW-BILANZ: Werbemarkt kämpft mit Rezession, www.zaw.de

9 <http://www.zaw.de/index.php?menuid=33>

10 Vgl. hierzu auch: www.frankfurt.de. Rubrik Wirtschaft >Branchenfokus->Kreativwirtschaft

11 Berndt, Goeke, Lindner, Neisen (Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt, Institut für Humangeografie) (2008): Kreativwirtschaftsbericht Frankfurt.

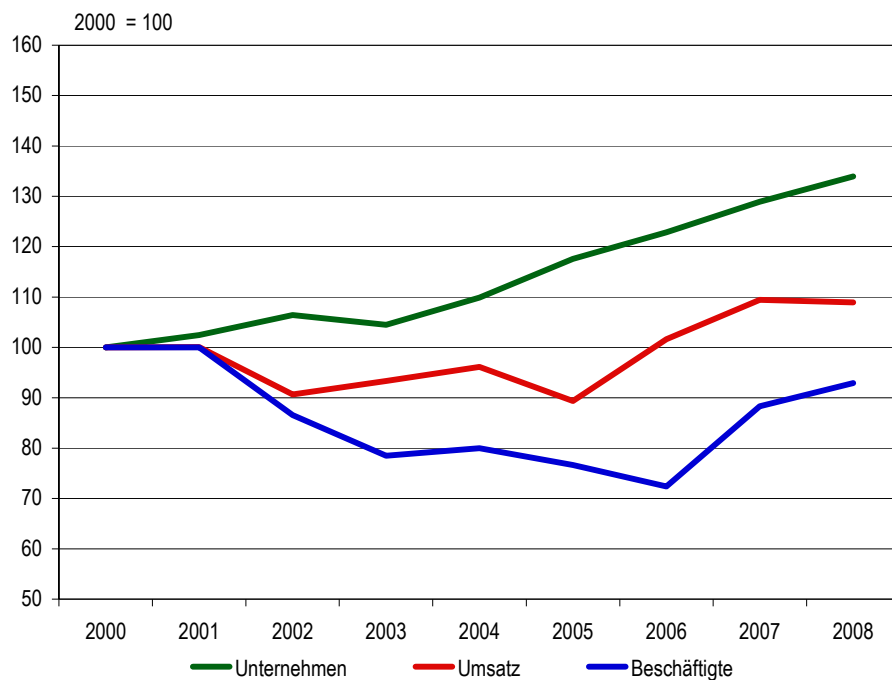
sitze hätten, die weltweit einzigartig seien, darunter *JWT (ehemals J. Walter Thompson), McCann-Erickson, Leo Burnett, Ogilvy & Mather, Publicis, Saatchi & Saatchi, Young & Rubicam, Wunderman* und *OgilvyOne Worldwide*. Aber nicht nur große Agenturen, auch unzählige kleine Werbeagenturen sind in Frankfurt zu Hause.

Design

Die eng mit der Werbebranche vernetzte Designbranche umfasst in der hier gewählten Definition im Wesentlichen das „Produktdesign“, d.h. Design von Konsumgütern, vor allem von Mode, Textilien, Möbeln, Objekten und sonstigen Industriegütern. Hinzu kommen Kleinbetriebe bzw. Ateliers für Mode, Textilien, Schmuck, die ihre Produkte nicht nur entwerfen, sondern auch selbst vermarkten.

Die Branche konnte ihren Umsatz seit dem Jahr 2000 auf etwa 330 Millionen Euro im Jahr 2007 steigern, 2008 blieb der Umsatz mit rund 329 Millionen Euro stabil. Die Beschäftigtenzahlen steigen seit 2007 wieder an und die Zahl der Unternehmen wächst seit 2004 kontinuierlich.

Design: Entwicklung von Unternehmen, Umsatz und Beschäftigten 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Die Umsätze sind somit seit dem Jahr 2000 um rund +9 % gestiegen, während der Anstieg der Unternehmen jedoch +33 % betrug, d.h. die einzelnen Unternehmen verzeichneten im Durchschnitt einen deutlich geringeren Umsatz. Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist im gleichen Zeitraum um -7 % zurückgegangen. Der Umsatzanstieg in den letzten Jahren bis einschließlich 2008 korrespondierte also nicht mit einem Aufbau der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. 2008 waren nur rund 750 Personen in der Branche sozialversicherungspflichtig beschäftigt, was auch hier auf einen hohen Anteil an freiberuflich Tätigen und Ein-Personen-Unternehmen schließen lässt.

Obwohl in der Designbranche im Vergleich zur stärksten kreativen Branche – Werbegestaltung und PR (2,8 Mrd. Euro) – nur rund 330 Millionen Euro umgesetzt werden, spielt sie in Hessen eine wichtige Rolle, weil sie inhaltlich sehr eng mit Werbegestaltung und PR verflochten ist.

Beide Branchen, Werbung und Public Relations wie auch Design, sind in Hessen darüber hinaus mit einer ausgezeichneten und vielfältigen Hochschullandschaft vor allem in der Rhein-Main-Region unterlegt. Hier werden eine Vielzahl von Studiengängen im Bereich Werbung, Design und Innenarchitektur angeboten. Zu nennen sind vor allem die Hochschulen in Offenbach, Darmstadt, Wiesbaden und Mainz, ergänzt um Ausbildungsmöglichkeiten an zahlreichen privaten Akademien wie die *Frankfurter Akademie für Kommunikation und Design*, das *Institut für Marketing und Kommunikation (IMK)* in Wiesbaden oder die *Zeichenakademie* in Hanau, die 2010 den Status einer Berufsakademie erhalten hat.

Darüber hinaus haben zahlreiche Kompetenzzentren aus den Bereichen Werbung und Public Relations, Design und (Innen-)Architektur z.B. der *Werkbund*, der *Rat für Formgebung oder Hessen design e.V.* sowie branchenbezogene Vereine und Netzwerke wie der *Deutsche Designer Club (DDC)*, der *Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA)*, die *Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V. (GPRA)*, der *Marketing Club Frankfurt* ihren Sitz in Hessen. In Frankfurt ansässig sind darüber hinaus die Fachzeitschrift *Horizont*, eines der wichtigsten nationalen Fachmedien für Werbung und Medien und das *Deutsche Werbemuseum*.

Diesem „Cluster“ in der Rhein-Main-Region steht in Nordhessen die Stadt Kassel als Einzelschwerpunkt mit kreativen Studiengängen an der Universität Kassel einschließlich der Kunsthochschule und der *Werkakademie für Gestaltung* etc. gegenüber.

Kompetenzzentren Werbung und Design sowie künstlerisches Handwerk (Auswahl)

Ort	Universitäten und weitere Ausbildungsstätten	Kurzbeschreibung
Bad Sooden-Allendorf	Private Fachhochschule Nordhessen	Dress and Beauty
Bad Wildungen	Holzfachschule	Bildungs- und Informationszentrum der Holzwirtschaft mit umfangreichem Aus- und Weiterbildungsangebot für Handwerk und Industrie. Träger der Fachschule ist ein eingetragener Verein mit ca. 200 Mitgliedern aus der Holzwirtschaft und deren Zulieferindustrie. Die Schule ist staatlich anerkannt und wird rein privatwirtschaftlich geführt.
Darmstadt	Hochschule Darmstadt, University of Applied Sciences	Industriedesign, Kommunikationsdesign
Frankfurt	Staatliche Hochschule für Bildende Künste Städelschule	Freie Bildende Kunst, Institut für Kunstkritik
Frankfurt	Frankfurter Schule für Bekleidung und Mode	Bekleidungsgestaltung, Bekleidungstechnik
Frankfurt	Academy of Visual Arts	Achtsemestriges, staatlich anerkanntes Studium. Studienschwerpunkte: Grafikdesign, Illustration, Fotografie, Raumgestaltung, Produktentwicklung, Interaktive Medien und Film / Video.
Hanau	Staatliche Zeichenakademie	Die Akademie wurde 1772 gegründet und ist eine der ältesten deutschen Aus- und Weiterbildungsstätten für das Gold- und Silberschmiedehandwerk.
Kassel	Kunsthochschule in der Universität Gesamthochschule Kassel	Produkt Design, Visuelle Kommunikation
Kassel	Kasseler Werkakademie für Gestaltung	Träger ist die Handwerkskammer. Zweijährige Zusatzausbildung im Bereich Gestaltung für Handwerker.
Marburg	Philipps-Universität	Kunst, Musik und Medien: Organisation und Vermittlung, Kunstgeschichte
Offenbach	Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main	Visuelle Kommunikation, Produktgestaltung
Offenbach	Hessische Film- und Medienakademie (hFMA)	Netzwerk der Film- und Medienfachbereiche von 13 Universitäten, Fachhochschulen sowie Kunst- und Musikhochschulen in Hessen
Offenbach	Schule für Mode Grafik Design	Zielgruppe: Hochschulbewerber, Weiterbildung, Kunst-, Design- und Modeinteressierte. Design & Kunst Kurse, Zeichenkurse, Modezeichnen, Typografie & Collage, Malerei, Plastisches Gestalten, Druckverfahren, Fotografie, Hut-Design
Wiesbaden	Hochschule RheinMain	Kommunikationsdesign
Wiesbaden	Wiesbadener Freie Kunstschule wfk	Erwachsenenbildung, Hochschulvorbereitung. Kunsttheorien (Kompositionslehre, Synthetisches Zeichnen, Farbenlehre, Kunstgeschichte, Objektive Werkanalyse, Semantisierungsschule), Handwerklich-künstlerische Disziplinen (Malerei, Zeichnen, Künstlerische Fotografie, Video als künstlerisches Medium), Technikstudium (Malerei / Zeichnen)
Wiesbaden	IMK, Privates Institut für Marketing und Kommunikation GmbH	Ausbildung zum Werbekaufmann und Kommunikationswirt
Ort	Institutionen / Stiftungen / Verbände / Vereine	Kurzbeschreibung
Darmstadt	Hessen Design e.V.	Förderung der Entwicklung und Verbreitung guten Designs als integrierter Bestandteil vorbildlicher Industrie- und Handwerkskultur, Design- und Wissenstransfer, Designforschung, Aufbau von Sammlungen zur Wirtschaftsgeschichte, Wirtschaftsförderung. Das Kompetenz-Zentrum gibt Designern und Unternehmen gezielte Informationen und Orientierung über Design, neutrale Beratung in der effizienteren Anwendung von Design und Förderung des fachübergreifenden Erfahrungsaustauschs aller an Design- und Innovationsprozessen Beteiligten.
Darmstadt	Institut Mathildenhöhe	Kultureinrichtung der Stadt Darmstadt. Organisation und Konzeption von Wechsellausstellungen zu Themen der Kunst-, Kultur- und Designgeschichte
Darmstadt	Institut für Neue Technische Form e.V. (INTEF)	Das Institut ist 1952 von Prinz Ludwig von Hessen und bei Rhein und der Stadt Darmstadt als erstes deutsches Design-Institut gegründet worden.
Frankfurt	Deutscher Werkbund	Einsatz für Gestaltungsqualität, Arbeitsbereiche: <ol style="list-style-type: none"> 1. Erhaltung der Lebensgrundlagen 2. Schonung der Ressourcen 3. Raum- und Stadtplanung 4. Gestaltung von Produkten und Kommunikationsmitteln Themen: Architektur, Design, Grafik, Fotografie, Kunsthandwerk, Städtebau, Stadtentwicklung und Landschaft, darüber hinaus Themen aus Soziologie, Philosophie und anderen Wissenschaften

Ort	Institutionen / Stiftungen / Verbände / Vereine	Kurzbeschreibung
Frankfurt	Rat für Formgebung (Stiftung)	Kompetenzzentrum für Kommunikation und Wissenstransfer im Bereich Design. Förderung des Designs als künstlerisch bedeutsamer Bestandteil der angewandten Kunst und der Alltagskultur, Stärkung der Qualität der Hochschulausbildung. Repräsentanz des Designs im In- und Ausland. Weltweit führendes Kompetenzzentrum für Kommunikation und Wissenstransfer im Bereich Design. Wettbewerbe, Ausstellungen, Konferenzen, Beratungsleistungen, Recherchen und Publikationen.
Frankfurt	Institut für Neue Medien (INM)	Das INM wird seit 1994 als autonome Plattform im Aufgabengebiet Neue Medien Forschung und Entwicklung und Internet Anwendungen und Lösungen geführt. Gegründet wurde es bereits 1989 als An-Institut der Städelschule.
Frankfurt	Deutscher Designer Club (DDC),	Gegründet wurde der DDC 1989 von sieben Personen. Ziel war es, eine Plattform für Produktdesign zu schaffen. Heute hat sich der Club zu einer Plattform mit interdisziplinärem Ansatz entwickelt.
Frankfurt	Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.	Der GWA spricht für die Agenturbranche gegenüber Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit. Er verdeutlicht die Funktion von Wirtschaftskommunikation, Werbung und Agenturen in der Marktwirtschaft, national und international. Er vertritt die Interessen seiner Mitglieder, die zu den besten Kommunikationsagenturen der Branche gehören, den Marktpartnern gegenüber.
Frankfurt	Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V. (GPRA)	Die GPRA ist der Wirtschafts-Verband führender PR-Agenturen Deutschlands.
Frankfurt	Marketing Club Frankfurt	Der Marketing Club Frankfurt wurde 1954 gegründet. Er ist der älteste und mitgliederstärkste Marketing Club Deutschlands und Marktführer unter den 66 Clubs, die sich im Deutschen Marketing-Verband, Düsseldorf, zusammengeschlossen haben. Der Marketing Club Frankfurt ist anerkannter Berufsverband des Marketing-Managements.
Frankfurt	Bundesverband Kunsthandwerk, Berufsverband Handwerk Kunst Design e.V. (BK)	Die wirtschaftliche und kulturelle Förderung des Kunsthandwerks ist eines der vorrangigen Ziele der Arbeit des BK, darüber hinaus fördert er die Diskussion zu Themen des zeitgenössischen Kunsthandwerks.
Frankfurt	Angewandte Kunst Hessen e.V.	Berufsverband, in dem sich zur Zeit ca. 120 Vertreter unterschiedlicher Gewerke zusammengeschlossen haben.
Frankfurt	Kunstgewerbeverein Frankfurt Main e.V. / Stiftung Polytechnische Gesellschaft Frankfurt am Main e.V.	Der Verein fördert das Museum für Angewandte Kunst. Die Stiftung unterstützt die ästhetische Erziehung in Kunst und Musik. In Kunst und Kultur fördert sie sowohl etablierte Institutionen als auch die freie Szene. Als kulturelles Erbe werden Objekte von herausragender kultureller Bedeutung mit engem historischen Bezug zur Stadt gepflegt.
Frankfurt	Deutsches Werbemuseum e.V.	Das Deutsche Werbemuseum e.V. bietet als virtuelle Plattform im Internet Informationen rund um das Thema Werbung an und organisiert temporäre Ausstellungen.
Hanau	Gesellschaft für Goldschmiedekunst e.V.	Förderung und Unterstützung der zeitgenössischen Schmuck- und Gerätegestaltung, Schaffen eines Forums in der Öffentlichkeit für junge Schmuck- und Gerätegestalter durch Wettbewerbe, Ausstellungen und Publikationen, Verbreitung und Akzeptanz des Kunstschmucks, des Schmucks in Kleinserie oder als Schmuckunikat.
Kassel	Cassel Creative Competence e.V.	Transparenz und Vernetzung der Kreativregionen, Förderung der Aus- und Weiterbildung von Kreativen, Präsentation von Entwürfen und Erzeugnissen des Gewerbes, der freien Berufe, der Hochschulen, Veranstaltung von Wettbewerben, Designveranstaltung und Ausstellungen in Nordhessen.
Wiesbaden	"Access All Areas" Initiative, www.aaa-wiesbaden.de	Zielgruppe: Öffentlichkeit, potenzielle Auftraggeber, Agenturen und Bewerber aus der Kreativbranche (u.a. Besucher der see conference). Die Teilnehmer profitieren von Networking, Standortmarketing, Akquirierung von Personal, sie sollen in Wiesbaden ansässig sein und sich selbst zum Creative Business zählen (bspw. Agenturen, Architekturbüros, Fotografen, Künstler, Illustratoren, Produkt-, Grafik-, Web-, Schmuck-, Mode-, Porzellan-, Film-, Sounddesigner etc.)
Ort	Museen	Kurzbeschreibung
Büdingen	50-er Jahre Museum,	Dokumentation, Sammlung und Präsentation der Alltagskultur der 50er Jahre; Träger ist der 50er-Jahre-Museumsverein.
Darmstadt	Museum Künstlerkolonie	Sammlung, Dokumentation und Ausstellungen zur Jugendstilkolonie Mathildenhöhe.
Erbach	Deutsches Elfenbeinmuseum	Spezialmuseum für Elfenbein, vom Werkstoff bis zum Kunstwerk; Elfenbeinkunst aus verschiedenen Epochen und Ländern und Kontinenten – vom Mittelalter bis Gegenwart.
Frankfurt	Museum für Angewandte Kunst	1877 Gründung des Mitteldeutschen Kunstgewerbevereins als Träger eines Museums und einer Fachschule; Ausstellung von herausragenden Zeugnissen handwerklichen und künstlerischen Schaffens vor dem Hintergrund der zunehmenden industriellen Produktion im 19. Jahrhundert; Vermittlung kulturgeschichtlicher Zusammenhänge.

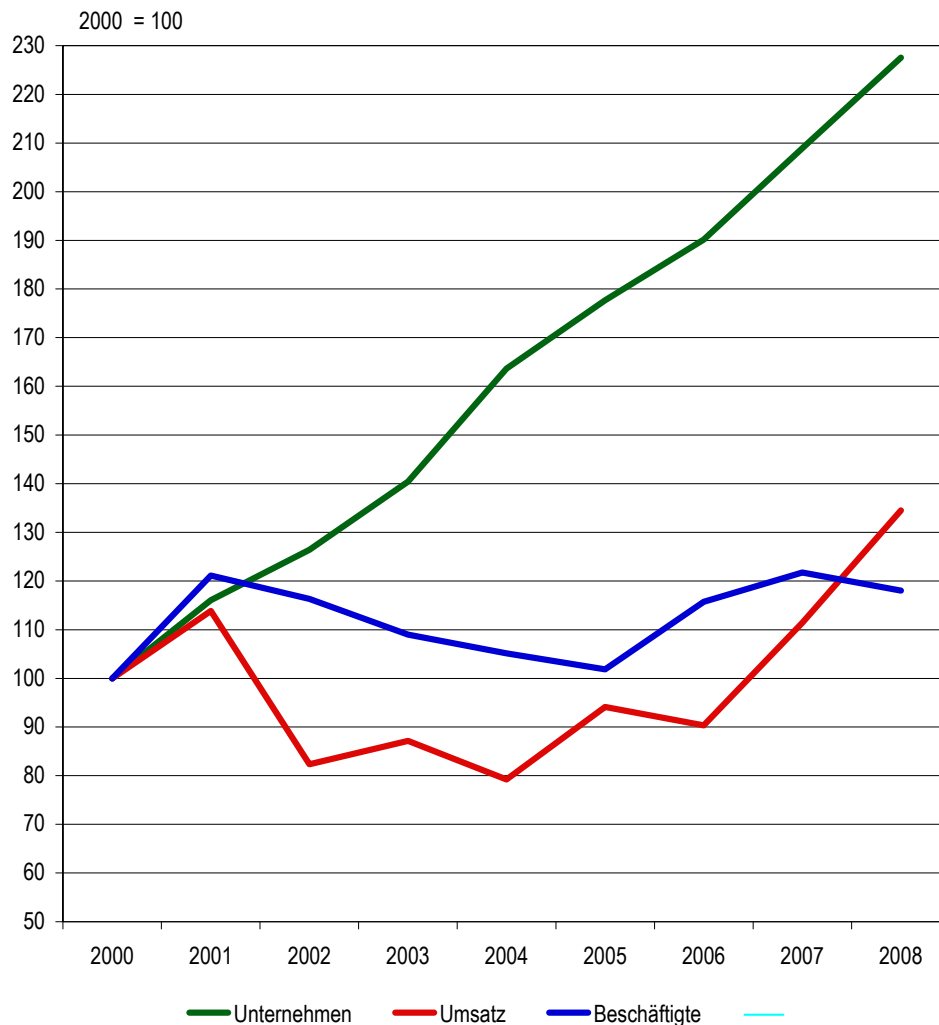
Ort	Museen	Kurzbeschreibung
Frankfurt	Institution Werkbundarchiv - Museum der Dinge	Das Werkbundarchiv – Museum der Dinge ist Museum der Sachkultur des 20. und 21. Jahrhunderts, die von der industriellen Massen- und Warenproduktion geprägt ist.
Frankfurt	Museum für Kommunikation	Träger der vier Museen in Berlin, Hamburg, Frankfurt und Nürnberg ist die in Berlin ansässige Museumsstiftung Post und Kommunikation. Sammlung, Erschließung u. Darstellung der Entwicklung der Nachrichtenübermittlung in den Bereichen Post u. Telekommunikation.
Frankfurt	Porzellanmuseum Höchst	Figuren, Geschirre und Prunkvasen dokumentieren die Geschichte der zweitältesten Porzellanmanufaktur Deutschlands aus allen Schaffensperioden.
Hanau	Deutsches Goldschmiedehaus	Das Deutsche Goldschmiedehaus Hanau gehört zu den bedeutendsten Ausstellungszentren der Gold- und Silberschmiedekunst in Deutschland. Die Ausstellungen beinhalten u.a. Retrospektiven einzelner Schmuck- und Gerätegestalter und thematische Präsentationen unterschiedlicher Künstlergruppen und wichtiger Ausbildungsstätten.
Hirzenhain	Eisenkunstgussmuseum	Das Museum ist an die Gießerei Buderus GmbH angeschlossen und bietet einen Überblick des Kunstgusses von der Vergangenheit bis in die Gegenwart. Ausgestellt werden Schmuckstücke, Medaillons, Alltagsgegenstände wie Brieföffner, Schalen und Teller sowie Plastiken, Reliefs und Skulpturen.
Kassel / Immenhausen	Glasmuseum Immenhausen	Sammlung zum Gebrauchsglasdesign seit 1890 sowie Informationen und Werke zur Entwicklung der Glaskunst in der Gegenwart, Überblick über regionale Glasherstellung
Offenbach	Klingspor-Museum	Museum für Buch- und Schriftkunst des 20. Jahrhunderts
Offenbach	Deutsches Ledermuseum	Drei Museen: das Deutsche Schuhmuseum mit internationaler Fußbekleidung aus vier Jahrtausenden und Kunstgalerie, das Museum für Angewandte Kunst mit Kunsthandwerk und Design vom Mittelalter bis in die Gegenwart mit dem Schwerpunkt Leder sowie das Ethnologische Museum mit den Abteilungen Afrika, Asien und Amerika.
Ort	Manufakturen	Kurzbeschreibung
Frankfurt	Höchster Porzellan-Manufaktur GmbH	Seit 1746 Herstellung von Hartporzellan (Biskuitporzellan, weiß glasiertes Porzellan und farbig bemaltes Porzellan) in den Bereichen Geschenke und Accessoires, Figuren und Skulpturen, Service. Reproduktion historischer Porzellankunst, Design und Sonderentwicklungen, limitierte Editionen und Sammelstücke, zeitgenössische Porzellankunst
Kirchhain	Marburger Tapetenfabrik , J.B. Schaefer GmbH & Co KG	Seit 1845 als Fachgeschäft für Innenausstattung gegründet, ab 1879 Herstellung von Tapeten und Wandbelägen
Wächtersbach	Wächtersbacher Keramik	Seit 1832, Otto Friedrich Fürst zu Ysenburg und Büdingen GmbH
Ort	Messen	Kurzbeschreibung
Frankfurt	Marketing Services	Internationale Fachmesse für Marketing und Kommunikation. Sie entstand in Frankfurt und findet alle zwei Jahre in Frankfurt statt.
Frankfurt	ADC Kreativ Gipfel	Wichtigster Branchentreff, der 2010, 2011 und 2012 in Frankfurt stattfindet.
Frankfurt	Ambiente	Die größte Konsumgütermesse der Welt findet jährlich im Februar statt. Sie besteht aus den eigenständigen Einzelmessen "Living" (Dekorationsartikel und Einrichtung), "Giving" (Geschenkartikel) und "Dining" (Haushaltswaren und Küchenbedarf).
Frankfurt	Bright Skateboarding Tradeshow,	Messe im alten Polizeipräsidium Frankfurt
Frankfurt	The Design Annual	The Showcase for high-end Design präsentiert sich künftig im jährlichen Rhythmus auf dem Konsumgüter-Event Frankfurt 4 all Seasons
Frankfurt	NUTEC	Best Practice, neue Trends und Marketing-Strategien aus Chemie, Architektur, Textilbereich, Haushalt, Bildung und Konsum standen im Fokus der ersten NUTEC 2008, ca. 100 Experten informierten über das Cradle-to-Cradle-Konzept.
Frankfurt	Tendence	Konsumgütermesse zu den Themen Einrichten, Dekorieren und Schenken
Frankfurt	Triennale für Form und Inhalte, 2010, Museum für Angewandte Kunst	Ausstellung zu Entwicklungen in der angewandten Kunst: aktuelle künstlerische Positionen in Medien und Materialien (Keramik, Textil, Holz, Möbel, Schmuck, Glas und Buch)
Hanau	Schmuckmesse Hanau	Überregionale Verkaufsmesse für Gold- und Silberschmiede, Silberwarenmanufakturen, sowie Schmuckhersteller. Schwerpunkt individuell hergestellter „Autoren – und Unikatschmuck“.
Offenbach	Internationale Lederwarenmesse	Die Lederwarenmesse ist eine der weltweit führenden Branchenfachmessen für Lederwaren mit einer langen Tradition: 125jähriges Jubiläum in 2006.
Offenbach,	DeSForM, internationale Konferenz	Gastgeber und Veranstalter: Hochschule für Gestaltung (HfG) Offenbach. Die Konferenz findet seit 2005 jährlich an wechselnden Orten statt. Partner der HfG: Rat für Formgebung, Hessen design e.V., hessen.ttn und Stadt Offenbach.
Offenbach,	Fashion City West (2009) / Fashion City East (2010)	2010: Modemesse der Schule für Mode Grafik Design Offenbach im Hafen 2
Wiesbaden	Designtage Wiesbaden / aaa Access all areas	Findet jährlich im April statt. Vorträge, offene Ateliers etc.
Quelle: Hessen Agentur. Stand: 1. August. 2010.		

Entwicklung von Software und Internetpräsentationen

Ähnlich umsatzstark wie Werbegestaltung und PR war im Jahr 2008 die Branche der Entwicklung von Software und Internetpräsentationen mit knapp 2,5 Milliarden Euro Umsatz, ein Teilbereich des Software- und Games-Marktes. Gegenüber dem Jahr 2007 ist dies ein Umsatzplus von gut 460 Millionen Euro (+21 %)

Software und Internetpräsentationen:

Entwicklung von Unternehmen, Umsatz und Beschäftigten 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Seit dem Jahr 2000 hat sich die Branche dynamisch weiterentwickelt und verzeichnete seitdem einen Umsatzzuwachs von rund +35 %, die Zahl der Unternehmen stieg im gleichen Zeitraum sogar um knapp +130 %, die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten jedoch nur um +8 %.

Dies lässt auf eine hohe Anzahl an Ein-Personen-Unternehmen und Freelancern in der Branche schließen. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist

von gut 15.000 Personen im Jahr 2000 auf rund 18.700 im Jahr 2006 gestiegen, ging jedoch 2008 trotz steigender Umsätze im Jahr 2007 um rund 600 Beschäftigte zurück.

Die Rhein-Main-Region zeichnet sich durch eine hohe Dichte an Entwicklern und Publishern aus. Verflechtungen der Branche bestehen mit der Filmwirtschaft, aber auch mit der Werbung z.B. über Werbe- und Imagefilmunternehmen und Medienagenturen. Auch Software- und Gamesentwickler arbeiten in der Regel nicht allein, sondern sind zur Erfüllung ihrer Aufträge in Netzwerke spezialisierter Dienstleister und Partner eingebunden. Ein Netzwerk, welches sich in der Region etabliert hat, ist die *gamearea FrankfurtRheinMain*, deren Ziel u.a die Durchführung von gemeinsamen Aktivitäten und Messeauftritten ist. Zwei Veranstaltungsreihen tragen ebenfalls zur Vernetzung der Branche in der Rhein-Main-Region bei: Die jährlich stattfindenden *GamesDays* in Darmstadt, die unter dem Motto „Science meets business“ stehen¹² und die *GAMEplaces bzw. GAMEplaces international*,¹³ die einmal jährlich über aktuelle Entwicklungen im Games-Bereich informieren und sich vor allem auch als eine branchenübergreifende Kommunikationsplattform verstehen.¹⁴

Die Computer- und Videospieleindustrie wird von Fachleuten derzeit als eine rasant wachsende Branche mit zweistelligen Wachstumsraten in Deutschland gesehen. Auch in Hessen weist sie seit dem Jahr 2000 relativ stabile Umsätze auf und hat nach anfänglichen Zweifeln und fehlender Akzeptanz inzwischen eine bedeutende Position in der Unterhaltungs- und Medienindustrie erlangt.

Verlagsgewerbe

Das Verlagsgewerbe mit rund 2,2 Milliarden Euro Umsatz (2007: 2,3 Millionen Euro) stellt nach Werbegestaltung und PR sowie der Entwicklung von Software und Internetpräsentationen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft 2008 nur noch die drittstärkste Branche mit hohem kreativem Anteil dar. Sie hat seit 2005 rund 200 Millionen Euro an Umsatz eingebüßt.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ging im Verlagsgewerbe in Hessen von gut 14.000 Personen im Jahr 2000 auf knapp 10.900 Personen im Jahr 2007 zurück und stieg 2008 wieder leicht an (+200). Dabei sind die Beschäftigtenzahlen fast aller Verlagsarten kontinuierlich gesunken. Eine Ausnahme stellen lediglich die Verlage für Fachzeitschriften dar, hier steigen die Beschäftigtenzahlen seit 2004 wieder moderat.

Im Zeitraum von 2000 bis 2008 verzeichnet die Branche einen Umsatzrückgang von -11 %, die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigtenzahl ging so-

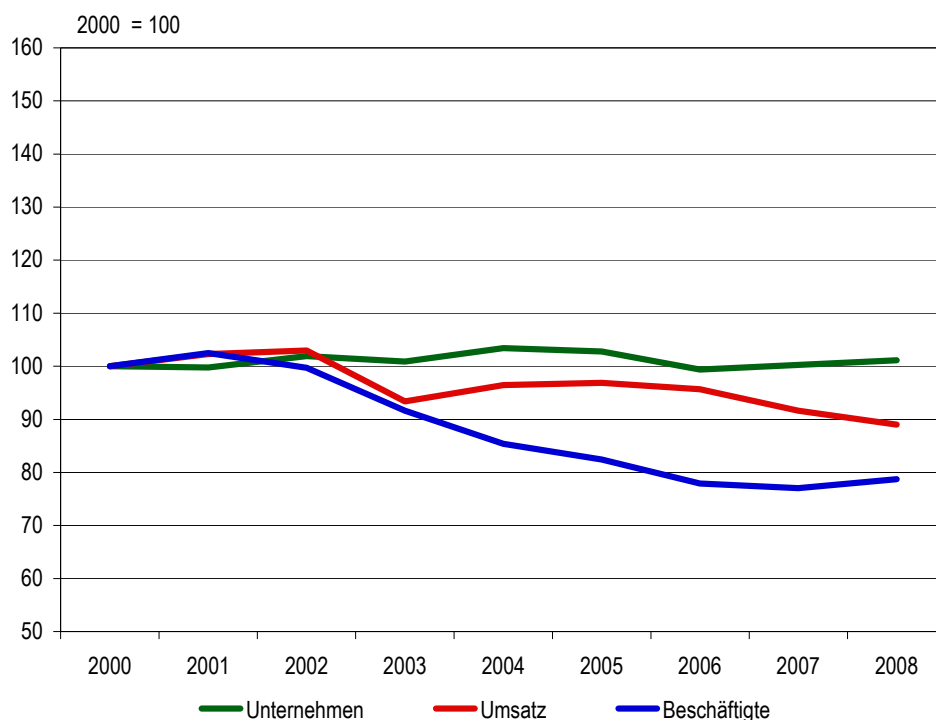
12 www.kom.tu-darmstadt.de/en/events/special-events/gamedays-2010/

13 www.gameplaces.de

14 Vgl. HA Hessen Agentur GmbH / Weber Networking GmbH: Die Gamesbranche. Ein ernst zu nehmender Wachstumsmarkt, Hessen-Media Band 59, 2. aktualisierte Auflage, Hrsg. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, 2010.

gar um -21 % zurück, während die Zahl der Unternehmen im gleichen Zeitraum mehr oder weniger konstant blieb (+1 %).

Verlagsgewerbe: Entwicklung von Unternehmen, Umsatz und Beschäftigten 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Die Branche umfasst prinzipiell Verlage von Tageszeitungen, Fachzeitschriften und sonstigen Zeitschriften, wird aber in Hessen von einer sehr großen Anzahl renommierter Buch- bzw. Literaturverlage dominiert. In der Verlagsstadt Frankfurt sind u.a. die *S. Fischer Verlagsgruppe*, der *Campus Verlag*, die *Eichborn AG*, der *Schöffling Verlag*, der *Stroemfeld Verlag*, die *FAZ-Gruppe* und der *Societäts-Verlag* ansässig. Fünf Verlage in Hessen (alle in Frankfurt) zählten 2008 zu den hundert umsatzstärksten der deutschsprachigen Verlagslandschaft in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Verlagsmetropolen in Deutschland sind in erster Linie Berlin und München, es folgen etwa gleich auf die Städte Stuttgart, Hamburg, Köln und Frankfurt.¹⁵

Die Stärken der Buchmessestadt Frankfurt liegen im Rechte- und Lizenzhandel. Bei internationalen Lizenzgeschäften und dem Handel mit Verwertungsrechten für die verschiedensten Verwertungsformen ist die Frankfurter Buchmesse für Verlage und Literaturagenten die wichtigste Branchenplattform in Deutschland.

Mit dem *mediacampus frankfurt* verfügt die Stadt auch über die zentrale Aus- und Weiterbildungseinrichtung des *Börsenvereins des Deutschen Buchhandels* bzw.

¹⁵ www.buchreport.de, Mediadaten 2008.

seiner Landesverbände. Hier werden Aus- und Weiterbildungsangebote für Auszubildende und Berufstätige in Verlagen und Buchhandel angeboten, ferner Seminare für Quereinsteiger, IHK-zertifizierte Weiterbildungsangebote sowie offene Seminare zu praxisnahen Themen. Auch der erste berufsbegleitende Bachelor-Studiengang der Buchbranche startete im Sommer 2010 in Frankfurt. Er wird in den Bereichen Buchhandels- und Medienmanagement bzw. Verlags- und Medienmanagement angeboten und eröffnet Buchhandels- und Verlagsmitarbeitern die Möglichkeit, einen branchenspezifischen, international anerkannten Bachelor-Abschluss zu erlangen. Der neue Studiengang findet im Rahmen der Kooperation des *mediacampus frankfurt* und der *School of Management and Innovation (SMI)* der *Steinbeis-Hochschule Berlin* statt.¹⁶

Verzeichneten Verlage und Buchhandel in 2007 noch ein Umsatzplus, so wies das Jahr 2008 bereits Umsatzrückgänge auf. Im Jahr 2009 hat die Wirtschafts- und Finanzkrise auch bei den Aktivitäten der Verlage und den Printmedien zu deutlichen Einbußen geführt. Demgegenüber gewinnt das Internet an Bedeutung. In den letzten drei Jahren hat sich die effektive Zeit der Internet-Nutzung in Europa verdoppelt. Besonders deutlich ist dieser Trend bei den jüngeren Medienkonsumenten. Weitere Umsatzeinbußen werden aber auch durch die zunehmende Verbreitung von e-books befürchtet. E-books sind digitale Bücher auf dem Bildschirm, die insbesondere im Bereich der Fachliteratur eine zunehmende Konkurrenz zu gedruckten Büchern darstellen.¹⁷

Filmherstellung

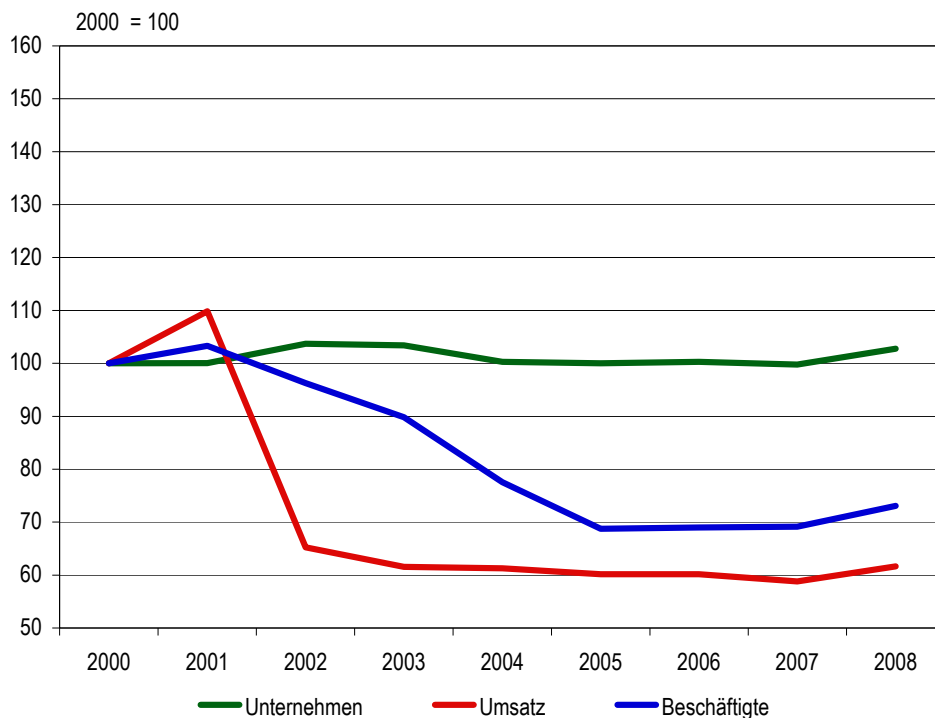
Die eigentliche Filmherstellung (ohne Mikroverfilmung und Herstellung von Kameras, Foto-, Projektions- u. Kinogeräten) erfuhr nach einem wirtschaftlich sehr erfolgreichen Jahr 2001 mit knapp 1 Milliarde Euro Umsatz im Folgejahr 2002 einen deutlichen Umsatzeinbruch und wies nur noch 566 Millionen Euro Umsatz auf. Von diesem Einbruch hat sie sich bis zum Jahr 2007, in dem sie einen Umsatz von 510 Millionen Euro hatte, nicht wieder erholt. Im Gegenteil: Die Umsatzziffern sind sogar jährlich bis zum Jahr 2005 weiter leicht gesunken und stagnierten 2006, um dann 2007 weiter zurückzugehen. Erstmals im Jahr 2008, in dem die Branche 535 Millionen Euro Umsatz machte, ist eine leichte wirtschaftliche Erholung zu verzeichnen.

Die Zahl der Unternehmen ist seit dem Jahr 2000 lediglich um +3 % gestiegen, während die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im gleichen Zeitraum um -27 % zurückgegangen ist. 2008 waren rund 2.500 Personen in der Branche sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Dies lässt auch in dieser Branche auf einen hohen Anteil an freiberuflich Tätigen schließen.

16 www.mediacampus-frankfurt.de; www.steinbeis-smi.de

17 www.buchreport.de

Filmherstellung: Entwicklung von Unternehmen, Umsatz und Beschäftigten 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Die hessische Filmbranche ist überwiegend in der Rhein-Main-Region angesiedelt. Rund um Werbeagenturen, die Industriefilme und Werbespots drehen oder in Auftrag geben, haben sich in den letzten Jahren zahlreiche Filmproduzenten und Dienstleister angesiedelt, z. B. Postproduction-Unternehmen, die zum Teil auch international gefragt sind. Sie arbeiten zwar überwiegend für die Werbebranche, aber in Einzelfällen auch für hochwertige internationale Filmproduktionen. So entstanden beispielsweise die Effekte für die 2008 mit dem Oscar als bester fremdsprachiger Film prämierte Produktion *Die Fälscher* und das aufwändige Action-Fantasy-Abenteuer *Dungeon Siege – Schwerter des Königs* in Frankfurt. Aber in der Rhein-Main-Region sind auch Filmproduktionsfirmen zu Hause, die für den Fernsehmarkt und für das Kino arbeiten, insbesondere im Segment Dokumentationen. 2011 sollen im Verbund der Hochschulen in Wiesbaden, Darmstadt und Offenbach die Voraussetzungen für ein neues Duales Studium „Digitale Bildbearbeitung“ geschaffen werden.

HessenInvestFilm unterstützt in Hessen gedrehte Produktionen sowie im Ausland produzierte Filme, die auf hessische Dienstleister aus dem Bereich der Postproduktion zurückgreifen, insbesondere VFX (Visual Effects), Tonbearbeitung, Musik. So tragen diese Produktionen ebenfalls zur positiven Beschäftigungseffekten bei. Seit dem Start 2002 hat das Förderprogramm eine nachhaltige zukunftssträchtige Entwicklung des Filmstandortes Hessen angestoßen. In Sommer 2009 kam es durch von *HessenInvestFilm* geförderte Projekte zu einem öffentlich sehr stark wahrgenommenen

nommenen Kino-Boom in der Rhein-Main-Region wie die Dreharbeiten zu den Filmen *"Max Schmeling"* mit Henry Maske in der Titelrolle, *"Unter Dir die Stadt"* und *"Die kommenden Tage"* belegen.

Zu den geförderten Projekte zählen neben den genannten Produktionen auch die Filmbiografien *Albert Schweitzer* über den Arzt, Philosophen und Friedensnobelpreisträger Albert Schweitzer und die hochkarätig besetzte Verfilmung der Biographie Hildegard von Bingen *Vision – Aus dem Leben der Hildegard von Bingen*. Eine Förderzusage erhielt auch der Animationsfilm *Der Sandmann und der verlorene Traumsand* und die 13-teilige Fernsehserie *Geld Macht Liebe*, die komplett in Bad Homburg und Frankfurt gedreht wurde und in der ARD zu sehen ist. Zu den großen Arbeit- und Auftraggebern gehören der *Hessische Rundfunk* und die *Degeto Film GmbH*, aber insbesondere das *ZDF* in Mainz, das im Gegensatz zum *Hessischen Rundfunk* viele Produktionen nach außen vergibt. Hinzu kommen in der Rhein-Main-Region eine Reihe von Tonstudios, Kameraleuten, Gerätevermietern, ein Kopierwerk und andere Unternehmen der Wertschöpfungskette „Filmproduktion“.¹⁸

Der Film- und Medienstandort Hessen hat auch durch seine mehr als 20 Institutionen und Verbände im Bereich Film vor allem in Frankfurt und Wiesbaden, durch Programmkinos und Events wie die *„Kinosommer“* nationale und internationale Bekanntheit erlangt. Filmkunsttheater, Programmkinos und Kommunale Kinos in Hessen tragen zur vielfältigen Filmkultur bei. Die mittelständischen Kinos sind jedoch einem starken Wettbewerb ausgesetzt, dem die meisten nur schwer finanziell standhalten können. Modernisierung, d. h. Digitalisierung, ein attraktives Programmprofil, aber vor allem die Weiterentwicklung zu einem Treffpunkt mit zusätzlichen Angeboten sind notwendig, um sie zu erhalten und zukunftsfähig zu machen. 2009 wurde das Filmhaus der in Wiesbaden ansässigen *Murnau-Stiftung* eröffnet, welches filmkulturellen Einrichtungen, Interessenvertretungen aus der Filmwirtschaft sowie Film- und Medienunternehmen ein gemeinsames Dach bietet.

In Hessen finden darüber hinaus jährlich rund 25 Filmfestivals statt. Neben ihrer kulturellen Bedeutung haben die hessischen Filmfestivals ebenfalls als Standortfaktor, der Arbeitsplätze sichert, ein wirtschaftliches Gewicht. Vor allem lokale und regionale Unternehmen profitieren von Aufträgen für Filmkopien und technische Ausstattungen, Druckerzeugnisse, Catering und Hotelbuchungen. In dem im Jahr 2000 gegründeten *„Verbund Filmfestivals Hessen“* haben sich 14 hessische Festivals eine gemeinsame Plattform geschaffen. Dieses im Film- und Kinobüro Hessen angesiedelte Netzwerk ist auch Ausdruck der über viele Jahre gewachsenen Festivalkultur in Hessen. Die gemeinsame Präsentation und Öffentlichkeitsarbeit wirbt so national und international für den Filmstandort Hessen.¹⁹

18 Zur Filmbranche in der Rhein-Main-Region vgl. auch "Film in FrankfurtRheinMain, Bewegende Bilder, bewegende Branche" von Maria Wismeth, Geschäftsführerin der Hessischen Filmförderung Frankfurt in: IHK Wirtschaftsforum 07.08 2007.

19 www.filmfestivals-hessen.de

Filmfestivals in Hessen (Auswahl)

Ort	Festival	Kurzbeschreibung
Frankfurt	Africa alive	Veranstaltet vom Kino im Deutschen Filmmuseum Frankfurt und Filmforum Höchst. Neben Highlights des panafrikanischen Festivals in Burkina Faso gibt es Länder- und Themenschwerpunkte, Lesungen und Ausstellungen.
Frankfurt	Cuba im Film	Cuba im Film wird seit 1995 jährlich vom Filmforum Höchst veranstaltet. Aktuelles, Retrospektiven und musikalische Programme.
Frankfurt	Hessische Jugendfilmtage	Die Vorstellung der aktuellen Produktionen von Kindern und Jugendlichen ist der zentrale Bestandteil des Festivals. Die Hessischen Jugendfilmtage wollen möglichst viele Jugendliche dazu anregen und motivieren, sich über Medien auszudrücken.
Frankfurt	Filmschau Frankfurt	Die Filmschau Frankfurt, eine Veranstaltung des Film- und Kinobüros Hessen, präsentierte bis 2005 neue Filme und Videos aus Hessen, darunter jeweils die aktuellen, mit Mitteln der Hessischen Filmförderung ausgezeichneten Preisträger.
Frankfurt	Nippon connection	Eine Veranstaltung des Nippon Connection e.V. Sie präsentiert junges japanisches Kino, darunter viele Premieren ergänzt durch diverse Events.
Frankfurt	Lucas	Langjähriges internationales Kinder- und Jugendfilmfestival. Es zeigt Filme für Kinder und Jugendliche, die auch Erwachsene ansprechen. Träger sind das Deutsche Filmmuseum Frankfurt, das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland und der Bundesverband Jugend und Film.
Frankfurt	Werkstatt für junge Filmer	Die Werkstatt für junge Filmer des Bundesverbandes Jugend und Film ist der Treffpunkt für den Filmnachwuchs bis 27 Jahre. Die Filmvorführungen werden begleitet von Workshops und Gesprächen.
Frankfurt	Wetterfest°	Internationales Wetterfilmfestival im Mal Sehn' Kino. Partner: Deutscher Wetterdienst (DWD) und Kinothek Asta Nielsen e.V. Schirmherr: Dr. Gunter Tiersch (Wetterredaktion ZDF).
Frankfurt	eDIT filmmakers festival	2008 fand das Festival zum 11. Mal statt. Veranstalter sind das Land Hessen sowie die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR).
Frankfurt	Festival del Cine Venezolano	Initiative für den lateinamerikanischen Film. Im Filmforum Hoechst der VHS werden rund 10 Filme venezuelanischer Filmemacher, die zwischen 1996 und 2006 entstanden sind, gezeigt. Einige der Filmemacher sind vor Ort, um ihre Werke zu präsentieren und Stellung zu nehmen.
Frankfurt	Türkisches Filmfestival	Erstmals fanden die Türkischen Filmtage in Frankfurt im April 2000 statt. Hauptintention war es, den deutsch-türkischen Kulturaustausch durch die Präsentation der türkischen Filmkunst zu unterstützen.
Frankfurt	Lichter-Filmtage	Die erste Ausgabe von Lichter – Filmtage Frankfurt fand vom 13. bis 16. März 2008 in den Räumen des Atelierfrankfurt statt. Das Filmfest ist eine neue Plattform zur verstärkten Wahrnehmung der Filmproduktion in Hessen. Veranstaltet und organisiert wird Lichter – Filmtage von einer Gruppe Filmschaffender (Absolventen und Studierende der Hochschule für Gestaltung (HfG) Offenbach).
Frankfurt	Verso Sud	Festival des italienischen Films. Das seit 1994 veranstaltete Festival des italienischen Films Verso Sud gibt den Besuchern Gelegenheit, sich einen Eindruck über den italienischen Film zu verschaffen. In jedem Jahr wird eine Auswahl der neuesten italienischen Produktionen im Original mit Untertitel vorgestellt, die Regisseure sind häufig selbst anwesend, um mit dem Publikum ihre Arbeit zu diskutieren.
Frankfurt	Visionale	Die Visionale hatte 2007 20jähriges Jubiläum und ist das größte Medienfestival für junge Leute.
Frankfurt, Heidelberg, Stuttgart, Tübingen	CineLatino	CineLatino hat sich in seinem zehnjährigen Bestehen zum wichtigsten Forum für lateinamerikanische Filmkultur in Deutschland entwickelt und findet als einziges Festival fast zeitgleich in vier deutschen Städten statt.
Hessisches Fernsehen	Frischfilm 2008	Nacht der Hochschulfilme mit Beiträgen der Hochschulen Darmstadt, Kassel, Offenbach und Wiesbaden
Kassel	Dokumentarfilm- und Videofest	Das Festival wird vom Filmladen Kassel veranstaltet und zeigt seit 16 Jahren neue Dokumentarfilme und Videos.
Marburg-Amöneburg	Open Eyes Filmfest	Das Festival wird vom soziokulturellen Zentrum "Café Trauma" veranstaltet, präsentiert im Kino und Open Air alle Facetten des Kurzfilmspektrums, darunter auch Amateurfilme.
Marburg	Final Cut	Das Marburger Kinder- und Jugendfilmfestival wurde 2006 ins Leben gerufen. Veranstalter sind die Stadt Marburg und Cineplex Marburg. Veranstaltungsort ist das Cineplex.
Rhein-Main-Region	Shorts at moonlight	Shorts at Moonlight ist ein KurzFilmFestival, das in Burgen, Schlössern und Parks der Region FrankfurtRheinMain stattfindet. Es möchte in Sommernächten als Open Air Programm die besten Kurzfilme Deutschlands und die schönsten Veranstaltungsstätten der Region präsentieren.
Rüsselsheim	Rüsselsheimer Filmtage	Die Filmtage werden ausgerichtet von der Stiftung Cinema Concetta, die einen Wettbewerb unter satirischen Kurzfilmen mit Publikumspreis veranstaltet.
Weiterstadt	Open air Filmfest	Das Open Air Filmfest Weiterstadt – seit über 25 Jahren vom Kommunalen Kino Weiterstadt veranstaltet – bietet ein umfassendes Kurzfilmprogramm vor allem aus der deutschen Kurzfilmszene, ergänzt durch lange Spiel- und Dokumentarfilme.

Ort	Festival	Kurzbeschreibung
Weiterstadt	Queer – schwul-lesbische Filmwoche	Schwul-lesbische Filmwoche im Kommunalen Kino.
Wiesbaden	GoEast	2001 erfolgreich etabliertes Festival des mittel- und osteuropäischen Films, veranstaltet vom Deutschen Filminstitut – DIF, ergänzt durch ein wissenschaftliches Symposium. Hauptthema ist die politische, soziale und psychologische Situation in den Ländern Mittel- und Osteuropas.
Wiesbaden	Exground Filmfestival	Das Festival fand 2007 zum 20. Mal statt. Schwerpunkt sind American Independents und internationale Kurzfilme. Es ist auch Filmtest für neue, außergewöhnliche, skurrile und spannende Produktionen. Es wird vom Verein „Wiesbadener Kinofestival“ organisiert. Neben dem Filmprogramm finden Konzerte und andere Veranstaltungen statt.
Wiesbaden	Interationales Trickfilmwochenende	Das Trickfilmfest wird von den „Freunden der Filme im Schloss“ in Zusammenarbeit mit dem Kulturamt der Stadt Wiesbaden und der Filmbewertungsstelle Wiesbaden veranstaltet. Es zeigt eine Auswahl der besten aktuell produzierten ausländischen Trickfilme.
Wiesbaden	FernsehKrimi-Festival	2008 fand zum vierten Mal das FernsehKrimi-Festival statt. Die für den Deutschen FernsehKrimi-Preis nominierten Krimis konkurrieren um die Auszeichnung, die mit 1.000 Litern Rheingauer Wein dotiert ist.

Quelle: Hessen Agentur, Stand: 1. August 2010.

Rundfunk und Fernsehen

Eng verknüpft mit der Filmherstellung ist der Bereich Rundfunk und Fernsehen mit rund 112 Millionen Euro Umsatz (ohne öffentlich-rechtliche Fernseh- und Rundfunkanstalten) im Jahr 2008 (2007: ebenfalls 112 Millionen Euro). Die Umsätze in dieser Branche sind gegenüber dem Jahr 2000 mit noch 128 Millionen Euro Umsatz leicht rückläufig. Rundfunk und Fernsehen spielen in Hessen im Vergleich z. B. zu Nordrhein-Westfalen mit dem Medienstandort Köln eher eine untergeordnete Rolle.

Architektur

Die Architekten, Innen- und Landschaftsarchitekten und Stadtplaner sind als baukulturell Schaffende Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft und gehören zu den Branchen mit einem hohen kreativen Anteil. Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnen sie sich durch den geschützten Berufstitel und ein stark reguliertes Berufsfeld (Bau- und Vergabeordnungen, Wettbewerbsverfahren (RPW), technische Normen, Bauvorlageberechtigung) aus und unterscheiden sich dadurch von vielen anderen Berufen der Kultur- und Kreativwirtschaft. In Hessen sind laut Bundesarchitektenkammer rund 10.600 Architekten Kammermitglied und mit 1,74 Architekten pro 1.000 Einwohner gehört Hessen mit Baden-Württemberg (2,2) und Bayern (1,7) zu den drei Flächenländern mit der höchsten Architektendichte.

Die Architektur- und Ingenieurbüros wiesen in Hessen im Jahr 2008 einen Umsatz von rund 900 Millionen Euro aus. Damit ist der Umsatz gegenüber dem Jahr 2007 um rund 60 Millionen Euro gestiegen, eine Steigerung von gut +7 %.

Die Architektur- und Ingenieurbüros verzeichneten seit dem Jahr 2001, in dem sie noch rund 1 Milliarde Euro erwirtschafteten, bis zum Jahr 2005 (700 Millionen Euro)

stetig sinkende Umsätze, was auf die anhaltend schlechte Konjunktur in der Bau-
branche im Betrachtungszeitraum zurückzuführen ist. Erst 2006 war eine erste Er-
holung mit einer deutlichen Umsatzsteigerung um rund 90 Millionen Euro (+13 %)
gegenüber 2005 erkennbar, die sich sowohl 2007 als auch 2008 fortsetzte.

Seit 2004 erfolgte zunächst ein kontinuierlicher, zum Umsatzeinbruch zeitversetzter
Beschäftigtenabbau. 2007 waren bei den Architekten und Ingenieuren nur noch
4.900 Personen beschäftigt. Erst 2008 setzte ein zaghafter Beschäftigtenaufbau
(+300 Personen) ein. Dies entspricht einem Zuwachs von rund +5 %. Allerdings ist
die Beschäftigtenzahl des im Betrachtungszeitraum wirtschaftlich erfolgreichsten
Jahres 2000 von rund 7.400 Personen noch lange nicht wieder erreicht.

Architektur: Entwicklung von Unternehmen, Umsatz und Beschäftigten 2000 bis 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Auch die Zahl der Unternehmen ist zwischen 2000 bis 2008 nur um rund 330 auf
rund 3.900 gestiegen, wobei sich die Zahl erst seit 2006 erhöht. Allein im freiwilli-
gen Büroverzeichnis der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen (AKH) fin-
den sich mittlerweile über 600 Büros.

Obwohl die Umsätze gestiegen sind, hat sich die wirtschaftliche Gesamtsituation
der Architekten und Ingenieure noch nicht entscheidend verbessert. Die von den
Planungsbüros erzielten Honorare sind nach wie vor zu niedrig, als dass die Unter-
nehmen nach der langen wirtschaftlichen Durststrecke der vergangenen Jahre

Rücklagen bilden oder ausreichend in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren könnten.

Die VBI-Konjunkturumfrage ermittelte jedoch 2009 eine positive Grundstimmung bei den Planungsbüros, da die Auftragsbücher ausreichend gefüllt waren. Es wurden für 2009 keine gravierenden Einbußen prognostiziert, die Folgen der Finanzkrise wurden erst für das Jahr 2010 erwartet.²⁰ Diese erwarteten starken Umsatzeinbrüche sind jedoch nicht eingetreten. Die Branche verzeichnet laut VBI-Konjunkturumfrage 2010 in der Krise höhere Umsätze als im Jahr 2009 sowie einen Personalaufbau. Aber auch der Blick der Planungsfirmen in die nähere Zukunft bleibt optimistisch. Sie erwarten auch für 2010 eine weitgehend gute Auftragslage, stabile Umsätze und einen weiteren Personalaufbau. Es ist daher zu vermuten, dass die Maßnahmen aus den Konjunkturpaketen der Bundesregierung bei den Planern angekommen sind. Allerdings drohen massive Einbußen, wenn die Kommunen nicht investitionsfähig bleiben, denn 40 % der Ingenieurbüros erzielen dort den Hauptanteil ihrer Umsätze.²¹

Die Architekten und Ingenieure zeigen darüber hinaus auch 2009 zunehmendes Interesse an Auslandsmärkten, insbesondere im asiatischen Raum an China und Vietnam, wie auch die Zusammensetzung der interessierten Unternehmen an Delegationsreisen des Landes zur Anbahnung wirtschaftlicher Kontakte in diese Länder zeigen.

Kompetenzzentren im Bereich Architektur (Auswahl)

Ort	Universitäten und weitere Ausbildungsstätten	Kurzbeschreibung
Darmstadt	Technische Universität Darmstadt	Architektur, Stadtplanung, Landschaftsplanung
Darmstadt	Hochschule Darmstadt, University of Applied Sciences	Architektur, Innenarchitektur
Darmstadt	Institut für Materialwissenschaften der TU Darmstadt	Im Zentrum der Forschung steht die Materialmodellierung als theoretisches Instrument der Materialentwicklung, um künftige Ingenieuranwendungen gezielt zu unterstützen.
Frankfurt	Fachhochschule Frankfurt am Main	Architektur, Masterstudiengang "Urban Agglomerations"
Frankfurt	Staatliche Hochschule für Bildende Künste Städelschule	Aufbaustudium Architektur
Fulda	Propstei Johannesberg gGmbH	Fortbildungseinrichtung für Denkmalpflege und Altbauerneuerung
Gießen	Fachhochschule Gießen-Friedberg	Architektur
Kassel	Universität Kassel	Architektur, Stadtplanung
Wiesbaden	Hochschule RheinMain	Architektur, Innenarchitektur
Ort	Institutionen	Kurzbeschreibung
Frankfurt	Bund Deutscher Architekten, Landesgruppe	Vereinigung freiberuflich tätiger Architektinnen und Architekten. Der BDA fördert die Kultur des Planens und Bauens, um mit funktional und ästhetisch gestalteten Gebäuden, Plätzen und Städten den Lebensraum und die Lebensqualität aller zu bereichern.
Frankfurt	Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure e.V., Landesgruppe	Berufsverband, der u.a. das gezielte und verantwortungsbewusste Zusammenwirken von Architekten, Bauingenieuren und Unternehmern bei der Planung, Vorbereitung und Ausführung von Bauvorhaben fördert.
Frankfurt	Bund Deutscher Innenarchitekten, Landesgruppe	Berufsverband der Innenarchitekten. Darüber hinaus versteht sich der BDIA als Plattform für Information, Kommunikation und Erfahrungsaustausch.

20 VBI-Konjunkturumfrage 2009, siehe www.akh.de

21 VBI-Konjunkturumfrage März 2010, siehe www.vbi.de

Ort	Institutionen	Kurzbeschreibung
Frankfurt	DAI Dachverband der Architekten- und Ingenieurvereine e.V., LG Hessen	Der DAI führt die Interessensgebiete und Tätigkeitsfelder von Architekten u. Ingenieuren zusammen und will damit einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Baukultur leisten.
Frankfurt	DWB Deutscher Werkbund	Gründung 1907 mit der Absicht „der Veredelung der gewerblichen Arbeit im Zusammenwirken von Kunst, Industrie und Handwerk“. Arbeitsbereiche: Erhaltung der Lebensgrundlagen; Schonung der Ressourcen; Raum- und Stadtplanung; Gestaltung von Produkten und Kommunikationsmitteln. Themen aus Architektur, Design, Grafik, Fotografie, Kunsthandwerk, Städtebau, Stadtentwicklung und Landschaft sowie aus Soziologie, Philosophie und anderen Wissenschaften
Frankfurt	Ernst-May-Gesellschaft e.V.	Die Initiative entstand, um das bauliche und ideelle Erbe des »Neuen Frankfurt« dauerhaft zu sichern, zu bewahren und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.
Frankfurt	Institut für Neue Technische Form, Design	Erste deutsche Design-Einrichtung. Förderung der Qualität industrieller Produktgestaltung und deren Anerkennung in der Öffentlichkeit, Nachwuchsförderung, Informationaustausch und Kontaktvermittlung, Durchführung von Wettbewerben und Ausstellungen. Produktsammlungen existieren von Firmen wie AEG, Braun, Rosenthal, Thonet, Krupps, Olivetti, Erco, Osram, WMF Wilkhahn, Villeroy und Boch u.a. Darunter sind Stiftungen und Nachlässe von Designern, Firmen und Privatpersonen sowie Überlassungen von Studienarbeiten von Hochschulen.
Frankfurt	Institut für Stadtgeschichte, Karmeliterkloster	Das Institut für Stadtgeschichte, früher „Stadtarchiv“, ist eines der bedeutendsten deutschen Kommunalarchive. Es sammelt, erschließt und vermittelt Schrift- und Bildquellen zur Frankfurter Stadtgeschichte.
Frankfurt	SRL Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung, Regionalgruppe Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	Die SRL ist Ansprechpartner zu allen Belangen des Berufsstands und wirkt bei der Gesetzgebung, in den Kammern und bei der Aus- und Fortbildung mit. Darüber hinaus bietet sie Gelegenheit, Erfahrungen und Ideen auszutauschen, über Trends in der beruflichen Praxis zu diskutieren und sich mit Entwicklungen der regionalen Planungskultur kritisch auseinander zu setzen.
Kassel	Kasseler Architekturzentrum (KAZ im KUBA)	Das KAZ im Kasseler Kulturbahnhof will dazu beitragen, den Stellenwert von Architektur und Städtebau mehr und mehr in das öffentliche Bewusstsein zu transferieren und will damit zugleich für den Berufsstand werben.
Wiesbaden	Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen	Förderung und Vertretung des Gesamtinteresses des Berufsstandes unter Berücksichtigung des Gemeinwohls durch vielfältige Aktivitäten.
Wiesbaden	Wiesbadener Architekturzentrum (WAZ)	Das WAZ als unabhängiger und gemeinnütziger Verein richtet sich sowohl an Architekten, Landschaftsarchitekten u. Stadtplaner als auch an die baukulturell interessierte Öffentlichkeit. Das WAZ engagiert sich für eine lebendige und zukunftsfähige Baukultur über alle Bereiche des Planens und Bauens, auf lokaler und regionaler Ebene. Mit Ausstellungen, Vorträgen, Konferenzen, Filmvorführungen und Exkursionen stellt das WAZ aktuelle Positionen und Tendenzen in der Architektur zur Diskussion.
Hessen	Landesinitiative ⁺ Baukultur in Hessen	Die Geschäftsstelle ist bei der HA Hessen Agentur GmbH in Wiesbaden angesiedelt.
Ort	Messen und Events	Kurzbeschreibung
Darmstadt	Darmstädter Architektursommer	Darmstadt hat die höchste Architektendichte Europas und eine reiche baukulturelle und künstlerische Tradition. Ziel ist es, durch Veranstaltungen Potenziale der Stadt zu wecken und im Sinne der Baukultur ein weit reichendes Netzwerk aufzubauen.
Frankfurt	Light+Building	Internationale Fachmesse für Architektur und Technik
Frankfurt	Luminale	Lichtkultur-Festival in Frankfurt und der Region zwischen Rheintal und Karlsruhe, Wiesbaden und Aschaffenburg, parallel zur Light+Building
Frankfurt	Wolkenkratzerfestival	Die Veranstalter Landesbank Hessen-Thüringen, Frankfurter Allgemeine Zeitung und Hit Radio FFH öffnen rund 15 Türme für interessierte Besucher.
Hessen	Tag der Architektur	Seit 1994. Der Tag der Architektur wird von der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen ausgerichtet und ist die größte öffentlichkeitswirksame Veranstaltung des Berufsstands.
Ort	Museen	Kurzbeschreibung
Frankfurt	Deutsches Architekturmuseum	Das DAM ist das „Deutsche Architekturmuseum“ und nationales Zentrum für Architekturbatten.
Neu-Anspach	Freilichtmuseum Hessenpark	Der Hessenpark wurde 1974 als zentrales hessisches Freilichtmuseum gegründet. Über 100 Gebäude, vom nordhessischen Gutshof, einem mittelhessischen Tagelöhnerhaus bis zum südhessischen Wirtshaus zeigen die ländliche Entwicklung Hessens im Handwerk und beim Bauen in den letzten 400 Jahren.

Quelle: Hessen Agentur, Stand: 1. August 2010.

Der Bereich Architektur zeichnet sich ebenso wie für Werbung und Design durch eine große Anzahl an Ausbildungsstätten und eine hohe Zahl an Absolventen aus. An sechs hessischen Hochschulen wird der Studiengang angeboten, ergänzt um einen Aufbaustudiengang an einer weiteren Hochschule. Darüber hinaus sind zahlreiche Berufsverbände in Hessen präsent sowie Institutionen, Kammern und Kompetenzzentren. In Kooperation mit den Kammern und den Kommunalen Spitzenverbänden wurde vom Land Hessen die *Landesinitiative +Baukultur in Hessen* ins Leben gerufen. Ziel dieser Initiative ist, die alltägliche Kultur des Bauens, Funktionalität und Schönheit, Kostenbewusstsein und Nachhaltigkeit, aber auch baukulturelles Erbe und moderne Gestaltung – also „Baukultur“ im Land Hessen – stärker ins Blickfeld aller Akteure zu rücken. (weitere Informationen: www.baukultur-hessen.de)

Viele Hochschulen bieten interessante Vortragsveranstaltungen und Seminare an, Städte wie Wiesbaden veranstalten „*Sehgänge*“, im Sommer finden entlang der Route der Industriekultur Projekte statt, ausgerichtet vom *Planungsverband*, einem weiteren Akteur im Feld Planung und Architektur. Zu nennen ist auch der *Darmstädter Architektursommer*, der 2008 erstmals stattfand und auf große Resonanz stieß. Die Städte Frankfurt, Wiesbaden, Darmstadt und Offenbach organisieren für das Jahr 2011 unter der Dachmarke *Architektursommer Rhein-Main* eine gemeinsame Veranstaltungsreihe, deren Oberthema „Wohnen und Leben in der Stadt“ lauten wird. Neue Architektur soll dabei im Mittelpunkt stehen.

Einen zentralen Informationszugang zu diesen und anderen Angeboten und Aktivitäten gibt es nicht. Frankfurt am Main hat unter www.kultur-frankfurt.de eine eigene Rubrik „Architektur“. Auf Landesebene existieren die Homepage der *Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen* (www.akh.de), der Internetauftritt der *Landesinitiative +Baukultur in Hessen* (www.baukultur-hessen.de) sowie das *Kulturportal Hessen*, ebenfalls mit einer Rubrik für Architektur (www.kulturportal-hessen.de). Ein zentrales Forum für Architektur im Internet, welches einen kompletten Überblick über Fachveranstaltungen, Ausstellungen und sonstige Events in Hessen gibt, existiert bisher nicht.

Auch werden die architektonischen Stärken der hessischen Städte z.B. im Rahmen des Kulturtourismus nicht ausgeschöpft und ausreichend vermarktet. Man denke nur an den Jugendstil in Darmstadt (Mathildenhöhe), in Bad Nauheim und Wiesbaden, an das Neue Bauen in Frankfurt, an die autogerechte Stadt Rüsselsheim, die 50erJahre-Architektur in Kassel etc. So finden sich beispielsweise lediglich Bad Nauheim und Darmstadt im *réseau art nouveau network* (www.artnouveaux-net.eu) mit Städten wie Brüssel, Riga, Nancy, Barcelona oder Wien, Wiesbaden beispielsweise fehlt.

Kunstmarkt

Der Kunstmarkt verzeichnete mit rund 827 Millionen Euro im Jahr 2008 einen um +33 % gestiegenen Umsatz gegenüber dem Jahr 2007. Dies ist jedoch vor allem auf das Versteigerungsgewerbe zurückzuführen, welches alle Warengruppen umfasst und nicht auf Umsätze im eigentlichen Kunst- und Antiquitätenhandel.

Auch spielt der Kunstmarkt in Hessen nur eine untergeordnete Rolle. Zu den bekanntesten Standorten des Kunstmarktes zählen in Deutschland die Städte Köln, Berlin, München, Düsseldorf, Hamburg. Hier haben neben bedeutenden Museen viele in Verbänden organisierte Galerien und Auktionshäuser ihren Standort. In der jüngeren Vergangenheit hat sich insbesondere Berlin als Standort einen Namen gemacht, was u. a. zu einer Verlagerung von Galerien aus anderen Regionen nach Berlin geführt hat. Hessen zeichnet sich dagegen durch die *Museumslandschaft Kassel* und das *Museumsufer Frankfurt am Main* aus.

Presse und Nachrichten

Die Branche „Presse und Nachrichten“ verzeichnet gegenüber 2007 insgesamt einen Umsatzrückgang von knapp -16 % auf rund 540 Millionen Euro Umsatz gegenüber 640 Millionen Euro im Jahr 2007. Die Unternehmens-Datenbank von Creditreform listet über 80 Unternehmen in Hessen auf, von denen rund 40 in Frankfurt und viele andere im übrigen Rhein-Main-Gebiet ansässig sind. 15 Unternehmen erwirtschaften jeweils einen Umsatz von über einer Million, allein auf die *Agentur Reuters* in Frankfurt entfallen hiervon rund 100 Millionen Euro. In Frankfurt sind aber auch zahlreiche andere Wirtschafts- und Nachrichtendienste sowie national und international tätige Journalisten und Korrespondenten zu Hause. z.B. das *Wall Street Journal Europe*, die *dpa-Deutsche Presse Agentur*, die *Börsenzeitung*, der *Platow Brief* und die *Financial Times*, aber auch die internationalen Informationsdienste *Bloomberg*, *Associated Press (AP)*, *Dow Jones Newswire*, *dpa-AFX Wirtschaftsnachrichten*, *AFX-News*, *Frost & Sullivan* oder der *vwd (Vereinigte Wirtschaftsdienste)*. Treffpunkte der zahlreichen Journalisten und Redakteure sind das *Internationale Business Journalists Forum of Frankfurt*, der *Internationale Club Frankfurter Wirtschaftsjournalisten (ICFW)* und der *Presseclub Frankfurt*.²²

Musikwirtschaft

Die Musikwirtschaft verzeichnete 2008 mit 352 Millionen Euro einen geringfügig höheren Umsatz als 2007 (340 Millionen Euro). Sie spielt in Hessen im Vergleich zu anderen Ländern, z.B. Nordrhein-Westfalen als Standort international renommierter Orchester und Musikhochschulen und äußerst zahlreicher Konzert- und Veranstaltungshäuser (u.a. in Köln, Oberhausen, Dortmund, Gelsenkirchen) oder dem Standort Mannheim in Baden-Württemberg mit der Popakademie, nur eine untergeordnete Rolle.

22 Vgl. hierzu auch: www.frankfurt.de. Rubrik Wirtschaft >Branchenfokus->Kreativwirtschaft

Weitere Branchen

Zu den Branchen mit hohem kreativem Anteil zählt darüber hinaus die Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst. mit rund 446 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2008 gegenüber 431 Millionen Euro in 2007. Hier werden nur private Einrichtungen und Unternehmen erfasst, öffentliche Theater und andere öffentliche Einrichtungen sind nicht in diesen Zahlen enthalten. Das Kunstgewerbe verzeichnete 2008 einen Umsatz von rund 95 Millionen Euro.

3.2 Branchen mit einem eher geringen kreativen Anteil

Die Branchen mit einem eher geringeren kreativen Anteil erwirtschafteten 2008 zusammen genommen mit rund 12 Milliarden Euro exakt die Hälfte des Umsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stellten sie mit knapp 60.000 etwas weniger als die Hälfte der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Branche mit den meisten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (31.500) sind hier die „Organisationen und Einrichtungen der Kultur- und Kreativwirtschaft“ gefolgt von „Softwareverlag, -handel und -beratung“ mit rund 12.000 Beschäftigten, der „Markt- und Meinungsforschung“ mit rund 4.800 und dem „Einzelhandel mit Büchern, Zeitschriften und Videos“ mit rund 3.500 Beschäftigten.

Markt- und Meinungsforschung / Unternehmensberatung

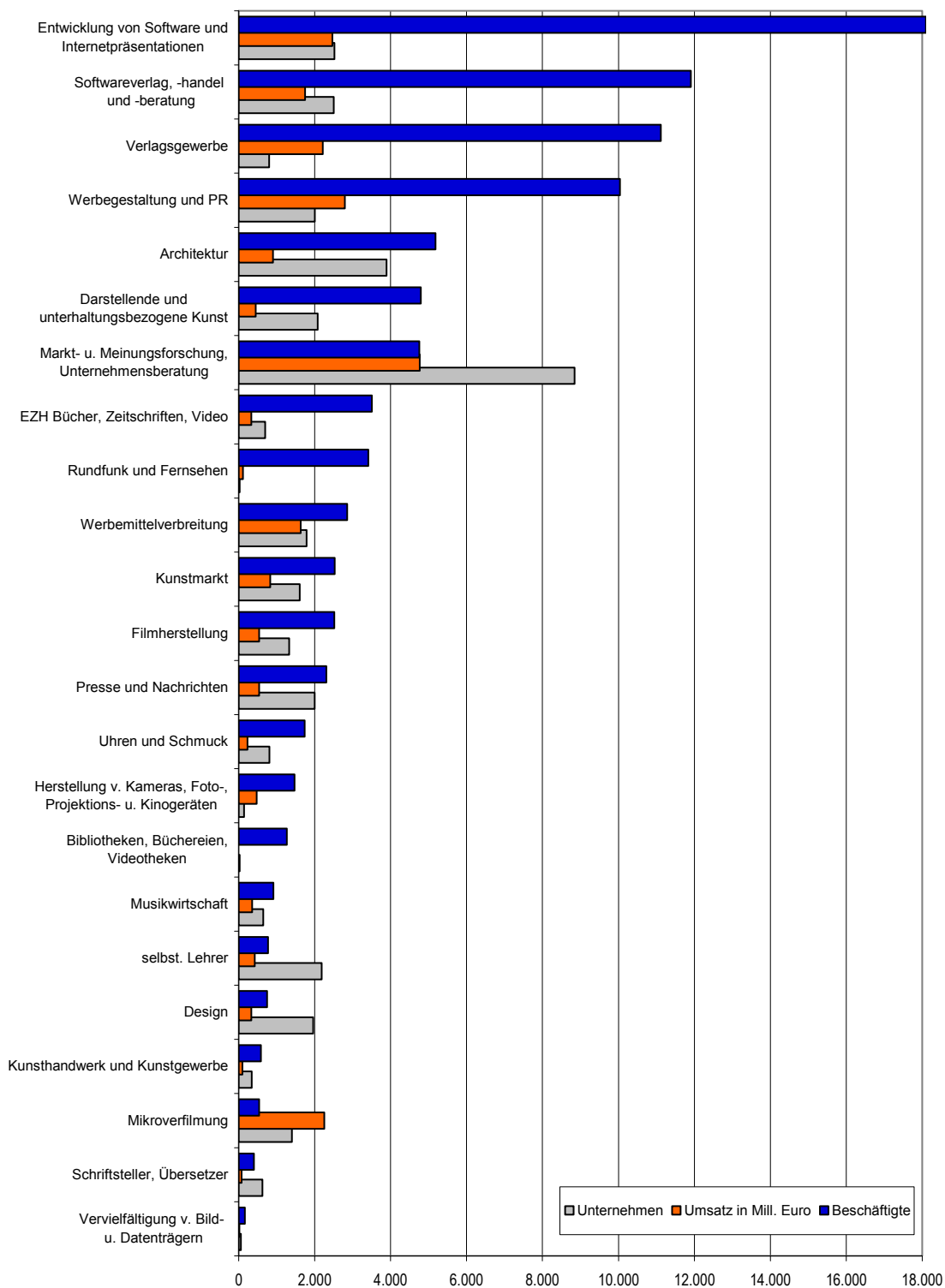
Umsatzstärkste Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt ist auch 2008 mit deutlichem Vorsprung die Branche Markt- und Meinungsforschung / Unternehmensberatung mit rund 4,8 Milliarden Euro gegenüber rund 3,6 Milliarden Euro im Jahr 2007, das ist ein Umsatzzuwachs von gut +30 %. In dieser Branche dürfte der kreative Anteil eher gering sein, da es sich hier neben Unternehmensberatungen um Unternehmen handelt, die telefonische Umfragen durchführen oder Daten von Meinungsumfragen auswerten etc. Insbesondere in Frankfurt sind zahlreiche Unternehmensberatungen und Unternehmen ansässig, die sich mit Markt-, Medien- und Sozialforschung beschäftigen.

Mikroverfilmung

Ebenfalls Umsätze über der Milliardenengrenze verzeichnet die Branche Mikroverfilmung mit 2,3 Milliarden Euro im Jahr 2008 gegenüber 1,8 Milliarden Euro im Jahr 2007. Dies ist ein Umsatzplus von rund +24 %. Seit dem Jahr 2000 konnte sie in Hessen ihre Umsätze um +185 % steigern.

Beschäftigte, Umsätze und Unternehmenszahl in den weniger kreativen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen im Jahr 2008

(Umsätze in Mill. Euro, Beschäftigte und Unternehmenszahl absolut)



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit.

Mikroverfilmung beschäftigt sich u. a. mit der Bewahrung des kulturellen Gedächtnisses durch die Verfilmung von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften. Da Bibliotheken häufig über Platzprobleme klagen, sind sie auf die Mikroverfilmung angewiesen, was jedoch oftmals mit der Vernichtung des verfilmten Materials einhergeht. Aber auch in allen anderen Wissenschaftsbereichen und vor allem in der Medizin ist Mikroverfilmung von Unterlagen üblich.

Die Standortwahl von Unternehmen, die die Mikroverfilmung von Daten anbieten, wird u.a. bestimmt durch das jeweilige Landesrecht bzw. die Regelungen zum Datenschutz. Die externe Mikroverfilmung von Behandlungsdaten, z.B. von nur noch selten oder nicht mehr benötigten Krankenakten, ist in Hessen beispielsweise zulässig, in anderen Bundesländern wie Bayern nicht.

Softwareverlag, -handel und -beratung

Die Branche Softwareverlag, -handel und -beratung wies 2007 gut eine Milliarde Euro Umsatz auf und konnte ihren Umsatz 2008 auf rund 1,7 Milliarden Euro steigern, dies ist ein Zuwachs von +60 %. Diese Entwicklung korrespondiert mit dem Trend in der Branche „Entwicklung von Software und Internetpräsentationen“.

Werbemittelverbreitung

Eine weitere umsatzstarke Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft ist die Werbemittelverbreitung, die wie die Branche Werbegestaltung und Public Relations zum Teilmarkt Werbung und Public Relations zählt, allerdings einen wesentlich geringeren kreativen Anteil aufweist. Sie hatte 2008 wie auch 2007 einen Umsatz von etwa 1,6 Milliarden Euro.

Weitere Branchen

Die Organisationen und Einrichtungen im Bereich der Sprach-, Kunst- und Kulturwissenschaften wiesen 2008 einen Umsatz von 764 Millionen Euro gegenüber rund 1 Milliarde Euro im Jahr 2007 auf. Mit der Herstellung von Kameras, Foto-, Projektions- u. Kinogeräten wurden 2008 470 Millionen Euro Umsatz erzielt gegenüber rund 617 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2007, mit dem Einzelhandel mit Büchern, Zeitschriften und Videos 332 Millionen Euro, mit der Herstellung und dem Handel von Uhren und Schmuck 232 Millionen Euro und mit der Vervielfältigung von Bild- und Datenträgern 19 Millionen Euro.

4 Freie Kulturszene in Hessen

Die Freie Kulturszene ist nach wie vor in keiner Statistik vollständig erfasst. Schon der Kulturfinanzbericht 2003 wies im Zusammenhang mit der Freien Kulturszene auf einen unvollständigen Überblick hin: „Auch die Finanzierungsstruktur der soziokulturellen Initiativen, die auf kommunaler Ebene ein großes Gewicht haben und in den 90er Jahren zu einem festen Bestandteil der Kulturlandschaft in Deutschland wurden, soll künftig genauer analysiert werden.“²³

In Hessen ist eine große Anzahl von Kulturzentren und Kulturinitiativen in der „Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokulturellen Zentren in Hessen e.V. (LAKS e.V.)“ organisiert, die seit 2000 jährlich eine Umfrage bei den Mitgliedszentren durchführt und statistisches Material zur Verfügung stellt. Auf dieses wird hier zurückgegriffen.²⁴

Der Begriff „Soziokultur“ erschließt sich nicht von allein. Als Fachbegriff der Kulturpolitik bezeichnet er eine direkte Hinwendung von Akteuren und Kultureinrichtungen zur gesellschaftlichen Wirklichkeit und zum Alltag. Orte der Soziokultur sind vor allem die Soziokulturellen Zentren, die seit den 70er Jahren entstanden sind. Sie sind keine reinen Kulturanbieter, sondern verstehen sich darüber hinaus als Orte für Demokratie und Dialog, für Prävention und Partizipation, für Mitmachen und Mitgestalten. Sie stehen nicht vorrangig für große und teure Events, sondern für eine offene und genreübergreifende ganzjährige Kulturarbeit.

Die Geschichte der Soziokulturellen Zentren ist eine Geschichte von Erfolgen, gemessen an der Akzeptanz, die ihnen nach knapp 30 Jahren quer durch alle Gesellschaftsschichten zuerkannt wird. Sie sind aus der hessischen, aus der bundesdeutschen oder europäischen Kulturlandschaft nicht mehr wegzudenken. Die ihnen eigenen Arbeitsmethoden haben auch auf andere Bereiche einen nachhaltigen Einfluss, beispielsweise auf die kulturpädagogische Arbeit von Theatern und Museen oder auf die Erwachsenenbildung. Aber auch kulturwirtschaftlich gehen von den Zentren vielfältige Impulse aus, wie die bisherigen Hessischen Kulturwirtschaftsberichte bestätigen.

Bundesweit gibt es mittlerweile fast 500 in der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren organisierte soziokulturelle Zentren. In Hessen waren 2009 33 Kulturinitiativen und soziokulturelle Zentren der LAKS angeschlossen.

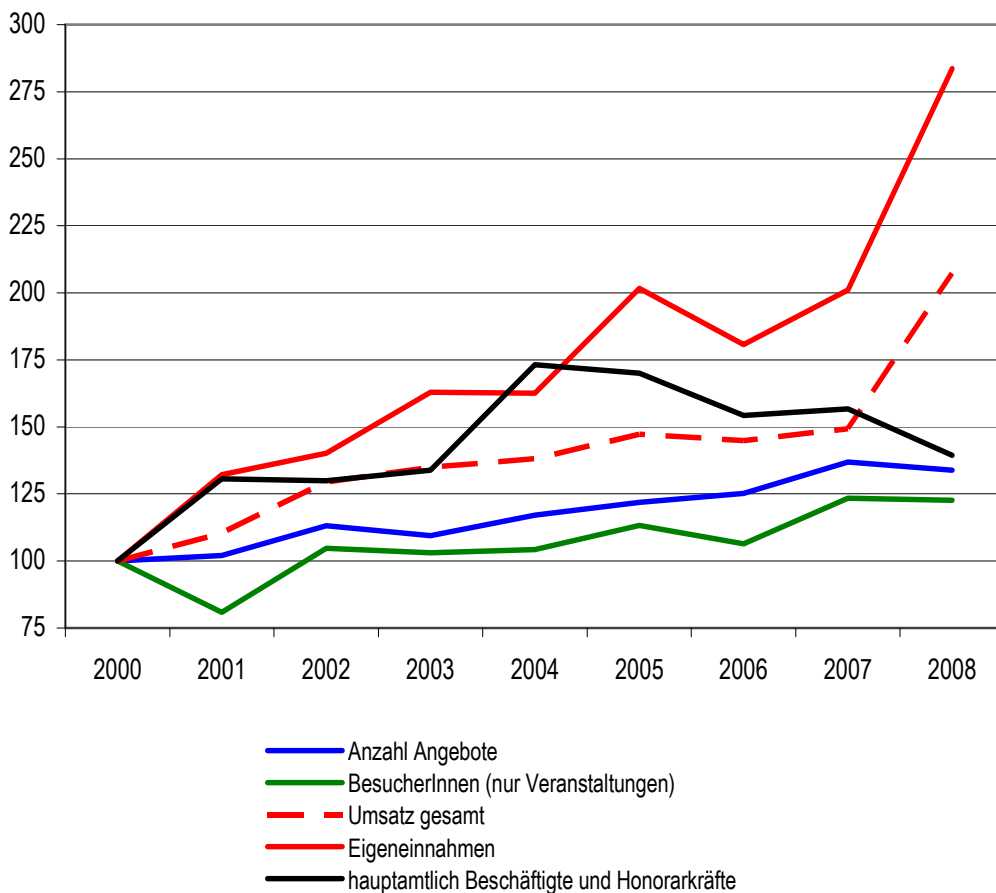
Wurden von den Mitgliedseinrichtungen der LAKS in den Jahren 2000 und 2001 in Hessen jeweils rund 3.000 Veranstaltungen mit Musik, Theater, Kabarett, Tanz, Li-

23 Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2004).

24 Informationsbasis für die Aktualisierung der Daten ist wie im 1. und 2. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht die Statistik der „Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokulturellen Zentren in Hessen e.V.“ (LAKS), zu der mit stetig steigender Tendenz aktuell 33 soziokulturelle Einrichtungen in Hessen gehören.

teratur, Film, Diskussionen etc. angeboten, so erhöhte sich die Zahl der Veranstaltungen auf knapp 3.700 im Jahr 2006 und gut 4.000 in den Jahren 2007 und 2008. Diese kulturellen Angebote der LAKS-Mitglieder wurden in Hessen im Jahr 2006 von rund 530.000 Menschen besucht. 2007 waren es rund 618.000 und 2008 rund 615.000. Seit dem Jahr 2000 (500.000) verzeichnen die soziokulturellen Zentren somit eine steigende Veranstaltungs- und Besucherzahl. Hinzu kommt pro Jahr nach Schätzung der LAKS mindestens die gleiche Anzahl Menschen, die die offenen Angebote, Probe- oder Tagungsmöglichkeiten oder Gastronomie nutzen. Damit liegt die Zahl der jährlichen Zuschauer und Nutzer bei deutlich über einer Million Menschen.

Übersicht Entwicklung der Kulturzentren in Hessen 2000 bis 2008



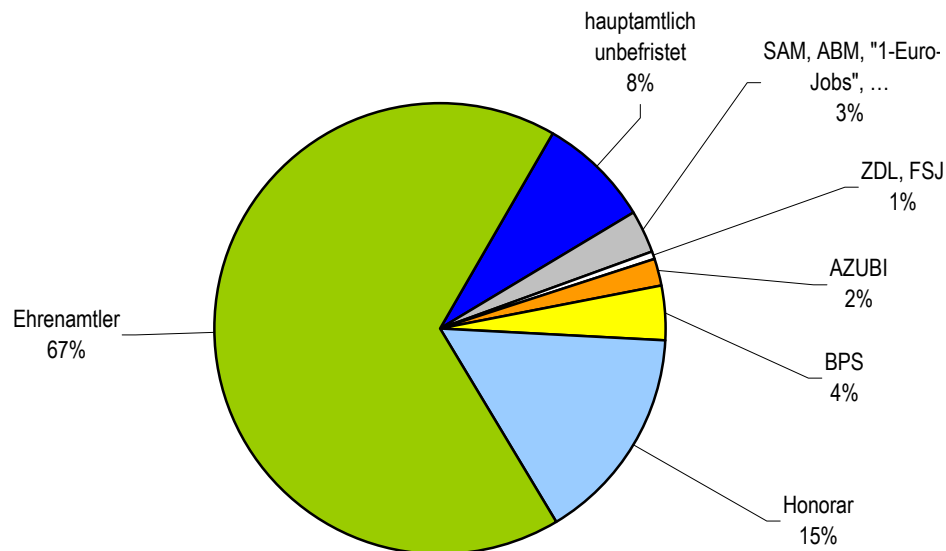
Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der LAKS.

4.1 Beschäftigte

In Hessen waren im Jahr 2008 in den Kernstrukturen der 33 Zentren 755 Mitarbeiter beschäftigt (2006: 660), darunter 177 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (unbefristete Verträge, Honorar- und Werkverträge), was einem Anteil von rund 23 % aller Beschäftigten entspricht. Dieser Anteil ist gegenüber dem Jahr 2000 um 3 % gesunken und ist damit auf dem niedrigsten Niveau im Betrachtungszeitraum. Auch die übrige Beschäftigtenstruktur hat sich verändert. Knapp 10 % (2006: 11 %, 2007: 13 %) der Beschäftigten sind Auszubildende, Praktikanten, Zivildienstleistende und so genannte 1-Euro-Jobber bzw. ABM-, SAM-Kräfte,²⁵ wobei die Nachfrage nach Praktikumsplätzen steigt und auch immer mehr Ausbildungsplätze nachgefragt und angeboten werden.

Die Anzahl der Beschäftigten in den Kernstrukturen (Verwaltung, Organisation, PR, Programmarbeit etc.) hatte sich in den letzten Jahren bis einschließlich 2007 nach oben entwickelt und ist 2008 erstmals wieder gesunken. Nach wie vor gibt es kaum Vollzeitstellen und die Entlohnung ist in der Regel der Arbeit nicht angemessen.

Beschäftigtenstruktur der soziokulturellen Zentren in Hessen 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der LAKS.

25 Struktur Anpassungsmaßnahmen (SAM) und Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen (ABM). Diese gibt es seit 2004 nach dem Auslaufen dieser Förderprogramme nur noch ganz vereinzelt.

Der Anteil der ehrenamtlich Tätigen erreicht mit 506 Personen im Jahr 2008, das sind 67 %, ebenfalls einen neuen Höchststand (2006: 389; 2007: 395). Bürgerschaftliches Engagement gewinnt als ein "Herzstück" soziokultureller Arbeit noch mehr an Bedeutung. Der hohe Anteil an ehrenamtlich Engagierten ist allerdings zwiespältig zu bewerten. Einerseits sind soziokulturelle Zentren erfreulicherweise nach wie vor stark von freiwilligem Engagement getragen; andererseits ist dieses Engagement aufgrund der mangelhaften Personalsituation unverzichtbarer Bestandteil für die Aufrechterhaltung der Strukturen. Dabei entsteht zunehmend eine Schieflage und gefährdet dieses Kultur- und Bildungsangebot.

4.2 Umsatz

Im Jahr 2000 betrug der Umsatz der hessischen Zentren insgesamt 4,6 Millionen Euro, im Jahr 2008 bereits knapp 9,5 Millionen Euro. Dies sind rund 2,6 Millionen Euro mehr als im Jahr 2007. Diese Steigerung gegenüber dem Vorjahr resultiert insbesondere aus einer Steigerung der Eigeneinnahmen (+1,7 Millionen Euro), einer Steigerung des Umsatzes im Bereich Gastronomie (+ 380.000 Euro) und einer Erhöhung der Zuschüsse Anderer, das sind im Wesentlichen Gelder der Arbeitsförderung (+ 330.000 Euro).

Die Eigeneinnahmen betrugen 2008 rund 5,8 Millionen Euro gegenüber 2 Millionen im Jahr 2000 und 4,1 Millionen im Jahr 2007 (vgl. Tabelle 21). Damit machten die Einnahmen der soziokulturellen Zentren in Hessen im Jahr 2000 durchschnittlich 45 % ihres Umsatzes aus, während dieser Anteil bis zum Jahr 2008 trotz schwieriger Rahmenbedingungen auf 61 % anstieg. Diese Steigerung erklärt sich nicht nur durch absolut sinkende Zuschussbeträge der öffentlichen Hand, sondern vor allem durch zusätzliches Engagement der Zentren im Veranstaltungsbereich. Diese Steigerung des Engagements und der Eigeneinnahmen ist jedoch nicht beliebig fortsetzbar und wurde zudem durch große Anstrengungen und im Wesentlichen durch einige wenige Zentren wie den *Schlachthof Wiesbaden* und den *Schlachthof Kassel* erreicht. Der Schlachthof Wiesbaden verzeichnet mittlerweile eine Eigeneinnahmequote von über 90 % und hat sich im Bereich bestimmter Musikgenres unter den führenden Veranstaltungsorten in Europa etabliert. Der *Schlachthof Kassel* konnte seine Rolle als Bildungsträger durch große Maßnahmen und Großangebote im Bereich der Arbeitsmarktintegration und der Integrationskurse ausbauen. Damit verbunden ist auch eine gestiegene Projektförderung durch Mittel der Arbeitsförderung.

Wirtschaftliche Eckdaten Soziokultureller Zentren Hessen 2000, 2004 und 2008

	2000	Anteile	2004	Anteile	2008	Anteile	Entwicklung 2000 - 2008	
		in %		in %		in %	absolut	in %
Allgemeines								
Anzahl Angebote	2.938		3.438		3.931		993	34
davon Fremdveranstaltungen	742		687		586		-156	-21
BesucherInnen (nur Veranstaltungen)	500.580		521.770		613.717		113.137	23
Raumgröße (gesamt)	9.805		13.835		16.198		6.393	65
Veranstaltungsräume (Fläche)			3.273		4.500		4.500	
Nutzergruppen	303		318		378		75	25
Finanzierung								
Umsatz gesamt	4.572.864	100	6.317.087	100	9.474.991	100	4.902.127	+107
davon Gastro	939.184		1.140.922		1.585.297		646.113	+69
Eigeneinnahmen	2.035.445	45	3.309.594	52	5.772.188	61	3.736.743	+184
<i>Zuschuss Land</i>	457.862	10	475.371	8	489.730	5	31.868	+7
<i>Zuschuss Kommunen</i>	1.064.101	23	1.240.427	20	1.669.130	18	605.029	+57
<i>Zuschuss andere</i>	541.301	12	454.976	7	1.153.484	12	612.183	+113
Summe öffentl. Zuschüsse	2.063.263	45	2.170.774	35	3.312.344	35	1.249.081	+61
Sponsoring	61.562	1	57.201	1	135.580	1	74.018	+120
Sonstiges	412.595	9	779.517	12	254.879	3	-157.716	-38
Personal								
hauptamtlich unbefristet	26	5	49	8	60	8	34	+131
SAM, ABM, "1-Euro-Jobs"	20	4	20	3	23	3	3	+15
ZDL, FSJ	5	1	6	1	6	1	1	+20
AZUBI	0	0	7	1	13	2	13	+1.300
BPS	9	2	21	3	30	4	21	+233
Honorar	101	21	171	28	117	15	16	+16
Ehrenamtler	324	67	334	55	506	67	182	+56
Personen gesamt	485	100	607	100	755	100	270	+56

Quelle: LAKS e.V. Hessen.

Während die Eigeneinnahmen der Zentren im Betrachtungszeitraum um 184 % stiegen, erhöhten sich die öffentlichen Zuschüsse insgesamt nur um 61 % von 2 Millionen Euro auf 3,3 Millionen Euro.

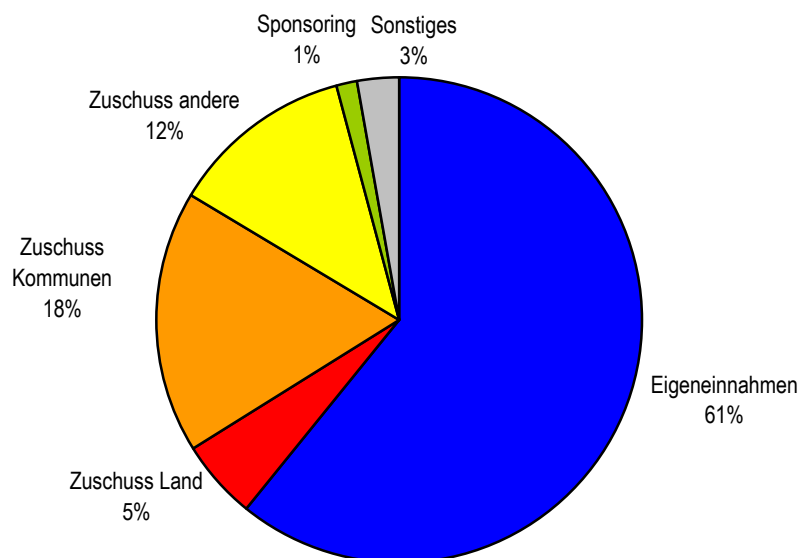
Das Land Hessen unterstützte die Zentren dabei im Jahr 2008 mit 490.000 Euro, eine Steigerung gegenüber dem Jahr 2000 um 7 %.

Die Zuschüsse des Landes Hessen haben dabei nach einigen Mittelkürzungen in den zurückliegenden Jahren im Jahr 2008 mit rund 490.000 Euro das Niveau des

Jahres 2000 mit rund 460.000 Euro wieder erreicht bzw. leicht überschritten (2007: 335.000 Euro). Dabei liegt die Förderung durch das *Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst* (HMWK) mit 350.000 Euro seit der „Operation Zukunft“ im Jahr 2003 unter dem Ansatz von 1993, obwohl sich seitdem sowohl die Anzahl der Einrichtungen wie auch das Leistungs- und Angebotsspektrum ganz erheblich ausgeweitet haben. Die Unterstützung soziokultureller Zentren von Seiten des HMWK erfolgt nach wie vor ausschließlich als Projektförderung. Nur durch projektgebundene Fördermittel anderer Ressorts stieg der Zuschuss in den letzten Jahren auf das genannte Niveau von rund 490.000 Euro. Dennoch muss festgestellt werden, dass die anteilige Finanzierung der Zentren durch das Land Hessen von 10 % im Jahr 2000 auf 5 % im Jahr 2008 gesunken ist.

Deutlich gestiegen sind die Zuschüsse der Kommunen: Waren es im Jahr 2000 noch knapp 1,1 Millionen Euro, so betrug die finanzielle Unterstützung der Zentren durch die Kommunen im Jahr 2008 1,7 Millionen Euro, eine Steigerung um 57 %. Die sonstigen öffentlichen Zuschüsse (im Wesentlichen Bundesagentur für Arbeit) beliefen sich im Jahr 2008 auf knapp 1,2 Millionen Euro, eine Steigerung gegenüber dem Jahr 2000 (rund 540.000 Euro) um 113 %. Von diesen Mitteln profitiert aber nur eine geringe Anzahl der Kulturzentren, unter diesen wenigen insbesondere der *Schlachthof Kassel*.

Einnahmestruktur der LAKS-Mitglieder in Hessen im Jahr 2008



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der LAKS.

Aus diesem Gesamtetat werden über 40²⁶ soziokulturelle Zentren und Initiativen in ganz Hessen sowie die LAKS über eine anteilige Projektförderung finanziert, die Fördersummen lagen bei den Kultureinrichtungen im Jahr 2009 zwischen 1.000 und 19.000 Euro. Zum Vergleich: Eine komplette Veranstaltung in einem soziokulturellen Zentrum erfährt damit im Schnitt in etwa dieselbe finanzielle Förderung wie ein einzelner Sitzplatz in einem Staatstheater oder ein einzelner Museumsbesucher.²⁷ Während jeder Theater- oder Museumsbesuch in Hessen mit durchschnittlich 90 Euro subventioniert wird, sind es im Bereich der Soziokultur nach wie vor keine 3 Euro pro Besucher.²⁸ Hinzu kommt, dass die Wahrnehmung der vielfältigen Aufgaben sowie die strategische Weiterentwicklung der Einrichtungen vielfach durch einen Entwicklungsstau bei Investitionen in die Bausubstanz (zumeist Altbauten) erschwert werden. Darüber hinaus wird die Arbeit der Zentren nach wie vor nur durch ein hohes Maß an ehrenamtlichem Engagement geprägt – als Ersatz für einen adäquaten Beschäftigtenstamm in den Kernstrukturen der Zentren.

Während Sponsoring mit knapp 61.000 Euro im Jahr 2000 eine noch geringere Rolle spielte, konnten 2008 gut 135.000 Euro Sponsorengelder akquiriert werden. Sie erreichen damit erstmals seit Jahren wieder den bisher höchsten Wert von rund 133.000 Euro im Jahr 2003. Zumindest der kontinuierliche Rückgang der Sponsorengelder ist damit vorerst gebremst.

Sponsorenakquise und -betreuung sind arbeitsaufwändig, darüber hinaus gibt es nur relativ wenig nennenswerte Sponsoren an den Standorten der Zentren bzw. in Hessen, die natürlich vielfach umworben werden. Dabei haben soziokulturelle Zentren den Nachteil, dass sie nicht sonderlich eventorientiert arbeiten. Dies ist jedoch für zahlreiche Sponsoren eine wichtige Voraussetzung. Bei der knappen Personalausstattung der Zentren hat daher die Sponsorenakquise eine nachgelagerte Priorität. Trotzdem sind einige erfolgreiche Kooperationen zu nennen, die auf Dauerhaftigkeit angelegt sind, z. B. das *Weltmusikfestival des Schlachthof Kassel* und der *Kasseler Sparkasse*.

Auch 2008 sind die nicht-monetären Sponsoringleistungen nicht messbar. Die soziokulturellen Zentren erhalten wie in den vergangenen Jahren z. B. Druckleistungen von ortsansässigen Unternehmen, kostenlose oder ermäßigte Zimmerkontingente in örtlichen Hotels und andere nicht-monetäre Zuwendungen von Unternehmen.

26 Dies bezieht sich auf den Landesetat Soziokultur, von dem auch nicht der LAKS angeschlossene Projekte profitieren.

27 Vgl. LAKS Newsletter 1/2005, Landesetat Soziokultur 2005: Stagnation nach Kürzung.

28 Vgl. LAKS Newsletter 11/2007 (Hintergrund der Aktion „Kultur ruft“).

Literaturverzeichnis

Werbung und Kommunikationsdesign.

Branchengespräch des Landes Hessen (2010),

Im Rahmen des ADC-Gipfels 2010 in Frankfurt am 14. Mai 2010 / Frankfurt RheinMain-Lounge

Bearbeitung: HA Hessen Agentur GmbH, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden.

Creative Industries in Hessen II –

Schwerpunkt Messeförderung Werbung, Design, Kunsthandwerk (2010),

Piesk, Susanne (HA Hessen Agentur GmbH), Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden.

Die Gamesbranche. Ein ernstzunehmender Wachstumsmarkt (2010),

2. aktualisierte Auflage

HA Hessen Agentur GmbH / Weber networking GmbH, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden.

Kulturwirtschaft in Hessen - Fortschreibung der wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen (Februar 2010),

Piesk, Susanne (HA Hessen Agentur GmbH), Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden.

Creative Industries in Hessen (2009),

Piesk, Susanne (HA Hessen Agentur GmbH), Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden.

„Don't believe the hype“: Kommunale Förderstrategien für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Das Beispiel der Freien Hansestadt Bremen (2009),

Dirksmeier, Peter (2009), in: disP 179, 4/2009.

Kultur- und Kreativwirtschaft:

Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht (2009),

Söndermann, Michael (KWF), Backes, Christoph (Creative business consult), Arndt, Olaf Dr., Brünink, Daniel (Prognos AG), Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin.

Herausforderungen – Entwicklungslinien – Erwartungen (2008),

Weismann, Bernd, in: Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Branchenhearing Designwirtschaft, 18.November 2008, Cube im Kunstmuseum Stuttgart, Seite 18.

Kreativwirtschaftsbericht Frankfurt (2008),

Berndt, Christian; Goeke, Pascal; Lindner, Peter; Neisen, Vera (Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt, Institut für Humangeografie), Gutachten im Auftrag der Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH.

Kulturwirtschaft stärken – Stadt entwickeln. – 3. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht (2008),

Krökel, Karin; Piesk, Susanne (Hessen Agentur,), Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden.

5. Kulturwirtschaftsbericht, Kultur- und Kreativwirtschaft: Wettbewerb - Märkte - Innovationen (2007),

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW: STADTart Büro für Planung, Beratung, Kommunikation (Ralf Ebert, Dr. Friedrich Gnad, Dipl.-Geogr. Uwe van Ooy, Birgit Frielinghaus), Prof. Dr. Klaus R. Kunzmann, Prof. Dr. Wolfgang Benkert (Universität Witten-Herdecke), Zentrum für Kulturforschung (ZfKf), Europäisches Institut für vergleichende Kulturforschung (ERICarts), Prof. Dr. Andreas J. Wiesand in Zusammenarbeit mit Michael Söndermann (Arbeitskreis Kulturstatistik), Hrsg.: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf.

Kreativwirtschaft in Offenbach (2007),

Sailer, Ulrike; Fischer, Christian; Papenheim, Dominik; Matatko, Anja, Gutachten im Auftrag der Stadt Offenbach.

Kulturwirtschaft: was ist das? (2007),

Söndermann, Michael, in: Kulturwirtschaft 2006, Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren, 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft, Berlin 2006, Hrsg. Friedrich Naumann Stiftung, Berlin.

Kultursponsoring und Mäzenatentum in Hessen – 2. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht (2005),

Piesk, Susanne; Giebel, Regina (HA Hessen Agentur GmbH):
Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.

Kulturwirtschaft in Hessen – 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht (2003),

Piesk, Susanne; Werner, Bernd (FEH/HA Hessen Agentur GmbH), Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.

Anhang

Zusammensetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihrer Teilmärkte in Hessen (WZ 2003) in alphabetischer Reihenfolge

Teilmärkte nach WZ-Code			
Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst			
55	40	3	Diskotheken und Tanzlokale
92	31	1	Theaterensembles
92	31	2	Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre
92	31	3	Selbständige bildende Künstler
92	31	7	Selbständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler
92	31	8	Selbständige Artisten
92	32	1	Theater- und Konzertveranstalter
92	32	2	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen
92	32	3	Varietés und Kleinkunsthäuser
92	32	5	Technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Vorverkauf, Theaterkassen)
92	34	1	Tanzschulen
92	34	2	Erbringung von sonst. Kult. und unterhalt. Leistungen (Puppentheater, Wanderzirkus, Zirkusbetriebe, Schaustellung)
Design und Kunsthandwerk			
26	21	1	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
26	21	2	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Steingut, Steinzeug und Feinsteinzeug
26	21	3	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Ton sowie von Töpferwaren
28	52	3	Beschlag- und Kunstschmieden
36	22	1	Bearbeitung von Edelsteinen, Schmucksteinen und Perlen
36	22	2	Herstellung von Schmuck aus Edelmetallen und Edelmetallplattierungen
36	22	3	Herstellung von Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Tafelgeräte und Bestecke)
36	61	0	Herstellung von Phantasieschmuck
36	63	7	Herstellung von Weihnachtsschmuck
52	48	5	Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52	73	0	Reparatur von Uhren und Schmuck
74	20	6	Büros für Industrie-Design
74	87	4	Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u.ä. Design
Kulturelles Erbe			
73	20	0	Forschung und Entwicklung im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften
74	20	1	Architekturbüros für Hochbau und für Innenarchitektur
74	20	2	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
74	20	3	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
80	42	0	Selbständige Lehrer
91	33	1	Organisationen der Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur
92	31	4	Selbständige Restauratoren
92	52	2	Denkmalschutzeinrichtungen
Kunstmarkt			
26	70	1	Steinbildhauerei und Steinmetzerei
52	48	2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgew. Erzeugn., Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikeln
52	50	1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
74	87	3	Versteigerungsgewerbe
92	52	1	Museen und Kunstaustellungen, Galerien
Literatur-, Buch und Pressemarkt			
22	11	1	Buchverlag (ohne Adressbuchverlag)
22	12	1	Verlag von Tageszeitungen
22	12	2	Verlag von Wochen- und Sonntagszeitungen
22	13	1	Verlag von Fachzeitschriften
22	13	2	Verlag von allgemeinen Zeitschriften
22	13	3	Verlag von sonstigen Zeitschriften
22	15	0	Sonstiges Verlagsgewerbe
52	47	2	Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften

Teilmärkte nach WZ-Code

Literatur, Buch und Pressemarkt (Fortsetzung)

52	47	3	Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
52	50	2	Antiquariate
71	40	3	Leihbüchereien und Lesezirkel
74	85	2	Übersetzungsbüros
92	31	6	Selbständige Schriftsteller
92	40	1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
92	40	2	Selbständige Journalisten und Pressefotografen
92	51	0	Bibliotheken und Archive

Musikwirtschaft

22	14	1	Verlag von bespielten Tonträgern
22	14	2	Musikverlag
22	31	0	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern
36	30	0	Herstellung von Musikinstrumenten
52	45	3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
92	31	5	Selbständige Komponisten und Musikbearbeiter

Rundfunk, Film und Fernsehen

22	32	0	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern
22	33	0	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern
32	30	0	Herstellung von Digitalkameras
33	40	3	Herstellung von Foto-, Projektions- und Kinogeräten
71	40	4	Videotheken
72	30	0	Mikroverfilmung
73	10	0	Forschung und Entwicklung im Bereich Medien
74	81	1	Fotografisches Gewerbe
74	81	2	Fotografische Laboratorien
74	85	1	Freiberufliche Dolmetscher
92	11	0	Herstellung von Filmen
92	12	0	Filmverleih
92	13	0	Filmtheater
92	20	1	Hörfunk- und Fernsehanstalten
92	20	2	Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen

Software und Games

52	48	1	Einzelhandel mit Software und Computern
72	22	1	Verlegen von Software
72	21	0	Softwareberatung
72	22	2	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen
72	22	3	Sonstige Softwareentwicklung

Werbung und Public Relations

74	13	1	Marktforschung
74	13	2	Meinungsforschung
74	14	1	Unternehmensberatung
74	14	2	Public-Relations-Beratung
74	40	1	Werbegestaltung
74	40	2	Werbemittelverbreitung und Werbemittlung

Zusammensetzung der Branchen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen (WZ 2003)
in alphabetischer Reihenfolge

Branche	Bezeichnung 5-Steller	WZ-Code		
Architektur	Architekturbüros für Hochbau und für Innenarchitektur	74	20	1
	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	74	20	2
	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	74	20	3
Bibliotheken, Büchereien und Videotheken	Leihbüchereien und Lesezirkel	71	40	3
	Bibliotheken und Archive	92	51	0
	Videotheken	52	50	2
Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst	Diskotheiken und Tanzlokale	55	40	3
	Theaterensembles	92	31	1
	Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre	92	31	2
	Selbständige bildende Künstler	92	31	3
	Selbständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler	92	31	7
	Selbständige Artisten	92	31	8
	Theater- und Konzertveranstalter	92	32	1
	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen	92	32	2
	Varietés und Kleinkunstabühnen	92	32	3
	Technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Vorverkauf, Theater-Tanzschulen)	92	32	5
	Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen	92	34	1
Design	Büros für Industrie-Design	74	20	6
	Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u.ä. Design	74	87	4
Einzelhandel mit Büchern und Zeitschriften	Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften	52	47	2
	Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen	52	47	3
	Antiquariate	71	40	4
Entwicklung von Software und Internet	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	72	22	2
präsentationen	Sonstige Softwareentwicklung	72	22	3
Filmherstellung	Fotografisches Gewerbe	74	81	1
	Fotografische Laboratorien	74	81	2
	Herstellung von Filmen	92	11	0
	Filmverleih	92	12	0
	Filmtheater	92	13	0
Herstellung von Digitalkameras, Foto-,	Herstellung von Digitalkameras	32	30	0
Projektions- u. Kinogeräten	Herstellung von Foto-, Projektions- und Kinogeräten	33	40	3
Kunstgewerbe und Kunsthandwerk	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan	26	21	1
	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Steingut, Steinzeug und Feinsteinzeug	26	21	2
	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Ton sowie von Töpferwaren	26	21	3
	Beschlag- und Kunstschmieden	28	52	3
	Herstellung von Phantasieschmuck	36	61	0
	Herstellung von Weihnachtsschmuck	36	63	7
	Selbständige Restauratoren	92	31	4
	Kunsthandel	Steinbildhauerei und Steinmetzerei	26	70
	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgew. Erzeugn., Briefmarken, Münzen	52	48	2
	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen	52	50	1
	Versteigerungsgewerbe	74	87	3
	Museen und Kunstaustellungen, Galerien	92	52	1

Branche	Bezeichnung 5-Steller	WZ-Code		
Markt- u. Meinungsforschung, Unternehmensberatung	Marktforschung	74	13	1
	Meinungsforschung	74	13	2
	Unternehmensberatung	74	14	1
Mikroverfilmung	Mikroverfilmung	72	30	0
Musik	Musikverlag	22	14	2
	Verlag von bespielten Tonträgern	22	14	1
	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	22	31	0
	Herstellung von Musikinstrumenten	36	30	0
	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	52	45	3
	Selbständige Komponisten und Musikbearbeiter	92	31	5
	Tonstudios	92	11	0
	Presse und Nachrichten	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	92	40
Selbständige Journalisten und Pressefotografen		92	40	2
Freiberufliche Dolmetscher		74	85	1
Organisationen und Einrichtungen	Forschung und Entwicklung im Bereich Medien	73	10	0
	Forschung und Entwicklung im Bereich Sprach-, Kultur- u. Kunstwissenschaften	73	20	0
	Organisationen der Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur	91	33	1
	Denkmalschutzeinrichtungen	92	52	2
Rundfunk und Fernsehen	Hörfunk- und Fernsehanstalten	92	20	1
	Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	92	20	2
Schriftsteller und Übersetzungsbüros	Übersetzungsbüros	74	85	2
	Selbständige Schriftsteller	92	31	6
Selbständige Lehrer	Selbständige Lehrer	80	42	0
Softwareverlag, -handel und -beratung	Einzelhandel mit Software und Computern	52	48	1
	Verlegen von Software	72	22	1
	Softwareberatung	72	21	0
Verlagswesen	Buchverlag (ohne Adressbuchverlag)	22	11	1
	Verlag von Tageszeitungen	22	12	1
	Verlag von Wochen- und Sonntagszeitungen	22	12	2
	Verlag von Fachzeitschriften	22	13	1
	Verlag von allgemeinen Zeitschriften	22	13	2
	Verlag von sonstigen Zeitschriften	22	13	3
	Sonstiges Verlagsgewerbe	22	15	0
	Vervielfältigung von bespielten Bild- und Datenträgern	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern	22	32
	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern	22	33	0
Werbegestaltung und Public Relations	Public-Relations-Beratung	74	14	2
	Werbegestaltung	74	40	1
Werbemittelverbreitung	Werbemittelverbreitung und Werbemittlung	74	40	2
Uhren und Schmuck	Bearbeitung von Edelsteinen, Schmucksteinen und Perlen	36	22	1
	Herstellung von Schmuck aus Edelmetallen und Edelmetallplattierungen	36	22	2
	Herstellung von Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Tafelgeräte und Bestecke)	36	22	3
	Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck	52	48	5
	Reparatur von Uhren und Schmuck	52	73	0

HESSEN



Herausgeber:

**Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr und Landesentwicklung**

Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden

www.wirtschaft.hessen.de