



Industrie- und Handelskammer  
zu Köln

STANDORTPOLITIK

# Standortanalyse Kultur- und Kreativwirtschaft

mit besonderer Betrachtung der Medienwirtschaft

IHK KÖLN. WIR UNTERNEHMEN.



# Inhalt

Vorwort .....	5
1. Zielsetzung und methodische Erläuterungen .....	6
2. Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln .....	9
3. Überblick über die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft .....	15
3.1 Musikwirtschaft .....	21
3.2 Buchmarkt .....	22
3.3 Kunstmarkt .....	23
3.4 Filmwirtschaft .....	24
3.5 Rundfunkwirtschaft .....	25
3.6 Markt für darstellende Künste .....	26
3.7 Designwirtschaft .....	27
3.8 Architekturmarkt .....	28
3.9 Pressemarkt .....	29
3.10 Werbemarkt .....	30
3.11 Software- und Games-Industrie .....	31
4. Gesonderte Marktbetrachtung der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln .....	32
5. Handlungsansätze zur Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativ- wirtschaft im IHK-Bezirk Köln .....	37
Impressum .....	39



# Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

der IHK-Bezirk Köln ist der Wachstumsmotor der Kultur- und Kreativwirtschaft für NRW und hat sich vom Landes- und Bundestrend abgekoppelt. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der jüngsten Standortanalyse der IHK Köln.

Die Industrie- und Handelskammer zu Köln, Geschäftsbereich Standortpolitik, hat im Jahr 2014 erstmals eine Studie zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Wirtschaftsfaktor im IHK-Bezirk Köln veröffentlicht. Mit der vorliegenden Studie werden diese Ergebnisse umfassend aktualisiert. Sie zeichnen ein detailliertes Bild der Entwicklung in den verschiedenen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Insbesondere die Medienstadt Köln genießt national wie international einen hervorragenden Ruf. Nirgendwo sonst ist die Medienwirtschaft so kreativ und so breit gefächert. Ob Film, Fernsehen oder Games, ob Großunternehmen oder kleine Ideenschmieden: Die Kölner Medienakteure sind offen für Herausforderungen, arbeiten branchenübergreifend an neuen Entwicklungen und sind auf vielen Gebieten marktführend – manchmal sogar weltweit. Für Vor- und Querdenker ist Köln der ideale Standort: bunt, lebendig, kreativ und inspirierend, Zentrum von Wissenschaft und Forschung. Als Messe- und Tagungsstandort spielt die Rheinmetropole in der ersten Liga – mit einer starken Wirtschaft, deren großer Vorteil eine einzigartige Branchenvielfalt ist. Eine der stärksten Wirtschaftsfaktoren ist die Medienbranche. Daher haben wir diese in unserer Studie gesondert betrachtet.

Die Unternehmen sorgen dafür, dass der Kultur- und Kreativstandort langfristig erfolgreich bleibt. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt, dafür sorgen die zahlreichen kreativen Köpfe. Eine einzigartige Bildungslandschaft sichert den stetigen Zustrom junger Talente. Neben der ausgezeichneten Unternehmenslandschaft, zahlreichen Verbänden und Netzwerken ist gerade der Mix aus überregionalen Festivals, Messen und Events (Art Cologne, Art.Fair, c/o Pop, Interactive Festival, Medienforum NRW + ANGA COM, lit.Cologne etc.) ein wichtiger Kölner Standortfaktor. Mit unseren Gremien und Veranstaltungen tragen wir zur Vernetzung der Branchenakteure bei. Denn ein starkes Netzwerk stärkt den Standort.

Unsere Motivation als IHK Köln ist es, mit dieser Studie eine fundierte Analyse der Branchenentwicklung im IHK-Bezirk zu liefern und damit die Zukunftsfähigkeit des Standorts für die Kultur- und Kreativwirtschaft im Blick zu behalten. Wir werden weiterhin alle zwei Jahre eine Untersuchung durchführen, damit ein kontinuierliches und belastbares Monitoring der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln erfolgt.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen der Studie und freue mich auf einen regen Austausch.

**Dr. Ulrich S. Soénius**  
Stv. Hauptgeschäftsführer  
Geschäftsbereichsleiter Standortpolitik



# 1 Zielsetzung und methodische Erläuterungen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft zählt im IHK-Bezirk zu einer bedeutsamen Wirtschaftsbranche und gilt als wichtiger Wachstumsmotor für die Region Köln. Jährlich setzen 12.400 Selbstständige und Unternehmen knapp zehn Milliarden Euro im IHK-Bezirk Köln um. Damit die Branche auch zukünftig ihre Wachstumsstärke entfalten kann, ist die Kenntnis über die aktuelle Positionierung der Branche sowie über spezifische Entwicklungstendenzen von zentraler Bedeutung.

Die vorliegende Standortanalyse zur Kultur- und Kreativwirtschaft mit besonderer Betrachtung der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln dient

- › der regelmäßigen Überprüfung zur Positionierung der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln (Aktualisierte Bestandsaufnahme),
- › der Herausarbeitung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung der Branche, indem zentrale Strukturdaten wie Umsatz oder Beschäftigungsbesatz im zeitlichen sowie überregionalen Vergleich mit Nordrhein-Westfalen und Deutschland analysiert werden,
- › der Identifizierung der Chancen und Herausforderungen der Branche und ihrer Teilmärkte im IHK-Bezirk Köln sowie der Ableitung von Handlungsansätzen,
- › und der gesonderten Marktbetrachtung der Medienwirtschaft, als zentraler Bestandteil der Kultur- und Kreativwirtschaft, um die Positionierung in der landesweiten Medienwirtschaft Nordrhein-Westfalens abzuschätzen.

## Methodik

Die Studie analysiert zentrale **Strukturdaten** der **Kultur- und Kreativwirtschaft** und ihrer elf Teilmärkte. Für die Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft werden die folgenden zentralen Indikatoren auf Basis der amtlichen Statistik verwendet: Anzahl der Selbstständigen und Unternehmen mit einem Jahresumsatz (aus Lieferungen und Leistungen) von mind. 17.500 Euro, Umsatz, Erwerbstätige, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, geringfügig Beschäftigte und Bruttowertschöpfung im Zeitraum von 2009 bis 2014. Die Zahl der Erwerbstätigen bezeichnet hierbei die Summe aus sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, Selbstständigen und Unternehmen.

Die statistische Basis für die Darstellung der aktuellen Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln bildet die von der Wirtschaftsministerkonferenz der Bundesländer und die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2009) vereinbarte Definition zur Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die statistische Abgrenzung und Methodik ist im „Leitfaden zur Erstellung der statistischen Analyse der Kulturwirtschaft“ erfasst und wurde seit 2009 weiterentwickelt. Die vorliegende Standortanalyse zur Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln orientiert sich am aktuellsten Leitfaden (2016)<sup>1</sup>. Die statistische Klassifikation und Systematik zur Erfassung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist u. a. im bundesweiten Monitoring der Kultur- und Kreativwirtschaft dargestellt.<sup>2</sup>

Neben der Analyse zentraler Strukturdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft wurde die **Medienwirtschaft** gesondert betrachtet und analysiert. Basis dieser gesamtwirtschaftlichen Analyse der Medienwirtschaft bildet die in der Standortanalyse zur Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln 2014 erarbeitete und mit der IHK Köln abgestimmte Abgrenzungssystematik (vgl. Abbildung 1-1).

---

<sup>1</sup> Arbeitskreis Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsministerkonferenz (2016): Überarbeitung des Leitfadens zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Fassung 2016).

<sup>2</sup> BMWi (2016): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014, S. 129ff.

Abbildung 1-1: Statistische Abgrenzung der Medienwirtschaft

Teilmärkte der Medienwirtschaft	WZ-Klassifikation (2008)
Filmwirtschaft	90.01.4 Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler
	59.11 Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen
	59.12 Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik
	59.13 Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken)
	59.14 Kinos
	47.63 Einzelhandel mit bespielten Tonträgern etc.
	77.22 Videotheken
Rundfunkwirtschaft	90.03.5 Selbstständige Journalisten und Pressefotografen
	60.01 Hörfunkveranstalter
	60.02 Fernsehveranstalter
Print & Verlag	58.12 Adressbücher- und Verzeichnisverlage
	58.13 Zeitungsverlage
	58.14 Zeitschriftenverlage
	58.19 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
	47.62 Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
	59.20.2 Tonträgerverlage
	59.20.3 Musikverlage
	47.61 Einzelhandel mit Büchern
Werbemarkt & Kommunikation	73.11 Werbeagenturen
	73.12 Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten u.ä.
	74.10.2 Grafik- und Kommunikationsdesign
Digitale Wirtschaft & Games	58.21 Computerspielverlage
	58.29 Sonstige Softwareverlage
	62.01 Programmierungstätigkeiten
	63.12 Webportale

Quelle: IHK Köln (2014): Die Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln. Eine Standortanalyse unter besonderer Betrachtung der Medienwirtschaft.

## IHK-Medien-Nova

Ergänzt werden die statistischen Daten durch Erkenntnisse aus dem Expertenpanel IHK-Medien-Nova. IHK-Medien-Nova ist ein Netzwerk von derzeit rund 200 Experten der Medienwirtschaft (einbezogene Teilmärkte siehe Abbildung 1-1), die im Rahmen von Befragungen und Interviews Einschätzungen zu aktuellen Entwicklungen in der Branche geben. Ziel ist es in einem geschlossenen Kreis die Trends und Bedarfe der Branche zu reflektieren, um weitere Kooperations- und Innovationspotenziale zu heben. Kernergebnisse der IHK-Medien-Nova Erhebungen der letzten beiden Jahre sind in Infoboxen zusammengestellt.

## Anpassungen gegenüber der Standortanalyse 2014

Gegenüber der Standortanalyse zur Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln aus dem Jahr 2014 hat sich die statistische Datenbasis verändert. Hintergrund sind die jüngsten Revisionen statistischer Daten der Beschäftigungsstatistik<sup>3</sup> und der Bruttowertschöpfung sowie die Aktualisierung des Leitfadens<sup>4</sup> zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Zur Gewährleistung der Vergleichbarkeit und Anschlussfähigkeit an die Vorgängerstudie ist die Datenbasis für den bereits betrachteten Zeitraum von 2009 bis 2012 auf der Grundlage der revidierten Daten angepasst worden.

<sup>3</sup> Revision der Beschäftigungsstatistik 2014 (Statistik der Bundesagentur für Arbeit) und Revision 2014 zur Bruttowertschöpfung (BWS) nach Wirtschaftsbereichen sowie zur Höhe des regionalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) für die Berichtsjahre 2000 bis 2014.

<sup>4</sup> Arbeitskreis Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsministerkonferenz (07/2016): Überarbeitung des Leitfadens zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Fassung 2016).





## 2 ■ Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln

Rund 12.400 Unternehmen setzen knapp zehn Milliarden Euro um. Damit werden knapp 30 Prozent des Branchenumsatzes des Landes Nordrhein-Westfalen im IHK-Bezirk Köln umgesetzt.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft zählt im IHK-Bezirk zu einer der bedeutsamsten Wirtschaftsbranchen. Heute gibt es im IHK-Bezirk Köln (Stadt Köln, Stadt Leverkusen, Oberbergischer Kreis, Rhein-Erft-Kreis und Rheinisch-Bergischer Kreis) ca. 12.400 Selbstständige und Unternehmen mit insgesamt 37.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SvB) in der Kultur- und Kreativwirtschaft (vgl. Tabelle 2-1). Insgesamt erwirtschafteten sie im Jahr 2014 einen Umsatz von knapp zehn Mrd. Euro im IHK-Bezirk Köln. 5,7 Prozent der Erwerbstätigen in der Wirtschaftsregion Köln arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Vergleich zu Nordrhein-Westfalen (3,4 Prozent) und Deutschland (3,5 Prozent) ist die Branche somit überdurchschnittlich stark vertreten und stellt einen wichtigen Arbeitgeber im IHK-Bezirk Köln dar.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gilt daneben auch als wirtschaftlich leistungsfähige Branche. Mit einer Bruttowertschöpfung von 5,1 Mrd. Euro hat die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 6,2 Prozent an der gesamten Wirtschaftsleistung im IHK-Bezirk Köln. Damit ist die Branche im landes- (3,2 Prozent) oder bundesweiten (3,0 Prozent) Vergleich doppelt so stark.

## Infobox 1: Standortvorteile und zukünftige Entwicklungsfaktoren

Mehr als die Hälfte (59 Prozent) des Expertenpanels IHK-Medien-Nova nimmt den Medienstandort Köln als **attraktive Arbeitsregion** wahr. Besondere Standortvorteile werden in den intakten **Netzwerkstrukturen** innerhalb der Medienbranche (65 Prozent) und der **hohen Dichte an (potenziellen) Kunden** (47 Prozent) gesehen. (IHK-Medien-Nova [04/2015]: 2. Runde)

Zukünftig werden sich die Ziele von **Kooperationen** stärker dahingehend verändern, Branchentrends und technologische Entwicklungen inner- und außerhalb der eigenen Branche früh zu antizipieren. (IHK-Medien-Nova [04/2016]: Befragung zum Thema „Arbeiten 4.0“)

Die sehr gute Positionierung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsregion resultiert unter anderem aus der hohen Dichte an Selbstständigen und Unternehmen der Branche im IHK-Bezirk Köln (siehe Infobox 1). Die hohe Konzentration und Nähe zu Anbietern und Nachfragern aus allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie aus anderen Branchen wirken als zentrale Standortfaktoren. Die daraus entstehenden Wertschöpfungsverflechtungen, Synergien und Netzwerke sind wesentlicher Schlüssel für die herausgehobene Stellung der Branche im IHK-Bezirk und deren Bedeutung für das Land Nordrhein-Westfalen. Kurzum: Der IHK-Bezirk Köln bleibt ein sehr bedeutsamer Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und deutschlandweit.

Tabelle 2-1: Die Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln im überregionalen Vergleich

Kultur- und Kreativwirtschaft	IHK-Köln		Nordrhein-Westfalen		Deutschland	
	Absolut (2014)	Anteil an Gesamtwirtschaft in Prozent	Absolut (2014)	Anteil an Gesamtwirtschaft in Prozent	Absolut (2014)	Anteil an Gesamtwirtschaft in Prozent
Umsatz in Mrd. Euro	9,6	4,1	35,4	2,6	146,9	2,7
Umsatz je Unternehmen in 1.000 Euro	770	–	700	–	600	–
Umsatz je Erwerbstätigen in 1.000 Euro	190	–	170	–	140	–
Bruttowertschöpfung in Mrd. Euro	5,1	6,2	18,5	3,2	78	3,0
Erwerbstätige (Kernbestand = (1) + (2))	49.700	5,7	212.100	3,4	1.055.700	3,5
Selbstständige & Unternehmen (1)	12.400	12,9	50.900	7,6	247.000	7,6
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (2)	37.300	4,3	161.200	2,6	808.800	2,7
Geringfügig Beschäftigte	8.000	3,4	71.600	3,8	350.200	4,5

Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit, IT.NRW, Destatis und VGRdL.  
Hinweis: Die absoluten und relativen Anteilsangaben beziehen sich auf die Kultur- und Kreativwirtschaft exklusive der Doppelzählungen spezifischer Wirtschaftszweige.

## Die Kultur- und Kreativwirtschaft wächst im IHK-Bezirk überdurchschnittlich stark.

Im Vergleich zur landes- und bundesweiten Branchenentwicklung ist die Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln überdurchschnittlich wachstumsstark. Zwischen 2009 und 2014 stiegen Umsätze, Bruttowertschöpfung sowie Erwerbstätige stärker als im Landes- oder Bundesvergleich (vgl. Tabelle 2-2). Insbesondere beim Umsatzwachstum setzt sich der IHK-Bezirk Köln mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 2,9 Prozent bzw. einem Plus von 1,3 Mrd. Euro positiv vom Wachstum auf Landes- (+0,5 Prozent) und Bundesebene (+1,8 Prozent) ab. Auch bei Betrachtung der Erwerbstätigenentwicklung erzielt der IHK-Bezirk Köln ein höheres Wachstumsplus (plus 2,6 Prozent bzw. rd. 6.000 Erwerbstätige) gegenüber Nordrhein-Westfalen und Deutschland. Für die Zukunft ist von weiteren Umsatzsteigerungen der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln auszugehen, was nicht zuletzt in dem stärkeren Nebeneinander von offline- und onlinebasierten Vertriebskanälen begründet ist. Allein im Hinblick auf die Umsatzentwicklungen digitaler Vertriebskanäle geht die Mehrheit der befragten Unternehmen (67 Prozent) der Medien- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln von weiteren Umsatzsteigerungen aus<sup>5</sup>.

Diese überdurchschnittliche Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln wird hierbei von der positiven Entwicklung aller elf Teilmärkte getragen. Insbesondere die Umsätze starker Teilbranchen wie Software/Games, Design, Werbemarkt, Film und Presse stiegen im Zeitraum von 2009 bis 2014 stärker als auf Landes- oder Bundesebene. Die positive Wachstumsdynamik der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk sichert den hohen Stellenwert und die Zukunftsfestigkeit der Branche, indem sie tendenziell unabhängiger von teilmarktspezifischen Entwicklungen agiert.



**Ute Biernat**  
CEO UFA SHOW &  
FACTUAL GmbH

*„Köln ist der Top-Standort für Entertainment in Deutschland. In Köln sind über 900 Produzenten angesiedelt, wir haben zwei große Sender mitten in der Stadt und Institute wie die Kunsthochschule für Medien und die internationale Filmschule sorgen für hervorragend ausgebildete Köpfe. Allein mit unseren Shows und den Daily-Formaten der UFA Serial Drama bespielt die UFA einen beachtlichen Teil der Programmplätze mit Produktionen aus Köln. Auch die digitale Branche wächst: Electronic Arts hat seinen Hauptsitz 2001 nach Köln verlagert, seit 2009 haben wir die Gamescom in der Stadt und das UFA Lab produziert seit 2012 digitalen Content in Köln.“*

<sup>5</sup> IHK Köln (04/2015): IHK-Medien-Nova. 2. Befragungsrunde (Zeitraum: 05.03.-20.03.2015).



**Prof. Dr. Werner Schwaderlapp**  
 Direktor des Medien Management Instituts an der Hochschule Fresenius

„Köln hat profilierte Medienunternehmen mit hoher Markengeltung und intensiver professioneller Erfahrung im Bereich Massenmedien: Print, Hörfunk, Fernsehen. Köln ist attraktiv für junge Start-Up-Unternehmer und Fachkräfte, die nutzer- und bedarfsnahe Angebote im Internet erkennen und entwickeln. Der Standort kann das Zusammenreffen und die Kommunikation beider Bereiche fördern und damit für die traditionellen Medienunternehmen Innovationspotenziale erschließen sowie für neue Ideen Chancen zu Kooperation und unternehmerischer Unterstützung eröffnen.“

Das dynamische Branchenwachstum innerhalb des IHK-Bezirks Köln geht vor allem von der überdurchschnittlichen Wachstumsdynamik der Beschäftigten und Umsätze in der Stadt Köln aus. Stiegen im Zeitraum von 2009 bis 2014 die Umsätze und die Zahl der Erwerbstätigen in der Stadt Köln um jeweils 3,5 Prozent (durchschnittliche jährliche Wachstumsrate) verzeichnete das Kölner Umland im gleichen Zeitraum Einbußen bei Umsatz (-2,9 Prozent) und Erwerbstätigen (-1,5 Prozent). Spürbare Umsatzrückgänge verzeichnete das Kölner Umland (Stadt Leverkusen, Oberbergischer Kreis, Rhein-Erft-Kreis und Rheinisch-Bergischer Kreis) insbesondere im Buchmarkt (-70 Mio. Euro), im Werbemarkt (-49 Mio. Euro) sowie in der Filmwirtschaft (-36 Mio. Euro). Diese Branchen verloren auch an Erwerbstätigen.

Tabelle 2-2: Die Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln 2009–2014

Kultur- und Kreativwirtschaft	Ist-Werte IHK-Bezirk Köln						Durchschnittliche Wachstumsrate [in Prozent p.a.]		
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	IHK Köln 2009–2014	NRW 2009–2014	Deutschland 2009–2014
Umsatz in Mrd. Euro	8,3	8,6	9,1	9,2	9,2	9,6	2,9	0,5	1,8
Umsatz je Unternehmen in 1.000 Euro	710	730	750	750	740	770	1,6	-0,7	1,1
Umsatz je Erwerbstätigen in 1.000 Euro	190	200	200	200	190	190	0,3	-1,0	-0,3
Bruttowertschöpfung in Mrd. Euro	4,4	4,6	4,8	4,9	4,9	5,1	2,9	0,7	2,7
Erwerbstätige (Kernbestand = (1) + (2))	43.700	43.500	45.300	47.200	48.500	49.700	2,6	1,5	2,1
Selbstständige & Unternehmen (1)	11.600	11.800	12.200	12.300	12.500	12.400	1,3	1,2	0,7
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (2)	32.100	31.800	33.100	34.800	36.000	37.300	3,1	1,6	2,5
Geringfügig Beschäftigte	7.700	7.500	7.400	7.300	7.400	8.000	0,8	0,5	-1,5

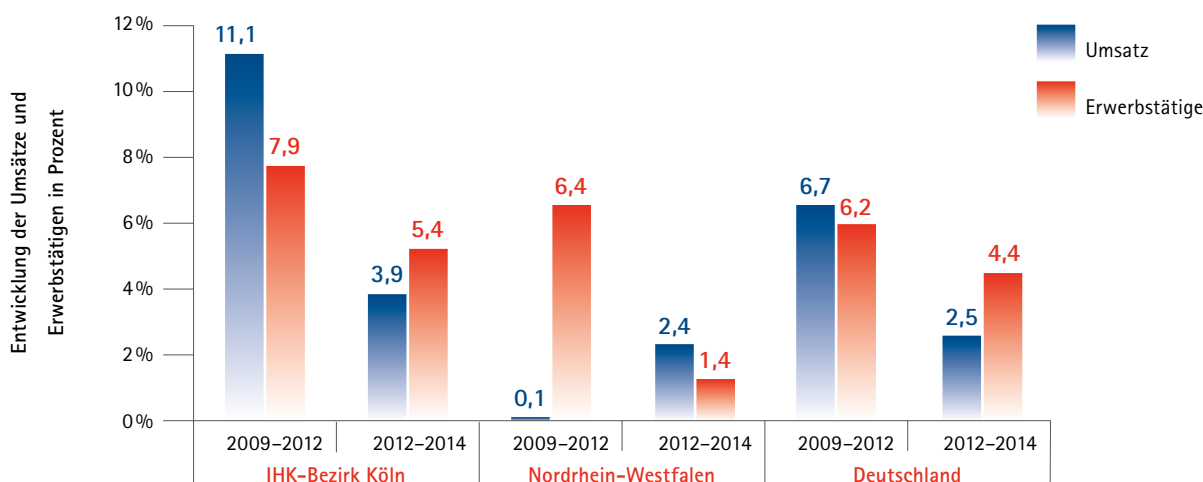
Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit, IT.NRW, Destatis und VGRdL.

Hinweis: Die Angaben beziehen sich auf die Kultur- und Kreativwirtschaft exklusive der Doppelzählungen spezifischer Wirtschaftszweige.

## Trotz abnehmender Dynamik gegenüber dem Zeitraum 2009–2012 wächst die Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln stärker als im landes- oder bundesweiten Vergleich.

Eine differenzierte Betrachtung der Entwicklung von Umsatz und Erwerbstätigen nach verschiedenen Zeiträumen zeigt, dass sich gegenüber dem vorherigen Betrachtungszeitraum 2009–2012 der vorherigen Standortanalyse<sup>6</sup> die Wachstumsintensität im Zeitraum 2012–2014 verringert hat (vgl. Abbildung 2-1). Sowohl im IHK-Bezirk Köln als auch in Nordrhein-Westfalen und Deutschland lag die Wachstumsdynamik bei Beschäftigung und Umsatz unterhalb des Niveaus von 2009–2012. Stiegen zwischen 2009 und 2012 die Umsätze und die Zahl der Erwerbstätigen im IHK-Bezirk Köln noch um 11 Prozent bzw. 8 Prozent, nahm die Dynamik im Zeitraum von 2012 bis 2014 ab. Gleichwohl erweist sich die Branche in der Wirtschaftsregion Köln weiterhin als wachstumsstarker Markt im Vergleich zu Nordrhein-Westfalen und Deutschland. Gleichzeitig ist eine gestiegene Produktivität der Unternehmen im IHK-Bezirk erkennbar: Der Umsatz pro Erwerbstätigem stieg im Zeitvergleich, während er in den Vergleichsregionen zurückging (vgl. Tabelle 2-2).

Abbildung 2-1: Beschäftigungs- und Umsatzentwicklung 2009–2012 und 2012–2014



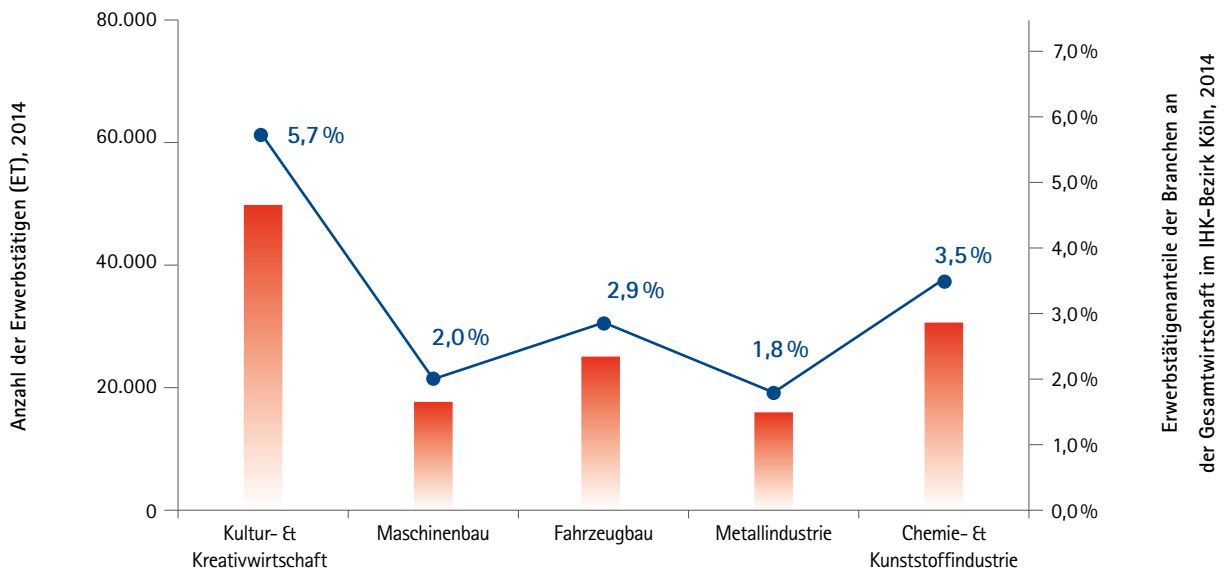
Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit, IT.NRW und Destatis.

<sup>6</sup> IHK Köln (2014): Die Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln. Eine Standortanalyse unter besonderer Betrachtung der Medienwirtschaft.

## Die Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk ist gut positioniert gegenüber den „klassischen“ Wirtschaftsbranchen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gilt als beschäftigungsstarke Branche im IHK-Bezirk Köln und ist gut positioniert gegenüber anderen Wirtschaftsbranchen. Von rund 886.000 Erwerbstätigen im IHK-Bezirk Köln sind 5,7 Prozent in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig (vgl. Abbildung 2-2). Mit rund 50.000 Erwerbstätigen ist die Branche beschäftigungsstärker als etwa der Maschinenbau, der Fahrzeugbau oder die chemische Industrie.

Abbildung 2-2: Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich, 2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit, IT.NRW und Destatis; IHK Köln (2016): Die Industrie im IHK-Bezirk Köln. Industrieatlas | Sommer 2016.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft trägt rund vier Prozent zum Umsatz der Gesamtwirtschaft bei und zeigt im Vergleich zu den anderen Branchen eine gute Positionierung (Hinweis: Umsatzzahlen sind nicht in der obenstehenden Grafik abgebildet). Der Maschinenbau und die Metallindustrie kommen auf ein bis zwei Prozent, wohingegen Branchen mit vor Ort ansässigen Großbetrieben wie die Chemie- und Kunststoffindustrie (Bayer, Lanxess, INEOS, Shell) und der Fahrzeugbau (Ford) mit jeweils rund sechs Prozent zum Gesamtumsatz im IHK-Bezirk Köln beitragen.



# 3 ■ Überblick über die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Als beschäftigungsstärkste Teilmärkte gelten die Software-/Games-Industrie, die Filmwirtschaft und der Werbemarkt.

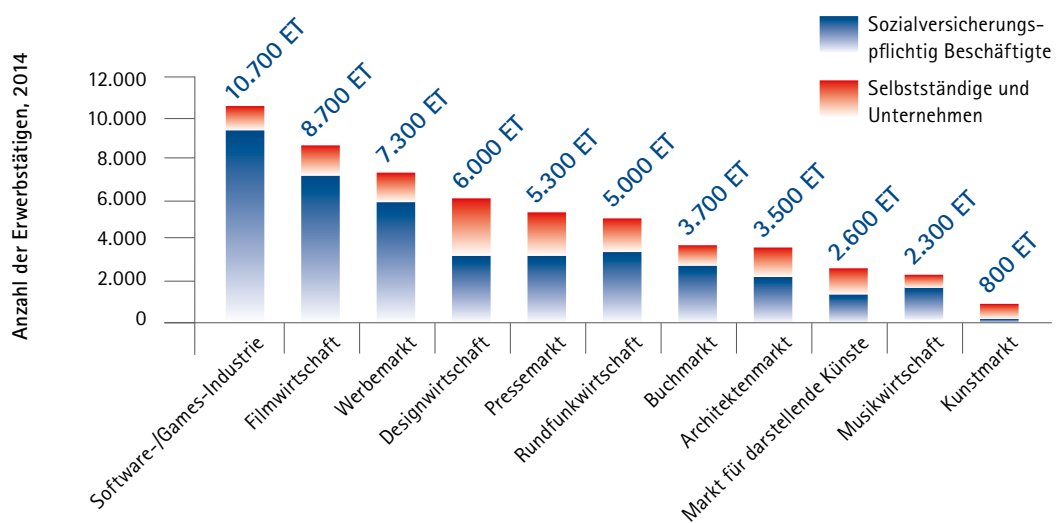
Rund die Hälfte aller Beschäftigten der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln sind in den Märkten Software/Games, Film und Werbung beschäftigt (vgl. Abbildung 3-1). Insgesamt sind 26.700 Erwerbstätige in diesen drei Märkten beschäftigt. Knapp jeder fünfte Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsregion Köln ist in der Software-/Games-Industrie tätig. Diese Beschäftigungswirkung unterstreicht die zunehmende Veränderung hin zu digitalen Märkten, Geschäftsprozessen und Vertriebswegen verbunden mit geänderten Qualifikationsbedarfen (siehe Infobox 2).

## Infobox 2: Zukünftige Qualifikationsbedarfe

Aktuell richtet sich der Qualifikationsbedarf im **Schwerpunkt an crossmediale Kommunikationskompetenzen/Social Media**. Für die kommenden Jahre ist von einer deutlich steigenden Nachfrage nach Vertriebskompetenzen, v. a. im Multi Channel Marketing auszugehen. [IHK-Medien-Nova (01/2016): Befragung zum Thema „Fachkräftesicherung und Qualifizierung“]

Betrachtet man zusätzlich die Verteilung von sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowie von Selbständigen und Unternehmen, die die Gesamtheit der Erwerbstätigen stellen, so werden strukturelle Unterschiede zwischen den einzelnen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar. Ein besonders hoher Anteil an Selbständigen und Unternehmen existiert im Kunstmarkt (82 Prozent), im Markt für darstellende Künste (49 Prozent) und in der Designwirtschaft (46 Prozent). Diese Märkte zeichnen sich durch einen hohen Anteil an Klein- und Kleinstunternehmen aus, wohingegen in der Software-/Games-Industrie oder der Filmwirtschaft eher größere Unternehmen mit einem höheren Beschäftigungsbesatz zu finden sind.

Abbildung 3-1: Verteilung der Erwerbstätigen nach Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln, 2014

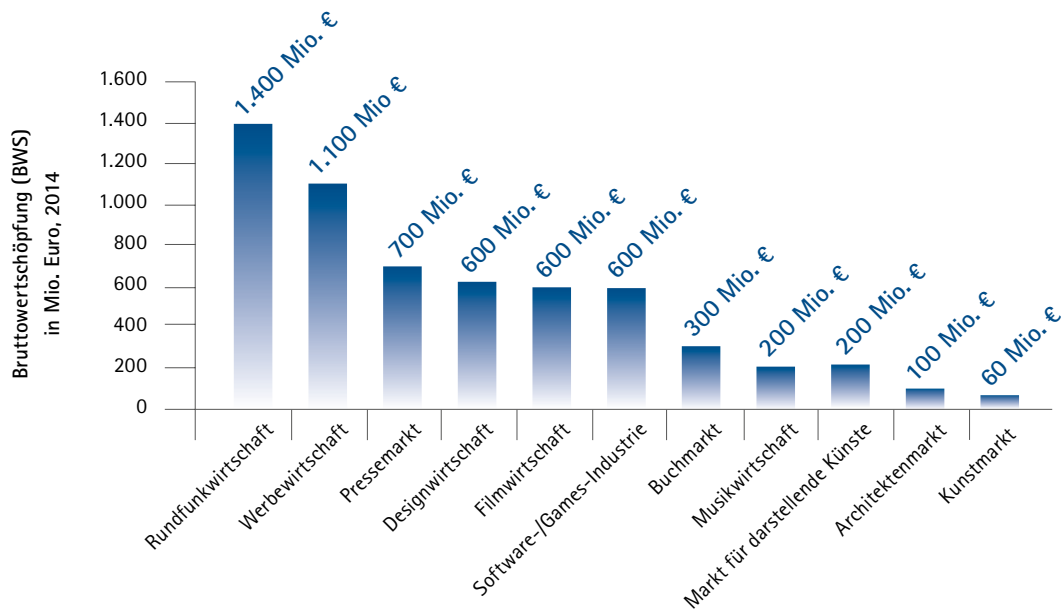


Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW. Hinweis: Die ausgewiesenen statistischen Daten zu den Teilmärkten liegen über der eigentlichen Summe der Kultur- und Kreativwirtschaft, da einzelne Wirtschaftszweige in mehreren Teilmärkten verankert sind.

Gegenüber der Verteilung der Teilmärkte nach der Anzahl an Erwerbstätigen, zeigt die Verteilung nach der Bruttowertschöpfung eine etwas andere Rangfolge (vgl. Abbildung 3-2). Im Jahr 2014 lag die Bruttowertschöpfung der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft bei rund 5,1 Mrd. Euro. Knapp ein Viertel dieses Betrages entfällt auf die Rundfunkwirtschaft und etwa ein Fünftel auf den Werbemarkt. Mit etwas Abstand folgen die Märkte Presse, Design, Film sowie Software/Games, die jeweils zwischen zehn und zwölf Prozent zur gesamten Wertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln beitragen.



Abbildung 3-2: Bruttowertschöpfung der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft, 2014



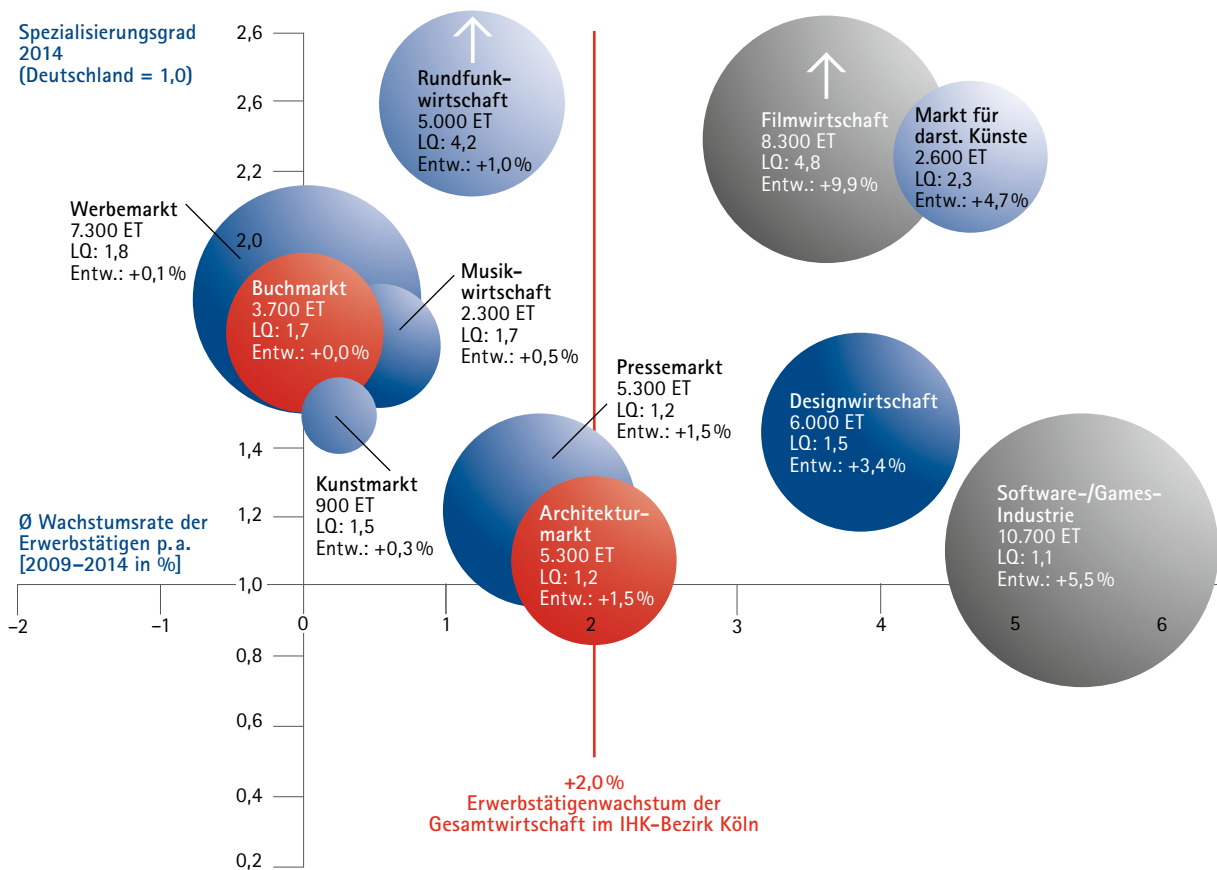
Quelle: Prognos, 2016 auf Basis von IT.NRW. Hinweis: Die ausgewiesenen statistischen Daten zu den Teilmärkten liegen über der eigentlichen Summe der Kultur- und Kreativwirtschaft, da einzelne Wirtschaftszweige in mehreren Teilmärkten verankert sind.

## Alle Teilmärkte der Branche wachsen und zeigen eine hohe Spezialisierung im Vergleich zu Deutschland.

Die Betrachtung der elf Teilmärkte unterstreicht die Rolle des IHK-Bezirks Köln als zentrale Kultur- und Kreativmetropole. Die Erwerbstätigenzahl aller Teilmärkte der Branche ist in den letzten fünf Jahren (2009–2014) gewachsen (vgl. Abbildung 3-3). Gleichzeitig zeichnen sich alle elf Teilmärkte durch ihren überdurchschnittlichen Spezialisierungsgrad aus und besitzen eine breite Ausstrahlungskraft im Bundesvergleich. Das heißt, in allen Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft sind im Verhältnis mehr Erwerbstätige beschäftigt als im bundesdeutschen Durchschnitt. Insbesondere die Rundfunk- und Filmwirtschaft sowie der Markt für darstellende Kunst sind überdurchschnittlich stark im IHK-Bezirk Köln vertreten. Positiv zu bewerten ist außerdem, dass gerade Branchen mit einer hohen Beschäftigtenzahl im IHK-Bezirk (ablesbar an der Größe der Kugeln in Abbildung 3-3) wie Film, Design und Software/Games im Vergleich überdurchschnittlich wachsen.

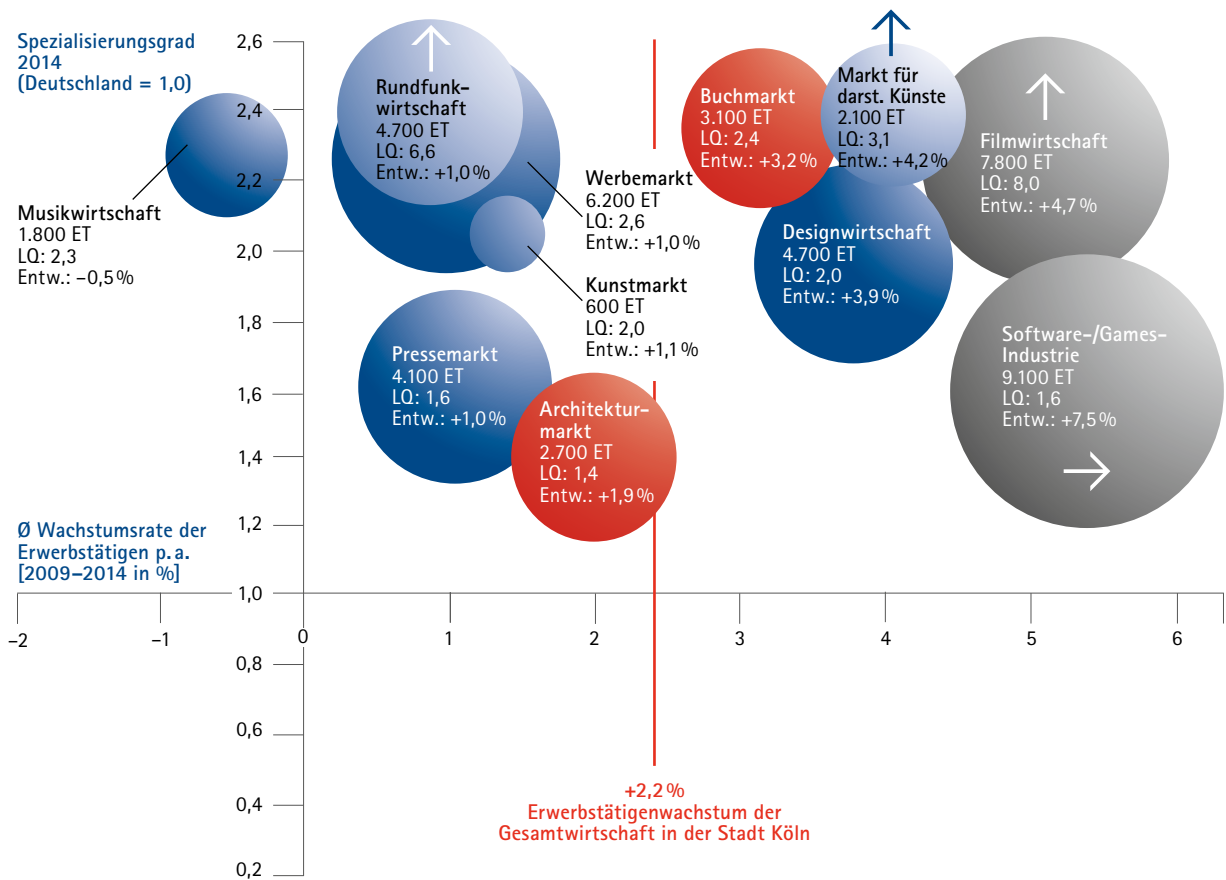
Dieses Bild verstärkt sich noch einmal, wenn man statt des IHK-Bezirks nur die Stadt Köln betrachtet (vgl. Abbildung 3-4). Zum einen ist die Erwerbstätigenstruktur hier noch stärker spezialisiert, sodass mehrere Märkte überdurchschnittlich stark in der Stadt Köln positioniert sind (zum Beispiel Film, Rundfunk, Markt für darstellende Kunst, Buch und Design). Zum anderen wachsen sieben der elf Teilmärkte in der Stadt Köln stärker als im IHK-Bezirk. Ausnahmen, in denen die Erwerbstätigenzahl im Gesamtbezirk stärker wächst als innerhalb des Kölner Stadtgebietes sind die Rundfunk-, Film-, Musik- und Pressewirtschaft.

Abbildung 3-3: IHK-Bezirk Köln: Entwicklung der Erwerbstätigen und Bedeutung der Teilmärkte im Vergleich zu Deutschland, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW. Hinweis: Erwerbstätige (ET) auf 100er Stellen gerundet. Der Spezialisierungs- bzw. Lokalisationsgrad (LQ) gibt die Konzentration der Teilmärkte im IHK-Bezirk Köln im Vergleich zu Deutschland an. Besitzt der Lokalisationsquotient (LQ) den Wert 1, ist die Branche in der Region Köln genauso stark vertreten wie in Deutschland. Werte größer 1 verweisen auf einen überproportionalen Besitz, Werte kleiner 1 auf einen unterdurchschnittlichen Besitz der Branche.

Abbildung 3-4: Stadt Köln: Entwicklung der Erwerbstitigen und Bedeutung der Teilmärkte im Vergleich zu Deutschland, 2009-2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW. Hinweis: siehe Abbildung 3-3.

## Umsatztreiber im IHK-Bezirk Köln sind die Teilmärkte Software/ Games, Presse und Film

Im Gesamtzeitraum von 2009 bis 2014 haben sich sowohl die Umsätze als auch die Zahl der Erwerbstitigen in allen Teilbranchen im IHK-Bezirk Köln positiv entwickelt (vgl. Tabelle 3-1). Neben den bereits in der Abbildung 3-3 aufgezeigten wachstumsstarken Teilmärkten, die insbesondere an Erwerbstitigen aufbauen konnten, gelten hinsichtlich des Umsatzwachstums die Teilmärkte Software/Games, Presse und Film als wesentliche Umsatztreiber. Gegenüber dem Jahr 2009 stiegen die Umsätze in der Software-/Games-Industrie um rund 350 Mio. Euro, im Pressemarkt um rund 400 Mio. Euro und in der Filmindustrie um 200 Mio. Euro. Trotz des prozentual geringeren Wachstums (+7,5 Prozent) trug auch die Rundfunkwirtschaft durch ihre Größe in absoluten Zahlen wesentlich zum Branchenwachstum bei und verzeichnete gegenüber 2009 ein Umsatzplus von rund 200 Mio. Euro.



Prof. Michael Schwertel  
Power-Toons

„Seit zwanzig Jahren nähern sich Medienkanäle immer weiter aneinander an. Wenn TV fast nicht mehr vom Internet zu unterscheiden sein wird, Film vom Game, Radio von Social Media, ... werden die Erzählwelten die Kategorien der Medienmacher definieren. Das bedeutet, dass grundlegende Fähigkeiten der Dramaturgie wichtiger sein werden als Technik, da diese dann einfach nur noch selbstverständlich sein wird.“

Wie bereits in der differenzierten zeitlichen Entwicklung der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft aufgezeigt, hat die Wachstumsintensität von Umsatz und Beschäftigung im Zeitraum von 2012–2014 gegenüber 2009–2012 an Dynamik eingebüßt. Auch auf Teilmarktebene zeigt sich, dass in den meisten Fällen der Umsatz zwischen 2009 und 2012 stärker stieg als zwischen 2012 und 2014. Von dieser Abschwächung nicht betroffen waren die Design- und Werbewirtschaft. Die positive Umsatzentwicklung geht generell mit einer Steigerung der Erwerbstätigenzahl einher. Seit 2012 hat sich das Wachstum der Erwerbstätigenzahl im Kunst- und Buchmarkt sowie in der Rundfunkwirtschaft und im Architekturmarkt noch beschleunigt.

Tabelle 3–1: Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln

Teilmarkt	Umsatz		Erwerbstätige (1) + (2)		Selbstständige und Unternehmen (1)		Sozialversiche- rungspflichtig Beschäftigte (2)	
	in 1.000 Euro	Entwick- lung in Prozent 2009– 2014	Anzahl	Entwick- lung in Prozent 2009– 2014	Anzahl	Entwick- lung in Prozent 2009– 2014	Anzahl	Entwick- lung in Prozent 2009– 2014
Gesamt	9.577.400	15,4	49.700	13,7	12.400	6,5	37.300	16,3
Musikwirtschaft	356.400	7,9	2.300	2,7	700	5,9	1.700	1,5
Buchmarkt	603.200	1,6	3.700	0,2	1.000	11,2	2.800	-3,1
Kunstmarkt	108.400	6,8	800	1,4	700	3,8	100	-8,9
Filmwirtschaft	1.010.700	23,9	8.700	19,7	1.600	4,1	7.200	23,7
Rundfunkwirtschaft	2.464.300	7,5	5.000	5,0	1.600	6,6	3.400	4,2
Markt für darstellende Kunst	256.200	13,9	2.600	25,9	1.300	24,1	1.300	27,7
Designwirtschaft	1.210.100	14,9	6.000	18,0	2.800	24,1	3.200	13,3
Architekturmarkt	247.100	6,5	3.500	8,9	1.300	-0,1	2.200	15,2
Pressemarkt	1.468.500	34,5	5.300	7,7	2.100	3,0	3.300	10,9
Werbemarkt	2.163.900	2,6	7.300	0,4	1.300	-23,5	6.000	8,0
Software-/Games- Industrie	966.500	56,5	10.700	30,9	1.200	21,4	9.500	32,3
Sonstige	52.900	15,8	700	10,3	400	-6,3	300	43,5

Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

Für eine detailliertere Betrachtung der elf Teilmärkte sind diese nachfolgend in Form von Kurzprofilen dargestellt. Im Rahmen dieser Kurzprofile sind die wichtigsten Kennzahlen zum Status Quo sowie die Entwicklungen im Zeitraum von 2009 bis 2014 aufgezeigt.

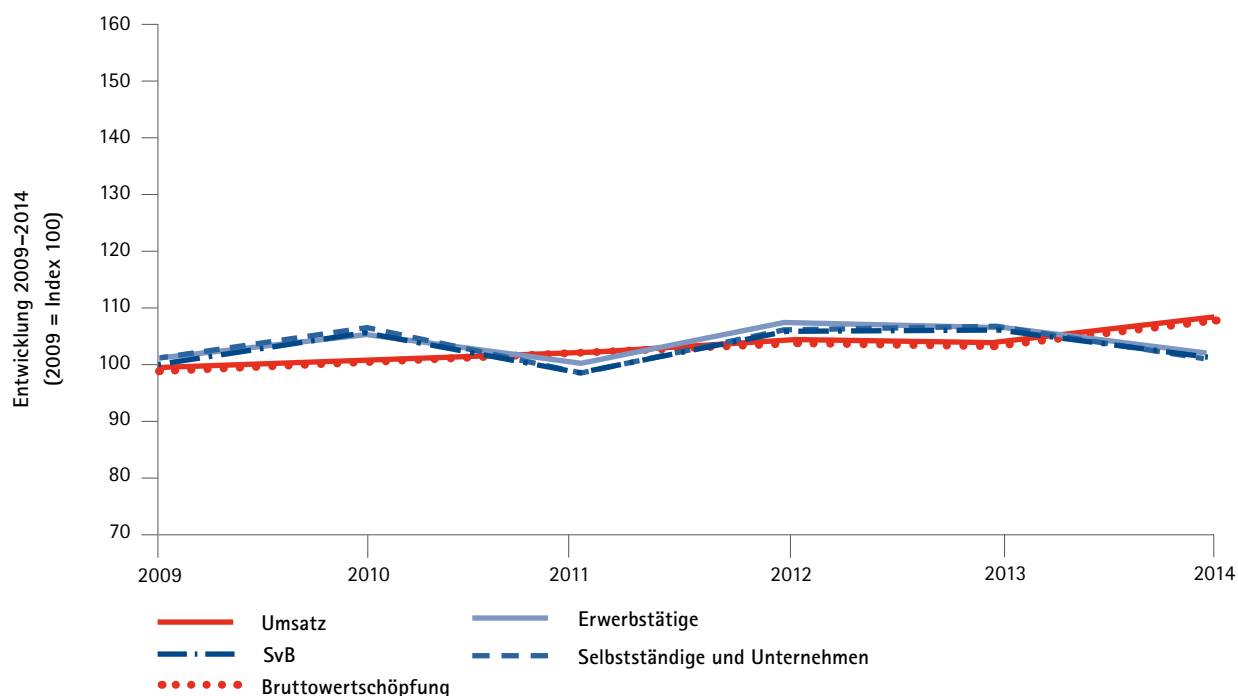
### 3.1 Musikwirtschaft

Die Musikwirtschaft generiert mit 2.300 Erwerbstätigen rund 360 Mio. Euro an Umsatz und eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 210 Mio. Euro. Im Betrachtungszeitraum 2009–2014 entwickelte sich die Musikwirtschaft im IHK-Bezirk Köln weitgehend konstant fort (vgl. Abbildung 3–5). Gegenüber 2009 nahmen die Umsätze um 26 Mio. Euro und die Erwerbstätigen um 61 Personen zu. Der leichte Anstieg der Erwerbstätigen ist sowohl auf einen Anstieg der Selbstständigen und Unternehmen als auch eine gewachsene Zahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zurückzuführen.

Sehr dynamisch entwickelte sich das relativ kleine Segment der Tonstudios. Hier konnte der Umsatz verdreifacht werden und stieg von 3 Mio. Euro auf 9 Mio. Euro an. Die umsatzstärksten Segmente bleiben jedoch der Musikinstrumentehandel (33 Prozent des Umsatzes der Musikwirtschaft im IHK-Bezirk Köln) sowie Konzert-/Theaterveranstalter (26 Prozent). Vor allem im letzteren Segment ist der IHK-Bezirk Köln Sitz bundesweit bekannter Veranstalter wie Peter Rieger, BB Promotion, Schoneberg oder Prime Entertainment.

In Bezug auf die Erwerbstätigen ist vor allem das Segment der Dienstleistungen für die darstellende Kunst gewachsen (plus 40 Prozent bzw. plus 160 Erwerbstätige). Zusammen mit den Theater- und Konzertveranstaltern (ca. 8.300 Erwerbstätige) stellen die Dienstleistungen für die darstellende Kunst (ca. 7.000 Erwerbstätige) die beschäftigungsstärksten Branchensegmente dar. Beide Segmente beschäftigen zusammen rund die Hälfte der in der Musikwirtschaft tätigen Personen im IHK-Bezirk Köln.

Abbildung 3–5: Entwicklung der Musikwirtschaft im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

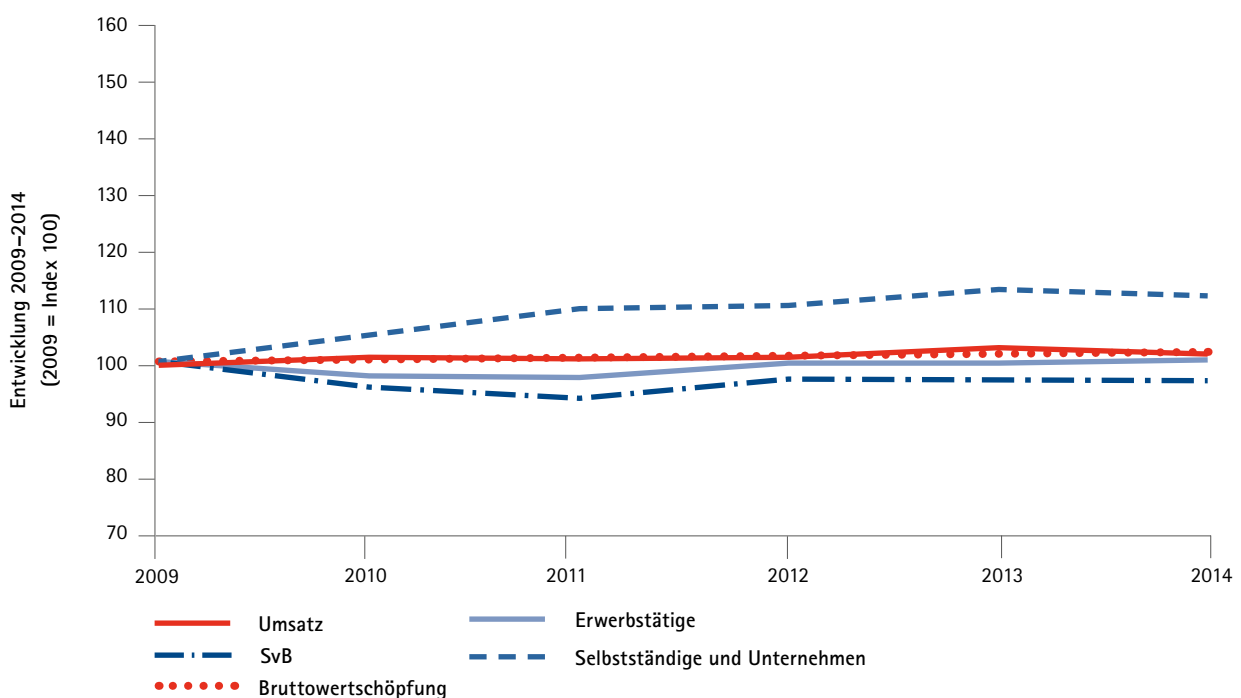
## 3.2 Buchmarkt

Der Buchmarkt im IHK-Bezirk erwirtschaftete im Jahr 2014 rund 600 Mio. Euro Umsatz und eine Bruttowertschöpfung von etwa 300 Mio. Euro. Er hält ein Volumen von 3.700 Erwerbstätigen, wovon knapp 1.000 den Selbstständigen und Unternehmen zuzuordnen sind.

Seit 2009 ist trotz der schwierigen Lage im Buchmarkt, insbesondere im Verlagswesen, der Umsatz um 1,6 Prozent bzw. 9,5 Mio. Euro geringfügig gestiegen (Abbildung 3-6). Treiber dieser Entwicklung sind die selbstständigen Schriftsteller, die mit einem Plus von 9 Mio. Euro zu dieser positiven Gesamtentwicklung beitragen konnten. Dominiert wird der Umsatz im Buchmarkt jedoch von den Buchverlagen. Diese stellen mit einem Anteil von 67 Prozent rund 400 Mio. Euro am Umsatz des Buchmarkts im IHK-Bezirk Köln. Seit 2009 sind die Umsätze im Verlagswesen geringfügig gesunken (-1,8 Prozent). Wichtige Verlage in der Wirtschaftsregion sind hierbei u. a. DuMont Mediengruppe, Kiepenheuer&Witsch, Bastei Lübbe, Heinen-Verlag GmbH oder der Taschen Verlag. Kleinere Branchensegmente wie Buchbindereien (plus 8,8 Mio. Euro) sowie selbstständige Schriftsteller (plus 9,0 Mio. Euro) und Übersetzer (plus 4,8 Mio. Euro) entwickelten sich dagegen sehr dynamisch und kompensierten die rückläufige Entwicklungen des starken Verlagswesens. Mögliche Erklärungen könnten hier sowohl das veränderte Miteinander zwischen Schriftstellern/ Übersetzern und Verlagen sein, indem das Internet den Schriftstellern und Übersetzern aktive Eigenwerbung und Selfpublishing ermöglicht als auch eine Auslagerung von verschiedenen Funktionen aus dem Verlagswesen.

Die positive Umsatzentwicklung der selbstständigen Schriftsteller und selbstständigen Übersetzer beförderte gleichzeitig den Beschäftigungsaufbau und schlägt sich in der wachsenden Zahl an Selbstständigen und Unternehmen im Buchmarkt insgesamt nieder. Die Zahl der Erwerbstätigen betrachtend, nahm die Zahl der Schriftsteller seit 2009 um ca. 20 Prozent und die der Übersetzer um rund 29 Prozent zu. In beiden Segmenten zusammen sind etwa ein Viertel der in der Buchwirtschaft Beschäftigten tätig. Ein weiteres Viertel ist im Buchhandel tätig, knapp die Hälfte im Verlagswesen. In beiden Teilbranchen musste in den letzten Jahren aber Personal abgebaut werden (-17 Prozent im Buchhandel und -5 Prozent in den Buchverlagen).

Abbildung 3-6: Entwicklung des Buchmarktes im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

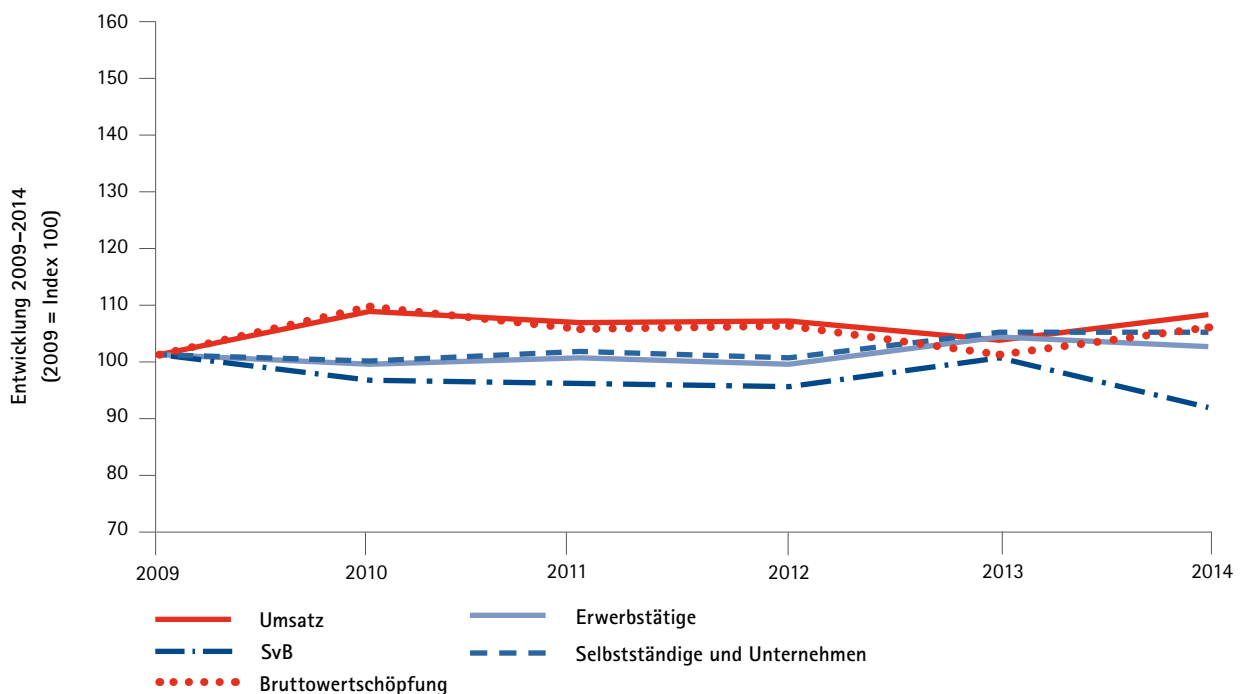
### 3.3 Kunstmarkt

Der Kunstmarkt zählt mit 800 Erwerbstätigen und einem Umsatz von 108 Mio. Euro bzw. einer Bruttowertschöpfung von 65 Mio. Euro zum kleinsten Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln.

Im Betrachtungszeitraum von 2009 bis 2014 verzeichnete der Kunstmarkt ein Umsatzplus von 7 Prozent auf 111 Mio. Euro Umsatz (vgl. Abbildung 3-7). Fast alle Branchensegmente stiegen um fast 30 Prozent seit 2009. Vor allem der Antiquitätenhandel hat seit 2012 an Umsatz zugelegt. Nur der Umsatz der Museumsshops brach deutlich ein, was einerseits deren gesunkenen Branchenanteil erklärt (von knapp 20 Prozent in 2009 auf 2 Prozent in 2014), andererseits die im Vergleich zum Großteil der Segmente schwächere Umsatzsteigerung der Gesamtbranche. Über die Hälfte des Umsatzes wird von den selbstständigen Künstlern generiert (55 Prozent).

Selbstständige Künstler stellen mit 68 Prozent zugleich den Beschäftigungsschwerpunkt unter den Erwerbstätigen im Kunstmarkt. Die Zahl der Künstler ist seit 2009 um zehn Prozent gestiegen. Aufgrund der sinkenden Beschäftigtenzahl der anderen Segmente sind Erstere somit alleinverantwortlich für das Beschäftigtenwachstum der Branche von 1,3 Prozent zwischen 2009 und 2014. Auffällig ist im Zeitvergleich der rückläufige Anteil an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Dieser prozentuale Rückgang um neun Prozent gegenüber dem Jahr 2009, resultiert jedoch aus der geringen Zahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Kunstmarkt, sodass sich die Zahl tatsächlich nur um rund 15 Personen reduzierte.

Abbildung 3-7: Entwicklung des Kunstmarktes im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

### 3.4 Filmwirtschaft

Die Filmwirtschaft zählt aufgrund der hohen Konzentration von Erwerbstätigen im IHK-Bezirk Köln zu einem der bedeutendsten Teilmärkte. Jährlich setzt dieser mit etwa 8.700 Erwerbstätigen eine Milliarde Euro um und erzielt eine Wertschöpfung von 600 Mio. Euro.

Mit Ausnahme der Zahl an Selbstständigen und Unternehmen stiegen seit 2009 Umsätze, Erwerbstätige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Abbildung 3-8). Die gleichbleibende Zahl an Selbstständigen und Unternehmen unterstreicht, dass sich der Markt auf eher wenige Mittel- bis Großunternehmen konzentriert, die vornehmlich an Beschäftigung aufbauen konnten.



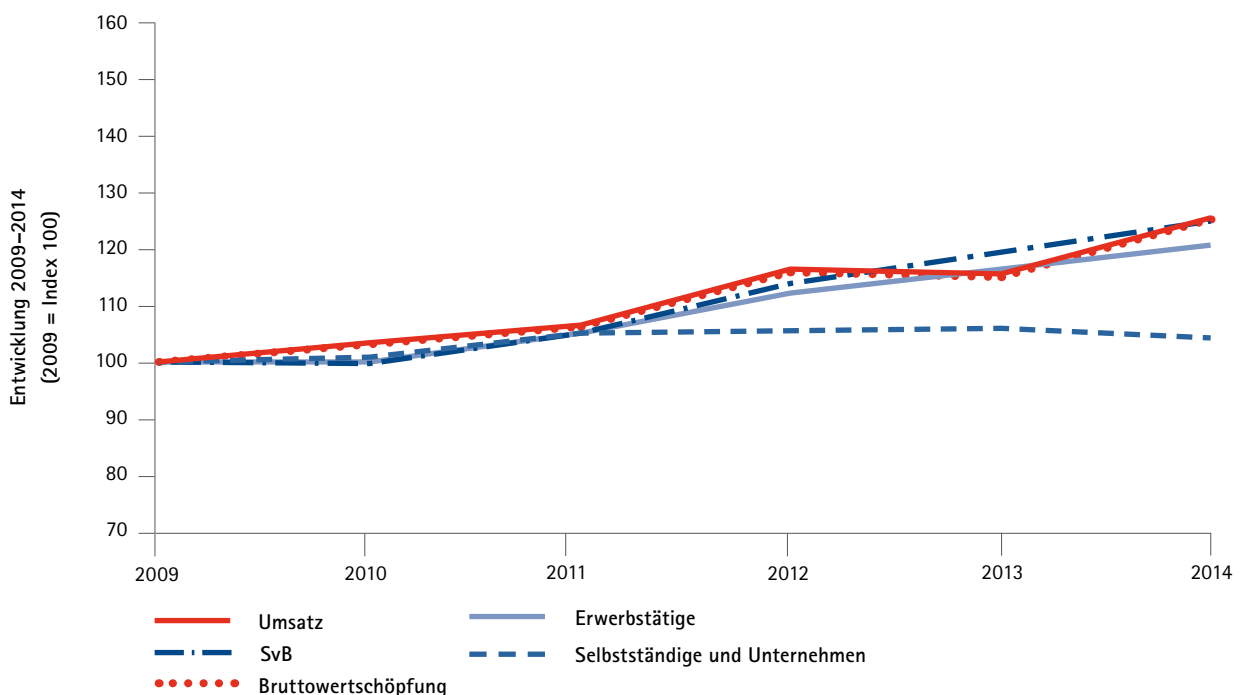
**Oliver Vogel**  
Executive Vice President Programming  
Bavaria Fernsehproduktion GmbH

„Auch die Film- und Fernsehbranche steht voll im Zeichen der Digitalisierung. Da ist es von großem Vorteil, mit dem Unternehmen einen Standort in der digitalen Hauptstadt Köln zu haben.“

Seit 2009 sind der Umsatz um 24 Prozent, die Erwerbstätigen um 20 Prozent und die Wertschöpfung um 24 Prozent gestiegen. Das Umsatz- und Wertschöpfungswachstum geht fast ausschließlich auf Film-/TV-Produktionen zurück. Hier sind bundesweit bekannte Produktionsfirmen wie Endemol, UFA, Brainpool oder der Digital-vermarkter Mediakraft angesiedelt. Der Umsatz des Segments ist im Betrachtungszeitraum um 26 Prozent gestiegen und macht 84 Prozent des Branchenumsatzes aus. Noch stärker gestiegen ist der Umsatz der selbstständigen Bühnen-, TV- und Film-Künstler (+58 Prozent), das Segment ist allerdings vom Gesamtvolumen her deutlich kleiner (neun Prozent des Branchenumsatzes).

Die Erwerbstätigenzahl hat in den Bereichen der Film- und TV-Produktionen und der selbstständigen Bühnen-, Film und TV-Künstler zwischen 2009 und 2014 um etwa ein Drittel (+34 Prozent) zugenommen. Beide Segmente stellen zusammen 83 Prozent der Branchenbeschäftigten.

Abbildung 3-8: Entwicklung der Filmwirtschaft im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

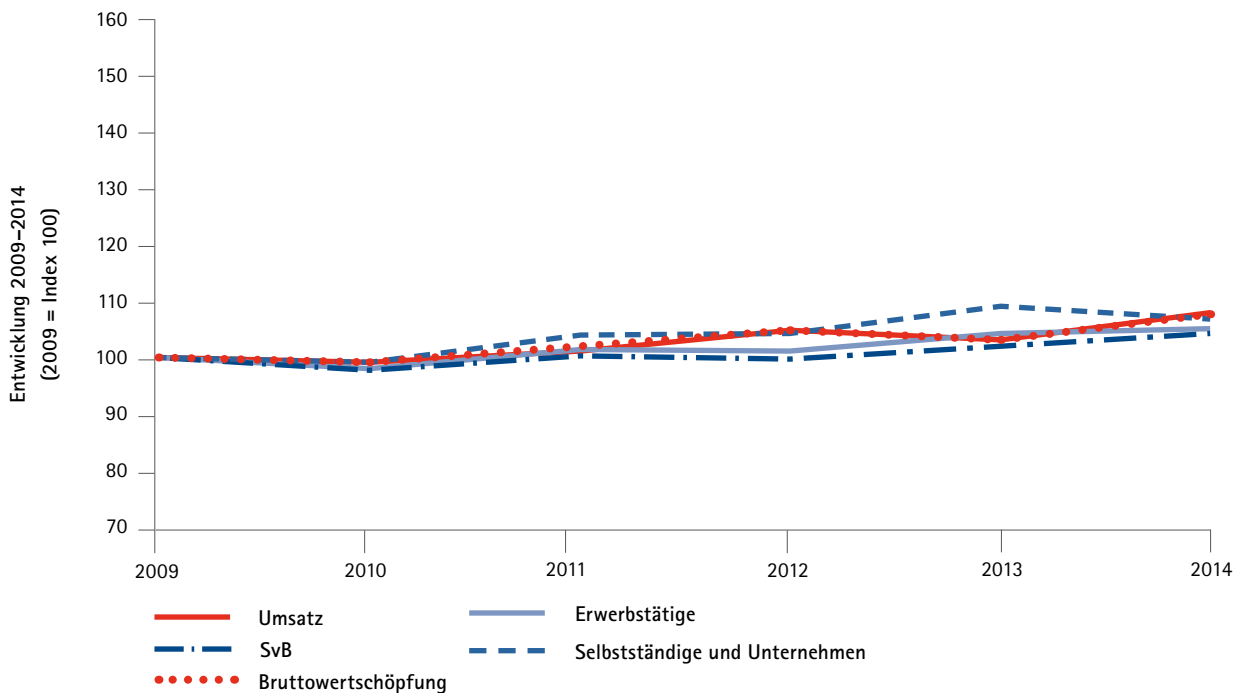


### 3.5 Rundfunkwirtschaft

Die Rundfunkwirtschaft erzielt mit ihren rund 5.000 Erwerbstätigen unter den Teilmärkten der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft das höchste Umsatzvolumen in Höhe von 2,5 Mrd. Euro. Gleichzeitig entwickelt sich der umsatzstärkste Teilmarkt positiv fort. Der Umsatz stieg seit 2009 um gut sieben Prozent bzw. um 170 Mio. Euro (vgl. Abbildung 3-9). Das Wachstum wird vor allem durch Fernsehveranstalter vorangetrieben (+13 Prozent), die mit einem Anteil von 93 Prozent fast ausschließlich für die Umsatzentwicklung in der Rundfunkwirtschaft verantwortlich sind. Insbesondere sei hier die RTL Gruppe genannt, die mit ihren Sendern RTL, RTL 2, Super RTL, Vox und weiteren Rundfunkveranstaltern mehr als ein Viertel der deutschen Marktanteile hält.<sup>7</sup> Dagegen ist der Umsatz der Hörfunkveranstalter um 60 Prozent gefallen und macht nunmehr zwei Prozent des Marktvolumens der Rundfunkwirtschaft aus.

Aufgrund der Vielzahl an Filmproduktionsfirmen und Fernsehsendern ist Köln auch ein bevorzugter Standort für freie Journalisten. Die Zahl der Erwerbstätigen stieg um fünf Prozent auf rund 5.000 Erwerbstätige. Diese Zunahme ist auf selbständige Journalisten (+6 Prozent) und Hörfunkveranstalter (+10 Prozent) zurückzuführen. Die Fernsehveranstalter beschäftigten 2014 dagegen zehn Prozent weniger Erwerbstätige als noch im Jahr 2009.

Abbildung 3-9: Entwicklung der Rundfunkwirtschaft im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

<sup>7</sup> Der öffentlich-rechtliche Rundfunk (WDR) ist nicht in den Angaben aus der Umsatzsteuerstatistik erfasst.

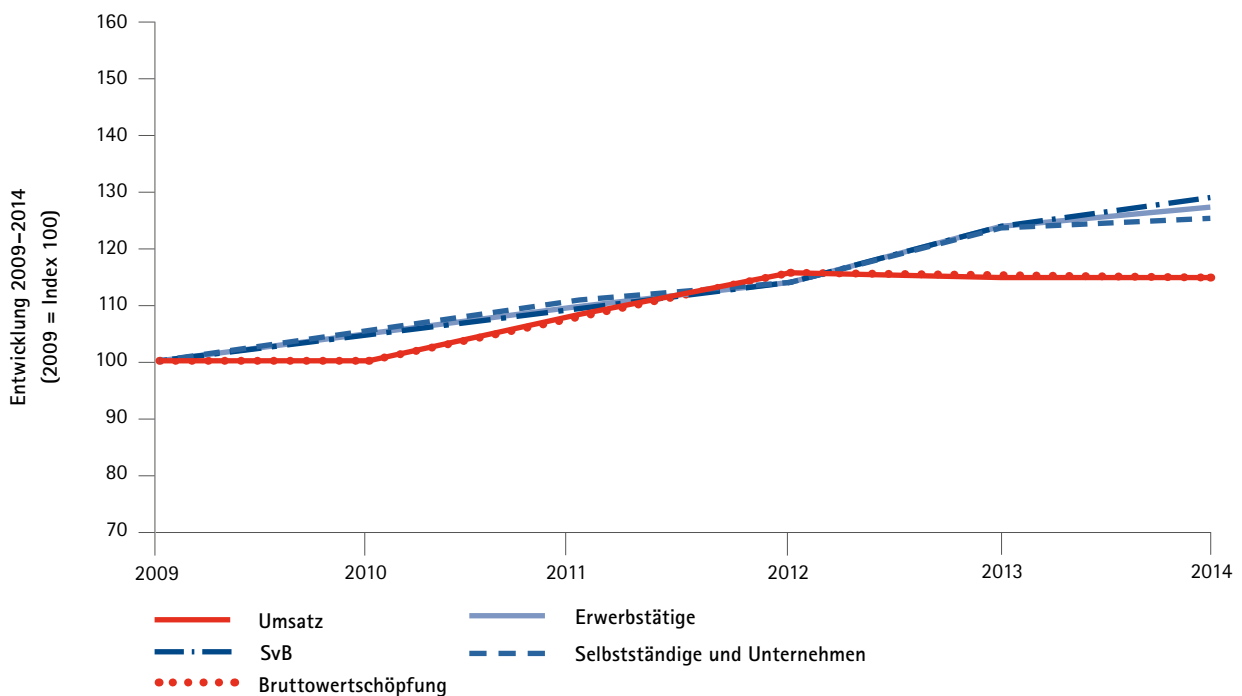
### 3.6 Markt für darstellende Künste

Mit knapp 2.600 Erwerbstätigen und einem Umsatz von 260 Mio. Euro zählt der Markt für darstellende Kunst eher zu den kleineren Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln, der sich jedoch seit 2009 positiv entwickelte.

Die Zahl der Erwerbstätigen im Markt für darstellende Kunst wuchs um ein Viertel (+26 Prozent) auf etwa 2.700 (vgl. Abbildung 3-10). Die Zunahme wird durch selbstständige Künstler (+34 Prozent), Dienstleistungen für die darstellende Kunst (+40 Prozent) und Kulturunterricht/Tanzschulen (+79 Prozent) getragen. In diesen drei Segmenten sind 70 Prozent der Erwerbstätigen des Markts für darstellende Kunst beschäftigt.

Auch die Umsatzentwicklung der Branche verlief positiv (+14 Prozent bzw. plus 31 Mio. Euro). Daran waren neben den drei vorgenannten Branchensegmenten (Künstler: +58 Prozent, Dienstleistungen: +46 Prozent, Tanzschulen: +12 Prozent) auch die Theaterensembles (+32 Prozent) und die Kleinkunstabühnen (+16 Prozent) stark beteiligt. Das neben den selbstständigen Künstlern nach Erwerbstätigen größte Branchensegment, die Theater- und Konzertveranstalter, beschäftigte 2014 jedoch 13 Prozent weniger Menschen als noch 2009 – ein Minus von 30 Erwerbstätigen.

Abbildung 3-10: Entwicklung des Marktes für darstellende Künste im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



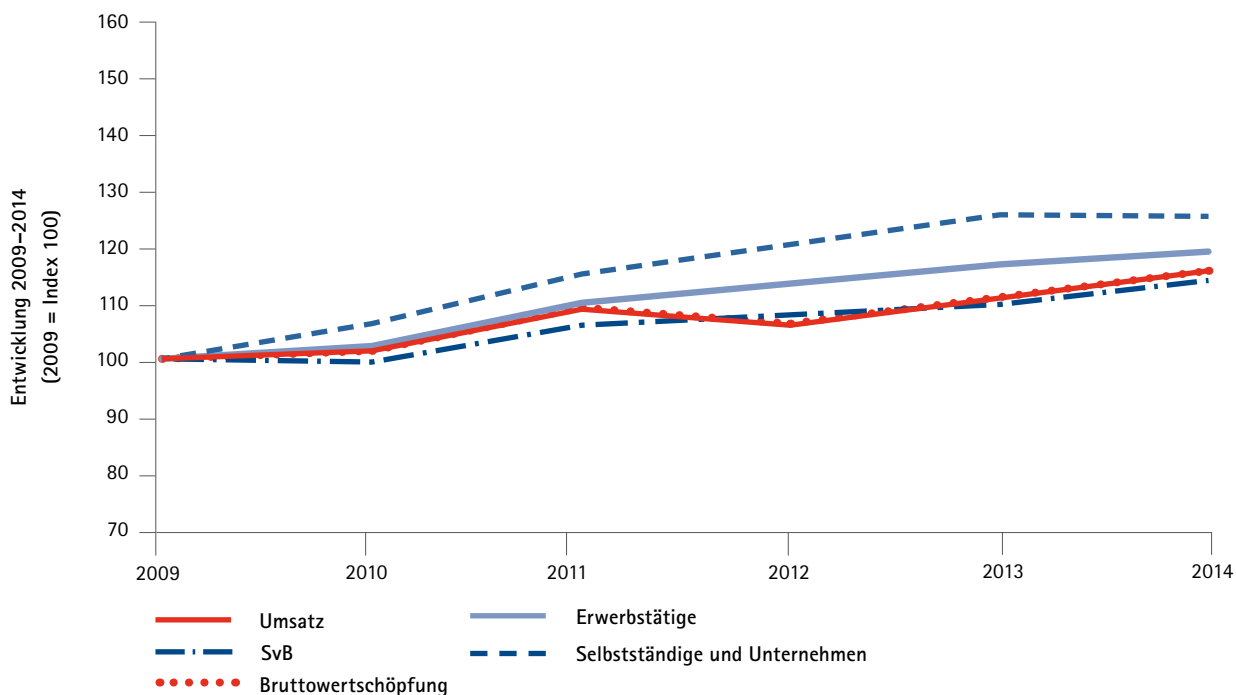
Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

### 3.7 Designwirtschaft

Die Designwirtschaft mit rund 6.000 Erwerbstätigen und einem Umsatz von 1,2 Mrd. Euro zeigt sich sehr dynamisch. Der Umsatz stieg im Betrachtungszeitraum um 15 Prozent, die Erwerbstätigenzahl um 18 Prozent (vgl. Abbildung 3-11). Das Wachstum wird vor allem von Betrieben im Bereich Grafik- und Kommunikationsdesign sowie Industrie-, Produkt- und Modedesign getragen, deren Umsatz sich seit 2009 teilweise vervierfachte (plus 47 Mio. Euro und plus 23 Mio. Euro). In absoluten Zahlen trugen diese beiden Segmente, die nur sieben Prozent des Branchenumsatzes erwirtschafteten, mit etwa 70 Mio. Euro den gleichen Anteil zum Umsatzwachstum bei wie die Werbegestaltung, die 80 Prozent des branchenweiten Umsatzes ausmacht.

Auch die Erwerbstätigenzahl stieg in beiden Segmenten auf mehr als das dreifache Niveau von 2009 an (Grafik- und Kommunikationsdesign: plus 580 Erwerbstätige; Industrie-, Produkt- und Modedesign: plus 200 Erwerbstätige). Die Werbegestaltung als größtes Branchensegment kommt auf 50 Prozent der Branchenbeschäftigten, deren Zahl seit 2009 jedoch um fünf Prozent leicht abgenommen hat.

Abbildung 3-11: Entwicklung der Designwirtschaft im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



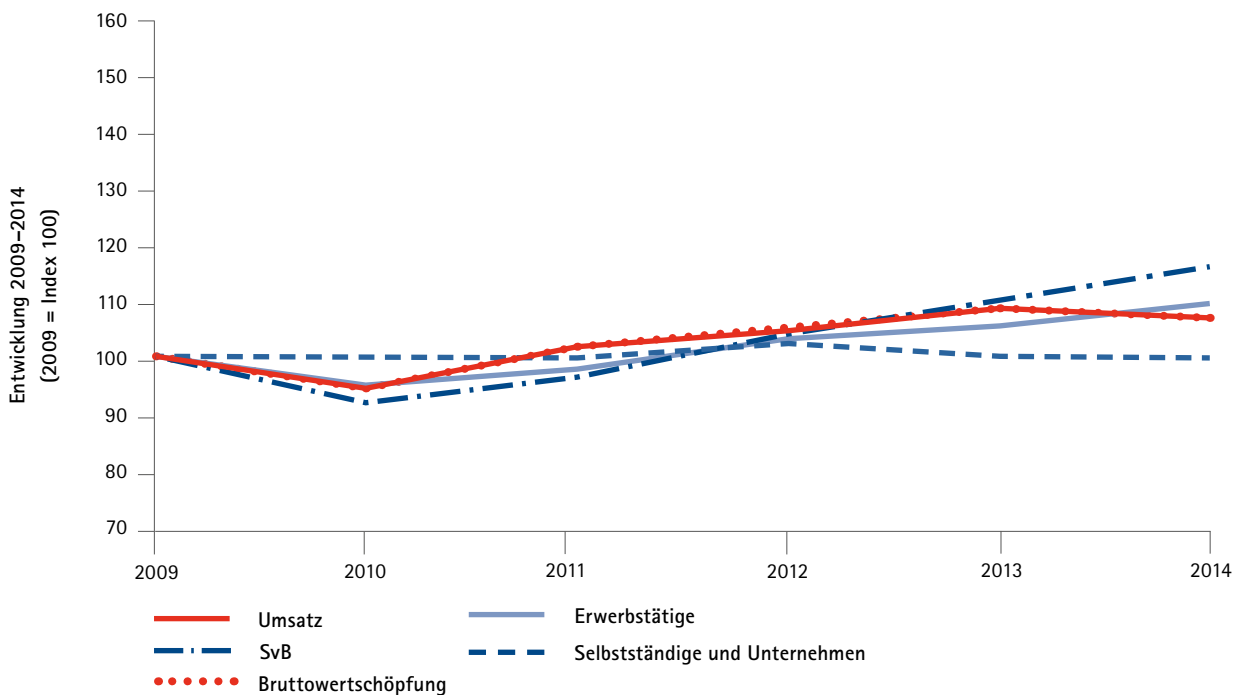
Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

### 3.8 Architekturmarkt

Der Architekturmarkt umfasst etwa 3.500 Erwerbstätige mit einem Umsatzvolumen in Höhe von knapp 250 Mio. Euro und einer Wertschöpfung von etwa 140 Mio. Euro.

Gegenüber 2009 zeigt sich im Architekturmarkt ein leichtes Umsatz- und Beschäftigungsplus. Der Umsatz nahm um gut sechs Prozent (plus 15 Mio. Euro) zu, die Erwerbstätigenzahl um neun Prozent bzw. um knapp 300 Personen (vgl. Abbildung 3-12). Beschäftigungs- und umsatzstärkstes Segment bleiben Architekturbüros für Hochbau, die 79 Prozent des Umsatzes und 80 Prozent der Erwerbstätigen am Architekturmarkt im IHK-Bezirk Köln ausmachen. Am stärksten zugelegt haben sowohl bei Umsatz (plus 8,6 Mio. Euro) als auch bei Beschäftigung (plus 110 Erwerbstätige) die Büros für Innenarchitektur. Innerhalb der Erwerbstätigen entwickelten sich die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Architekturmarkt sehr dynamisch mit einem Plus von 15 Prozent bzw. knapp 300 Beschäftigten. Hierbei konnten mit einem Plus von 160 Beschäftigten insbesondere die Architekturbüros für Hochbau an sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen aufbauen, wobei in allen Segmenten die Zahl anstieg. Dies verweist auf eine gute Entwicklung im Baugewerbe.

Abbildung 3-12: Entwicklung des Architekturmarktes im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

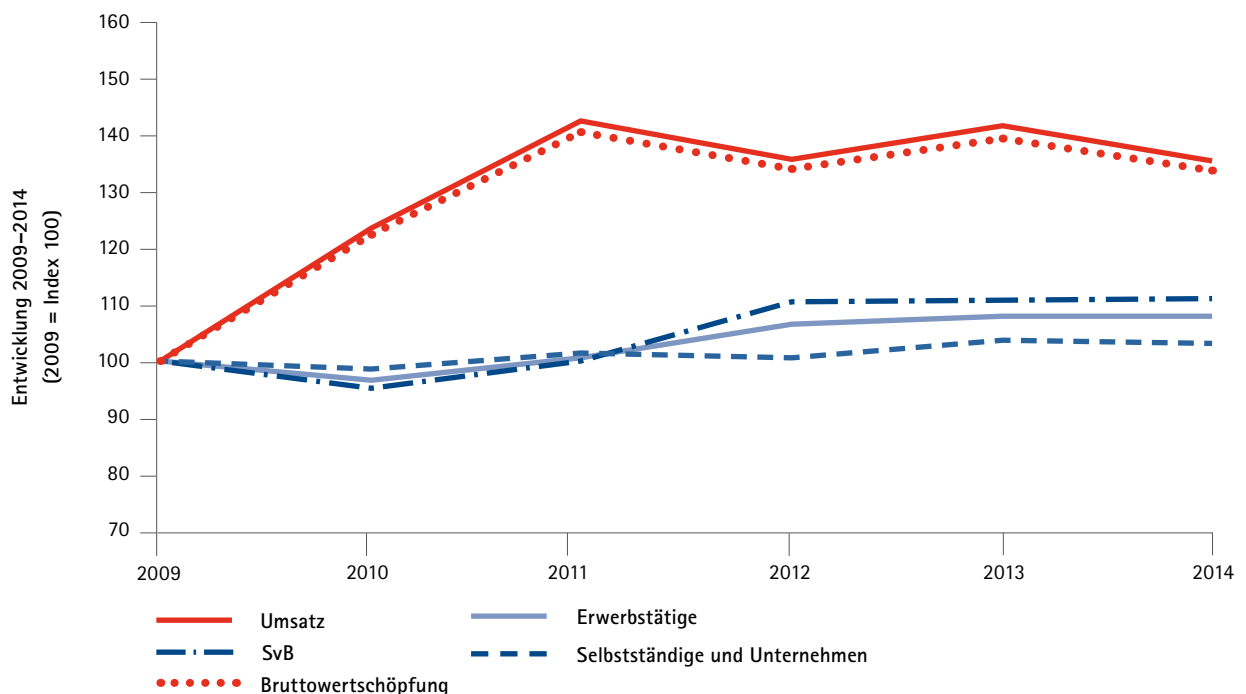
### 3.9 Pressemarkt

Der Pressemarkt zählt mit 5.300 Erwerbstätigen und einem Umsatz von 1,5 Mrd. Euro zu einem der umsatzstärksten Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln. Der Markt trägt mit 700 Mio. Euro zu zwölf Prozent an der gesamten Wertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft bei.

Im Pressemarkt wachsen Umsatz (+34 Prozent) und Bruttowertschöpfung (+33 Prozent) gegenüber der Beschäftigung überdurchschnittlich stark (vgl. Abbildung 3-13). Diese Entwicklung beruht auf dem enormen Wachstum im Segment der Zeitungsverlage (Umsatzplus von 487 Mio. Euro), die damit das umsatzstärkste Segment darstellen (36 Prozent des Branchenumsatzes 2014). Mit der DuMont Mediengruppe ist einer der größten deutschen Zeitungsverlage in Köln angesiedelt, welcher maßgeblich für das enorme Umsatzwachstum zwischen 2009 und 2012 verantwortlich ist. In 2009 übernahm die Mediengruppe den Berliner Verlag (u. a. Berliner Zeitung und Berliner Kurier) sowie die Hamburger Morgenpost. Gleichzeitig befördern onlinebasierte Vertriebswege (E-Papers, Paid Content) generell die Umsatzentwicklung im Pressewesen, sodass nach aktuellen Prognosen allein für den Zeitraum von 2015 bis 2019 von einer Verdreifachung der digitalen Vertriebs Erlöse auszugehen ist.<sup>8</sup>

Die Beschäftigtenzahl in der Branche nahm im Zeitvergleich lediglich um acht Prozent bzw. um 380 Erwerbstätige zu. Dies betraf vor allem selbstständige Journalisten, Nachrichtenbüros und Zeitschriftenverlage. Insgesamt sind jeweils knapp ein Drittel der Erwerbstätigen im Zeitschriftenverlagswesen (32 Prozent) oder als selbstständige Journalisten (31 Prozent) tätig.

Abbildung 3-13: Entwicklung des Pressemarktes im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

8 PwC (2015): German Entertainment and Media Outlook: 2015–2019.

### 3.10 Werbemarkt

Der Werbemarkt zählt mit 7.300 Erwerbstätigen zum drittstärksten Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln. Er generiert einen Umsatz von 2,2 Mrd. Euro und eine Bruttowertschöpfung von 1,1 Mrd. Euro.



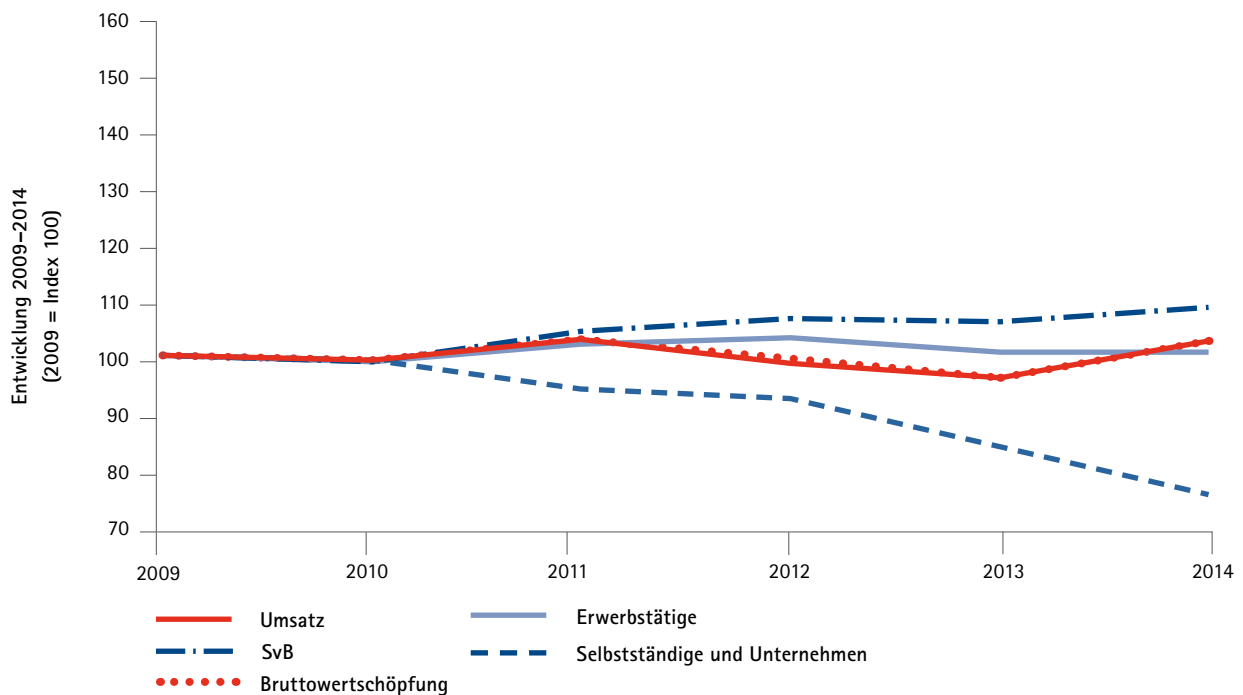
**Patrick Hünemohr**  
Geschäftsführer  
(Sprecher) der  
GREVEN Medien-  
gruppe aus Köln

„Aus meiner Sicht steht der Markt der standort-basierten mobilen Werbevermarktung vor dem Durchbruch – der Nutzerstandort entwickelt sich damit zum wichtigsten digitalen Marketingfaktor. Aus eigenen Studien und einem groß angelegten Feldversuch in Köln wissen wir, dass sowohl die lokale Nutzer- wie auch Angebotsseite für diese Form der Werbeprodukte bereit ist. Für alle Medienunternehmen die den Dreiklang aus Vermarktung, Content und Technologie beherrschen ergeben sich daraus attraktive Wachstums- und Renditechancen.“

Der Werbemarkt wird vom Segment der Werbeagen-turen dominiert, die 89 Prozent des Branchenumsat-zes erwirtschaften. Deren Umsatz stieg im Betracht-ungszeitraum um acht Prozent. Die schwächere Entwicklung der Werbeflächenvermarktung sorgte jedoch dafür, dass die Gesamtbranche lediglich um zwei Prozent wuchs.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftig-ten erhöhte sich geringfügig, wohingegen die Zahl der Unternehmen und Selbstständigen fiel (vgl. Abbildung 3-14). Die Erwerbstätigenzahl im Markt stieg im Zeitvergleich geringfügig an (+0,5 Pro-zent). Dieser Zuwachs geht ausschließlich auf das Segment der Werbeflächenvermarktung zurück.

Abbildung 3-14: Entwicklung des Werbemarktes im IHK-Bezirk Köln, 2009–2014



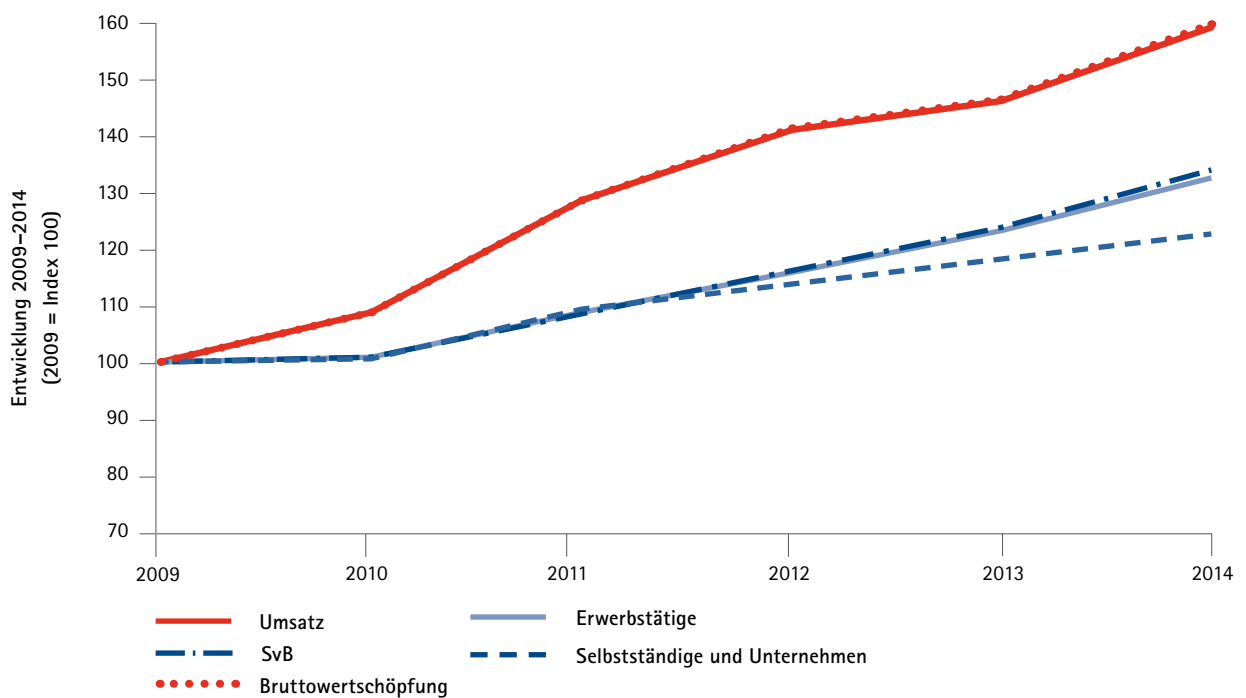
Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit und IT.NRW.

### 3.11 Software- und Games-Industrie

Die Software-/Games-Industrie zählt zum stärksten Beschäftigungsmarkt im IHK-Bezirk Köln. Mit einem Erwerbstitigenbesatz von 10.700 Personen ist knapp jeder fünfte Kultur- und Kreativschaffende in der Software-/Games-Industrie tätig. Mit knapp einer Milliarde Euro trägt der Markt zu gut einem Zehntel des gesamten Umsatzvolumens bei.

Die Software- und Games-Industrie ist der mit Abstand dynamischste Teilmarkt und spiegelt die steigende Nachfrage nach digitalen Produkten und Dienstleistungen wieder (vgl. Abbildung 3-15). Das positive Wachstum von Umsatz (+56 Prozent bzw. plus 350 Mio. Euro) und Beschäftigung (+31 Prozent bzw. plus 2.500 Erwerbstitige) im Markt überragt die Entwicklung der übrigen Teilmärkte. Die Softwareentwicklung und Programmierung setzt hier die stärksten Wachstumsimpulse. So stieg der Umsatz dieses Segments im Betrachtungszeitraum um 58 Prozent, die Erwerbstitigenzahl um 25 Prozent. Dabei stellt das Segment 88 Prozent der Beschäftigten und 98 Prozent des Umsatzes in der Branche. Zu den größten Arbeitgebern im Kölner Raum zählen etwa die Deutschlandzentrale von Electronic Arts und die Geschäftsstelle Köln von Microsoft.

Abbildung 3-15: Entwicklung der Software- und Games-Industrie im IHK-Bezirk Köln, 2009-2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit und der Umsatzsteuerstatistik von IT.NRW.



# 4. ■ Gesonderte Marktbetrachtung der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln

**Medienwirtschaft ist Rückgrat der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln.**

Die Medienwirtschaft ist das Rückgrat der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln. Mit den Teilmärkten Digitale Wirtschaft und Games, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Print und Verlage sowie Werbemarkt und Kommunikation hält die Medienwirtschaft einen Anteil von 88 Prozent der Erwerbstätigen und 90 Prozent des Umsatzes an der Kultur- und Kreativwirtschaft. Umsatz und Bruttowertschöpfung der Medienwirtschaft machen innerhalb des IHK-Bezirks Köln einen doppelt so hohen Anteil an der Gesamtwirtschaft aus als im bundesweiten Durchschnitt (vgl. Tabelle 4-1).

Liegt der Anteil der Erwerbstätigen in der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln bei 4,6 Prozent, erreichen Nordrhein-Westfalen und Deutschland nur Anteilswerte von 2,2 Prozent und 1,9 Prozent. Ähnlich stellt sich dies bei den Umsätzen dar. Wohingegen die Medienwirtschaft in der Wirtschaftsregion Köln gut 3,6 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaftet, fallen die Anteile in Nordrhein-Westfalen mit 2,2 Prozent und 1,9 Prozent in Deutschland eher gering aus. In einzelnen Teilmärkten ist der Unterschied noch größer: So ist der Anteil der Rundfunkwirtschaft am gesamtwirtschaftlichen Umsatz im IHK-Bezirk Köln mit 1,6 Prozent zehnmal so hoch wie im Bundesschnitt (0,2 Prozent). Ähnliche Relationen bestehen etwa in der Werbe- und Filmwirtschaft. Der überregionale Vergleich unterstreicht die große Bedeutung des IHK-Bezirks Köln wie zentralen Medienstandort in Deutschland.



Tabelle 4-1: Kennzahlen der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln im Landes- und Bundesvergleich

Medienwirtschaft	IHK-Köln		Nordrhein-Westfalen		Deutschland	
	Absolut (2014)	Anteil an Gesamtwirtschaft in Prozent	Absolut (2014)	Anteil an Gesamtwirtschaft in Prozent	Absolut (2014)	Anteil an Gesamtwirtschaft in Prozent
Umsatz in Mrd. Euro	8,6	3,6	30,4	2,2	109,2	1,9
Umsatz je Unternehmen in 1.000 Euro	1.200	-	1.100	-	900	-
Umsatz je Erwerbstätigen in 1.000 Euro	200	-	190	-	140	-
Bruttowertschöpfung in Mrd. Euro	4,6	5,6	16,0	2,8	59,8	2,3
Erwerbstätige (Kernbestand = (1) + (2))	43.900	4,6	161.100	2,2	781.300	1,9
Anzahl der Unternehmen (1)	7.200	7,5	27.800	4,2	120.500	3,7
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (2)	36.800	4,2	133.400	2,1	662.100	2,2

Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Bundesagentur für Arbeit, IT.NRW, Destatis und der VGRdL.

Dabei ist der Umsatz pro Erwerbstätigem mit rund 200.000 Euro in der Wirtschaftsregion Köln sehr hoch. Im Betrachtungszeitraum von 2009 bis 2014 stieg die Produktivität im IHK-Bezirk Köln um zwei Prozent, wohingegen diese in Nordrhein-Westfalen und Deutschland um -5 Prozent bzw. -1 Prozent fiel. Dieser Produktivitätszuwachs lässt sich darauf zurückführen, dass die Umsätze in der Region Köln stärker gewachsen sind als die Zahl der Erwerbstätigen (vgl. Abbildung 4-1).



**Helmut Heinen**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter  
Heinen-Verlag GmbH  
Herausgeber  
Kölnische Rundschau

„Am Standort Köln samt Umgebung besteht ein breites Netzwerk aller Teilbranchen der Produktion und Vermarktung von elektronischen wie gedruckten Medien. Die ausdifferenzierte Hochschullandschaft steht zusammen mit der beruflichen Ausbildung in den Unternehmen für qualifizierte Mitarbeiter in den unterschiedlichsten Bereichen der Medienwirtschaft.“

### Infobox 3: Arbeit 4.0 in der Medienwirtschaft

Die **Umfrage** im Rahmen des Expertenpanels **IHK-Medien-Nova** ergab, dass für viele Befragte das Arbeiten sich durch die Digitalisierung verändert hat und **Arbeit 4.0** bereits eine unternehmerische Realität darstellt. Neben einer immer **stärkeren Digitalisierung der Arbeitsprozesse** wird die Bedeutung von Arbeit 4.0 auch anhand des steigenden Innovationstempos sowie der veränderten Erwartungen und Bedürfnisse der Mitarbeiter deutlich.



**Prof.  
Katja M. Becker**  
Geschäftsführung  
beau bureau design

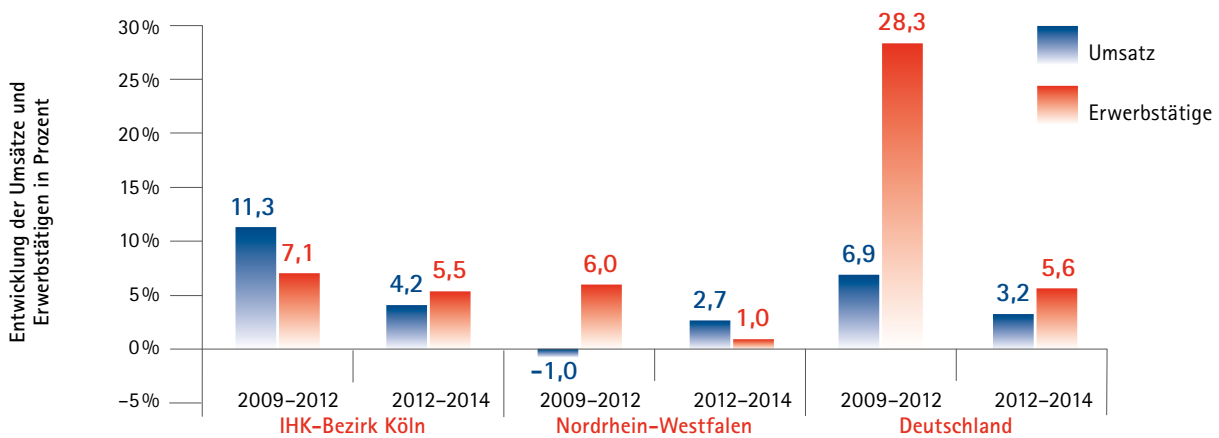
„Arbeiten 4.0: Mein Geschäftsmodell hat sich insoweit geändert, als dass es nicht mehr nur rein ums Projektgeschäft geht (Erarbeitung von individuellen Designleistungen), sondern auch um die Vermittlung von Wissen an Unternehmen und die Begleitung von Innovationsprozessen mit Design-Methoden.“

Die bundesweite Medienwirtschaft wächst in Bezug auf die Erwerbstätigen deutlich stärker, beim Umsatzwachstum liegt die Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln aber weiter vorn. Das dynamischste Erwerbstätigenwachstum zeigt deutschlandweit der Markt für digitale Wirtschaft und Games auf. Dieser ist mit einem Plus von 55 Prozent bzw. rund 120.000 Personen überdurchschnittlich gewachsen.

Das starke Wachstum ist durch die hohe Dynamik dieses Marktes im Kontext des digitalen Wandels begründet. Die digitale Wirtschaft und Games nimmt eine Vorreiterrolle ein, indem sie über umfangreiches Erfahrungswissen in Bezug auf digitale Geschäftsmodelle verfügt und als wichtiger Impulsgeber für andere Branchen in Zeiten des digitalen Wandels agiert. Auch im IHK-Bezirk Köln ist die digitale Wirtschaft und Games mit einem Um-

satzanteil von elf Prozent und einem Beschäftigungsanteil von einem Viertel fest verankert. So ist bereits heute Arbeiten 4.0 zur unternehmerischen Realität der Medienwirtschaftsunternehmen im IHK-Bezirk Köln geworden, und das nicht nur innerhalb der digitalen Wirtschaft und Games, sondern in der gesamten Medienwirtschaft (siehe Infobox 3).

**Abbildung 4-1: Entwicklung der Umsätze und Erwerbstätigen 2009–2012 und 2012–2014**



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit, der Umsatzsteuerstatistik von IT.NRW, Destatis und der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung der Länder.

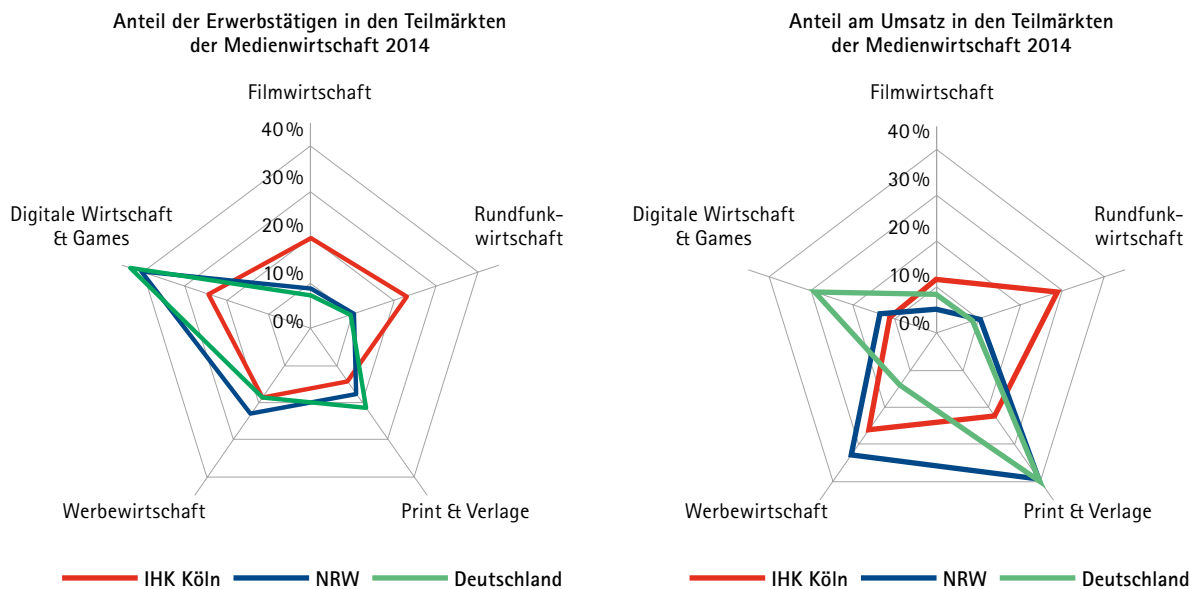
Zu den beschäftigungsstärksten Teilmärkten innerhalb der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln gehören die digitale Wirtschaft und Games mit 10.700 Erwerbstätigen (Anteil von 24 Prozent), die Rundfunkwirtschaft mit 10.100 Erwerbstätigen (Anteil von 23 Prozent), dicht gefolgt von der Filmwirtschaft (8.700 Erwerbstätige und Anteil von 20 Prozent) und dem Werbemarkt (8.200 Erwerbstätige und Anteil von 19 Prozent). Vergleichsweise deutlich höhere Beschäftigungsanteile halten Nordrhein-Westfalen und Deutschland nur im Bereich der digitalen Wirtschaft mit Anteilen von 40 Prozent bzw. 43 Prozent (vgl. Abbildung 4-2). Zu den zentralen Standorten zählen insbesondere Berlin, Hamburg und München, die sich auf das Angebot verschiedenster Software-Lösungen und die Produktion von Online- und Browserspielen spezialisiert haben.

Nahezu alle Märkte der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln konnten im Betrachtungszeitraum von 2009 bis 2014 weiter an Beschäftigung aufbauen. So stiegen insbesondere in der digitalen Wirtschaft und Games (+31 Prozent) sowie in der Filmwirtschaft (+20 Prozent) die Erwerbstätigenzahlen. Im Werbemarkt und Kommunikation (+9 Prozent) und in der Rundfunkwirtschaft (+5 Prozent) fiel das Wachstum geringer aus. Hingegen blieb die Beschäftigung im Markt für Print und Verlage (-0,4 Prozent) nahezu unverändert auf dem Niveau von 2009.

Gegenüber der Verteilung nach Erwerbstätigen verschieben sich bei den relativen Umsatzanteilen die Schwerpunkte, sodass die anteilmäßig größten Umsätze im IHK-Bezirk Köln in der Rundfunkwirtschaft mit 29 Prozent (2,5 Mrd. Euro), im Werbemarkt mit 26 Prozent (2,2 Mrd. Euro) und im Markt für Print und Verlage mit 22 Prozent (1,9 Mrd. Euro) erzielt werden. Auf Landes- und Bundesebene haben sich die Anteile insbesondere in Richtung Print und Verlage sowie Werbemarkt und Kommunikation verschoben. Insgesamt ist die Verteilung der Umsätze auf die fünf Teilmärkte in der Wirtschaftsregion Köln deutlich ausgeglichener als im Landes- oder Bundesvergleich, wo sich einzelne Märkte (z. B. digitale Wirtschaft und Games, Print und Verlage) deutlich umsatzstärker zeigen als andere.

Der Umsatz ist in allen Märkten der regionalen Medienwirtschaft spürbar angestiegen. Zu nennen sind hier besonders die digitale Wirtschaft und Games (+56 Prozent), die Filmwirtschaft (+24 Prozent) sowie Print und Verlage (+24 Prozent). Gerade in diesen Branchen entwickelt sich der IHK-Bezirk Köln signifikant besser und wie im Fall von Print und Verlage sogar entgegengesetzt zum Landes- und Bundestrend.

Abbildung 4-2: Verteilung der Erwerbstätigen und Umsätze in der Medienwirtschaft, 2014



Quelle: Prognos, 2016 auf Basis der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit, der Umsatzsteuerstatistik von IT.NRW, Destatis und der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung der Länder.

Die starke Verankerung aller fünf Teilmärkte am Standort Köln bietet die Chance, die starke Positionierung der Medienwirtschaft zu halten und auszubauen sowie technologische Entwicklungen weiter voranzutreiben. Die starke Präsenz fast aller Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln bietet günstige Voraussetzungen hierfür. Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung verknüpft mit innovativen Technologien (z. B. Virtual Reality) werden die Grenzen zwischen den Branchen zunehmend durchlässiger, sodass gerade in der innovativen Vernetzung starker Teilmärkte das Potenzial für weitere Beschäftigungs- und Umsatzimpulse in der Medienwirtschaft sowie in der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt liegt. So zählen bspw. digitale Vertriebskanäle und Vertriebsplattformen zu einem immer wichtigeren Absatzkanal. Allein in der Musikindustrie wurden in 2015 ca. 31 Prozent der Musik über das Internet verkauft<sup>9</sup>. Die Digitalisierung ermöglicht aber auch ein komplett neues Miteinander (veränderte „workflows“) und andersartig funktionierende Wertschöpfungsketten, sodass der Kunde/User von Beginn an bei der Produktentwicklung einbezogen wird. Die technische Entwicklung ermöglicht zudem Medienschaffenden, unabhängig und mit geringen Mitteln ihre Vorstellungen zu realisieren: Filme etwa werden zunehmend per Crowdfunding finanziert und immer häufiger mit Smartphones gedreht.

Diese Analyse unterstreicht die hohe Bedeutung der Medienbranche für die regionale Wirtschaft im IHK-Bezirk Köln. Vor allem Film- und Rundfunkmärkte sind hier überdurchschnittlich stark. Im Vergleich zu den Referenzwerten auf Bundesebene sind die Umsatzsteigerungen im IHK-Bezirk Köln größer und die Verteilung des Umsatzes auf die fünf Teilbranchen gleichmäßiger. Mit der impulsgebenden Rolle der Medienwirtschaft zur Bewältigung des digitalen Wandels und der hohen Dichte an Akteuren und Kunden im IHK-Bezirk Köln ist eine sehr gute Basis zur Vernetzung und Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle gegeben.

#### Infobox 4: Kundenbeziehungen in der Medienwirtschaft im IHK-Bezirk Köln (IHK-Medien-Nova [04/2015]: 2. Runde)

Mit Blick auf die regionale Verteilung der bestehenden Kunden der Kölner **Medienwirtschaft** zeigt sich, dass der überwiegende Anteil aus dem **Rheinland (37%)** und **Deutschland (43%)** kommt. Insbesondere die Filmwirtschaft und der Werbemarkt agieren häufiger bundesweit. Dafür ist die Kölner Medienwirtschaft auf den europäischen Märkten und im restlichen Ausland eher gering vertreten.

<sup>9</sup> BVMl Bundesverband Musikindustrie (2016): Musikindustrie in Zahlen 2015.



# 5 ■ Handlungsansätze zur Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk Köln

## **Aktivitäten der IHK Köln in der Kultur- und Kreativwirtschaft.**

Die IHK Köln bietet Basis- und Aufschlussberatungen für die branchenzugehörigen Betriebe an, ist Schnittstelle zu Verbänden, Institutionen und staatlichen Organisationen, vermittelt Branchenwissen und gibt Handlungsempfehlungen zu aktuellen Themen. Die IHK Köln nimmt Stellung zu politischen und rechtlichen Fragestellungen, die die Branchen betreffen.

Gleichzeitig bietet die IHK Köln Informationen für und über die Branche an mit dem Expertenpanel IHK-Medien-Nova oder dem Newsletter Medien & Kultur- und Kreativwirtschaft. Neben den besonderen Angeboten und dem Engagement für die Medienwirtschaft, greift die IHK Köln immer auch eine der Teilbranche auf, die sie in verschiedenen Formaten gesondert betrachtet. In der Vergangenheit waren das die Musikstadt Köln, die Modestadt Köln und aktuell ist es die Design-Stadt Köln. Im Ergebnis werden Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet und Netzwerke gefördert. Zur Vernetzung der Branche bieten wir den Unternehmen in der Region eine Plattform. Die IHK Köln ist eingebunden in verschiedene Veranstaltungen wie die Arbeitsmarktkonferenz Medien, das Medienforum NRW oder das Interactive Festival.

Im Branchenforum Kultur- und Kreativwirtschaft treffen sich seit 2009 Unternehmer der Kreativwirtschaft aus der Region. Die Vertreter der elf Teilbranchen erhalten hier die Chance, branchenspezifische Anliegen zu formulieren und zu transportieren. Aktuelle medienpolitische oder branchenspezifische Fragen werden im Gemeinschaftsausschuss für Medien der IHK Köln/IHK Bonn/Rhein-Sieg erörtert und gegebenenfalls zur Beratung in der IHK-Vollversammlung für Verwaltung und Politik aufbereitet. Der Gemeinschaftsausschuss Medien der IHKs Köln und Bonn/Rhein-Sieg dient zudem der Abstimmung medienpolitischer Fragen für Stellungnahmen von den IHKs Köln und Bonn/Rhein-Sieg oder dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) im Gemeinschaftsausschuss für

Medien der IHK Köln/IHK Bonn Rhein-Sieg. Über den Gemeinschaftsausschuss Medien der IHKs Köln und Bonn/Rhein-Sieg können die Mitgliedsunternehmen aus den Medien- und Kommunikationsbranchen Themen in die Arbeit der IHKs Köln und Bonn/Rhein-Sieg einbringen und sich an deren Bearbeitung direkt beteiligen.

Zusammenfassend lassen sich aus der Standortanalyse zur Kultur- und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk folgende vier Handlungsansätze ableiten:

#### **Branchenprofil herausarbeiten und international kommunizieren**

Der IHK-Bezirk Köln zeigt in allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft eine sehr hohe Spezialisierung und ein positives Marktwachstum. Sowohl die Kultur- und Kreativwirtschaft als auch die Medienwirtschaft im Besonderen sind im überregionalen Vergleich sehr gut positioniert. Gleichzeitig bedeutet die höhere Ortsunabhängigkeit von Kunden und Märkten, dass über die regionalen Grenzen hinaus der Standort und die Akteure mit ihren Produkten und Dienstleistungen vermarktet werden müssen. Für eine erfolgreiche internationale Vermarktung und zielgerichtete Kundenansprache wird es deshalb zukünftig umso wichtiger sein, in den einzelnen Teilmärkten Stärken zu identifizieren und Branchenprofile mit Blick auf internationale Märkte herauszuarbeiten.

#### **Strategische Partnerschaften begleiten**

Die hohe Dichte an Selbständigen, Unternehmen und Beschäftigten sowie an branchenspezifischen Studiengängen und Ausbildungen und medien- und kreativwirtschaftlichen Veranstaltungen im Raum Köln bilden die Basis, um strategische Partnerschaften auszubauen. Ein Erfolgsschlüssel liegt jedoch in der dauerhaften Begleitung dieser strategischen Partnerschaften, um diese anzubahnen, eine Vertrauensmentalität aufzubauen, die Zusammenarbeit zu koordinieren und zwischen den Akteuren zu vermitteln.

#### **Internen und externen Wissenstransfer fördern**

Die Schnelllebigkeit von Technologien, vorangetrieben durch die Digitalisierung, drängt dazu Impulse für die Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen zu erhalten, Best-Practices in Erfahrung zu bringen und spezifisches Wissen langfristig zu sichern. Die Förderung des internen als auch des externen Wissenstransfers bietet die Chance sich zukunftsfest aufzustellen – hierzu bietet der IHK-Bezirk mit seinen vielfältigen Hochschulen und wissenschaftlichen Einrichtungen vielfältige Kompetenzträger. Zum einen kann über veränderte Strukturen und Tools internes Wissen langfristig bei den Unternehmen gesichert werden. Zum anderen ermöglicht der externe Wissenstransfer vom Erfahrungswissen anderer Unternehmen zu profitieren oder gemeinsame Projekte anzustoßen.

#### **Kompetenzen für die Arbeitswelt 4.0 ausbauen**

Die Digitalisierung zeigt sich bereits heute in einem weitreichenden Wandel, so auch in veränderten Arbeitsstrukturen und -formen. Daneben konkurrieren Unternehmen und ganze Standorte verstärkt um qualifizierte Arbeitskräfte. Um weiterhin innovations- und wettbewerbsfähig zu bleiben, sind die Ressourcen „Personal“ und „Kompetenzen“ zu stärken. Im Zuge von Arbeiten 4.0 bietet der Aufbau sozialer und technischer Kompetenzen eine wichtige Basis, um den geänderten Qualifikationsanforderungen gerecht zu werden.

## Impressum



Industrie- und Handelskammer  
zu Köln

### Herausgeber:

Dr. Ulrich S. Soénius  
Industrie- und Handelskammer zu Köln  
Geschäftsbereich Standortpolitik

### Redaktion:

Daniela Scherhag-Godlinski, Flavia Gangi  
Unter Sachsenhausen 10–26  
50667 Köln  
[www.ihk-koeln.de](http://www.ihk-koeln.de)

## prognos

### Redaktion:

Carolin Karg  
Dr. Jan-Philipp Kramer

Prognos AG  
Goethestr. 85  
10623 Berlin  
[www.prognos.com](http://www.prognos.com)

Gestaltung: [www.avitamin.de](http://www.avitamin.de)

Druck: ARNOLD group – Großbeeren

Bildnachweis: Titel © vege/fotolia.com; S. 6 © peshkova/fotolia.com; S. 9 © Gina Sanders/fotolia.com;  
S. 15 © freshidea/fotolia.com; S. 32 © kentoh/fotolia.com; S. 37 © vege/fotolia.com

Köln, Dezember 2016

In der Studie und in den IHK-Positionen wird zur besseren Lesbarkeit die männliche Form verwendet. Gemeint sind damit jeweils alle Geschlechter.

Nachdruck nur mit Genehmigung und Quellenangabe. Fotomechanische Wiedergabe für den innerbetrieblichen Bedarf ist gestattet.

