

Medienstandort Leipzig VI

Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 2007/08

Erstellt von: Prof. Dr. Günter Bentele; Dr. Tobias Liebert; Ronny
Fechner, M.A.

Auftrag: Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig; Sächsische
Staatskanzlei Dresden; Drefa Media Holding GmbH Leipzig

Feldarbeit: Institut für Marktforschung GmbH, Leipzig



- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

- 1 Abstract**
- 2 Daten zur Durchführung**
- 3 Darstellung der Untersuchungsergebnisse**
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäftsentwicklung
 - 3.6 Standort Leipzig
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Positive Gesamtentwicklung – Medienwirtschaft stabil
- 4 Wichtige Ergebnisse im Überblick**
- 5 Empfehlungen**

- 1 **Abstract**
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Abstract

- 1 **Abstract**
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

- ❖ **Leipzig spielt nach wie vor mit Erfolg in der „zweiten Liga“ der deutschen Medienstandorte**
- ❖ **Zahl der Unternehmen: Deutlicher Zuwachs, vor allem durch Kleinst- und Kleinunternehmer**
- ❖ **Mehr Ein-Personen-Betriebe**
- ❖ **Insgesamt leichter Beschäftigungszuwachs**
- ❖ **Steigerung der Beschäftigungszahlen vor allem bei freien Mitarbeitern**
- ❖ **Umsätze: Im Zeitvergleich stabiles Niveau**
- ❖ **Rundfunk- und Filmwesen sichert Stabilität und Dynamik**
- ❖ **Zufriedenheit mit dem Standort Leipzig noch nie so gut wie diesmal**

- 1 Abstract
- 2 **Durchführung**
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Daten zur Durchführung

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

- **Befragungsform:** schriftliche Befragung mit telefonischer Nachfassung
- **Adressenmaterial:** zusammengestellt durch das Amt für Wirtschaftsförderung (Medien-Handbuch) sowie das Gewerbeamt der Stadt Leipzig; ergänzt durch eine Internetrecherche des Instituts für Marktforschung Leipzig
- **Befragungszeitraum:** vom 16.01.2008 bis 04.03.2008 (schriftlich); vom 29.02.2008 bis 16.05.2008 (telefonisch)
- **Rücklaufquote:** 32,3 Prozent
- **Datenbasis:** 704 Fragebögen bzw. Interviews

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Darstellung der Untersuchungsergebnisse

Hinweis: Die Ergebnisse beziehen sich jeweils – wenn nicht anders angegeben – auf die Antworten der Befragten. Wenn wir bei einigen Ergebnissen auf die Grundgesamtheit hochgerechnet haben, ist dies explizit vermerkt.

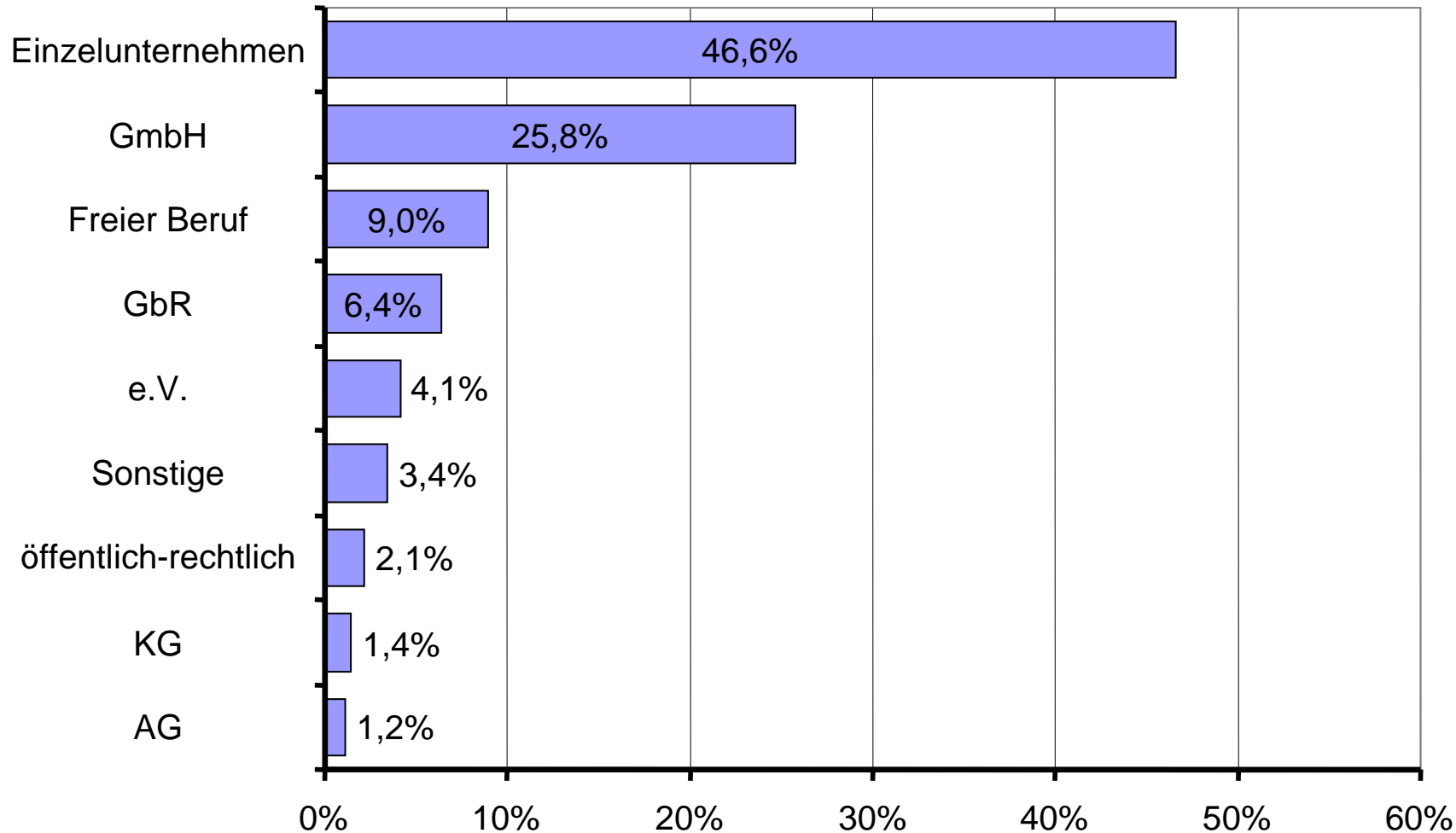
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 **Unternehmen**
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Derzeit zählen ungefähr 2.100 Unternehmen und Institutionen der Stadt Leipzig zur Medienwirtschaft. Sie sind:

➔ kleiner als zuvor (nahezu bei der Hälfte handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen),

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 **Unternehmen**
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Rechtsform:



Basis: 702 Antworten

Unternehmen

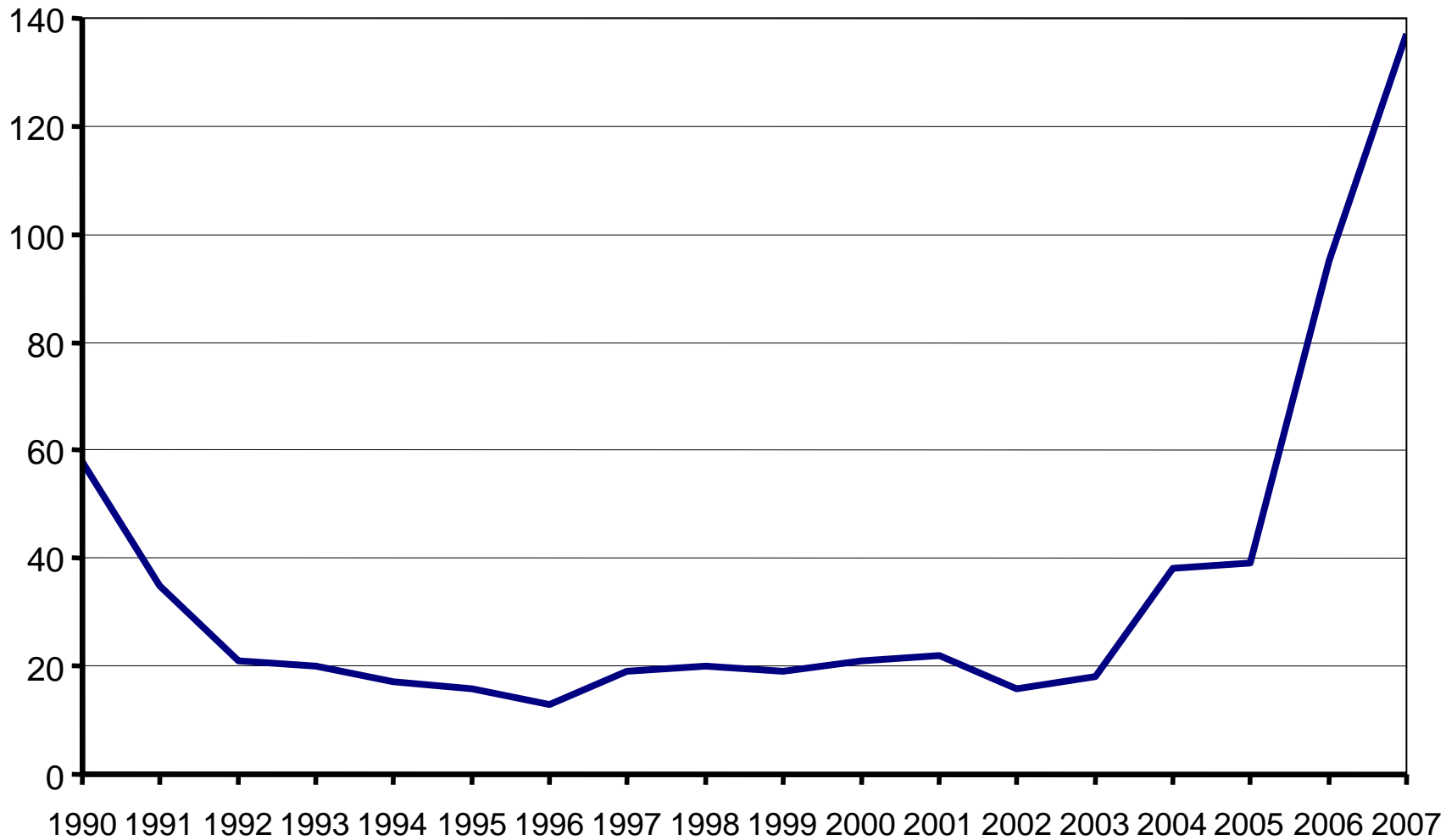
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 **Unternehmen**
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Derzeit zählen ungefähr 2.100 Unternehmen und Institutionen der Stadt Leipzig zur Medienwirtschaft. Sie sind:

- ➔ kleiner als zuvor (nahezu bei der Hälfte handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen),
- ➔ zwar im Durchschnitt 13 Jahre alt, aber trotzdem relativ jung (mehr als jeder zweite Befragte gab als Gründungsdatum das Jahr 2000 oder später an),

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
 - 3.1 **Unternehmen**
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Gründungsjahr (1990 bis 2007):



Basis: 624 Antworten

Unternehmen

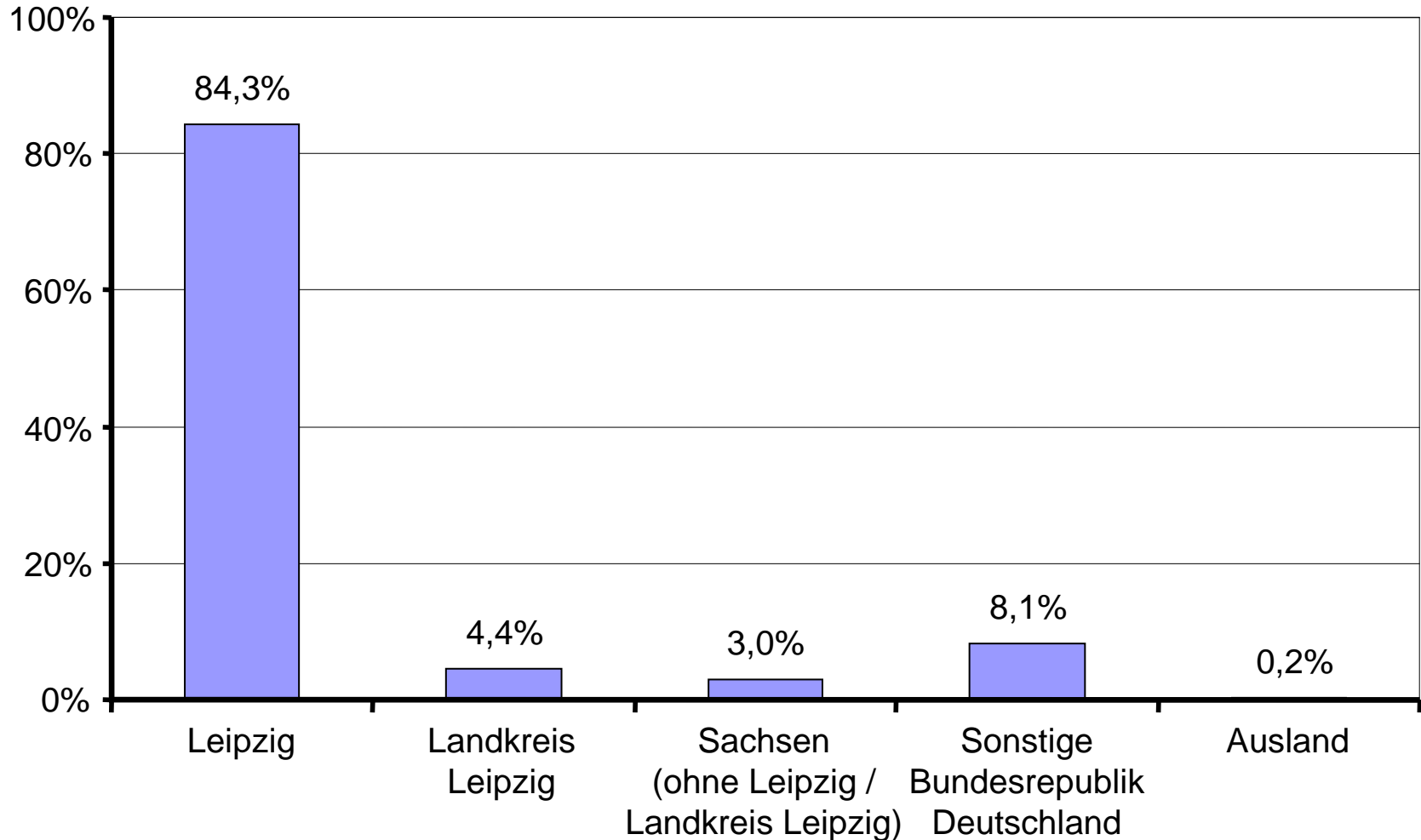
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Derzeit zählen ungefähr 2.100 Unternehmen und Institutionen der Stadt Leipzig zur Medienwirtschaft. Sie sind:

- ➔ kleiner als zuvor (nahezu bei der Hälfte handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen),
- ➔ zwar im Durchschnitt 13 Jahre alt, aber trotzdem relativ jung (mehr als jeder zweite Befragte gab als Gründungsdatum das Jahr 2000 oder später an),
- ➔ in neun von zehn Fällen in Leipzig und Umgebung gegründet,

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 **Unternehmen**
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Gründungsort:



Basis: 702 Antworten

Unternehmen

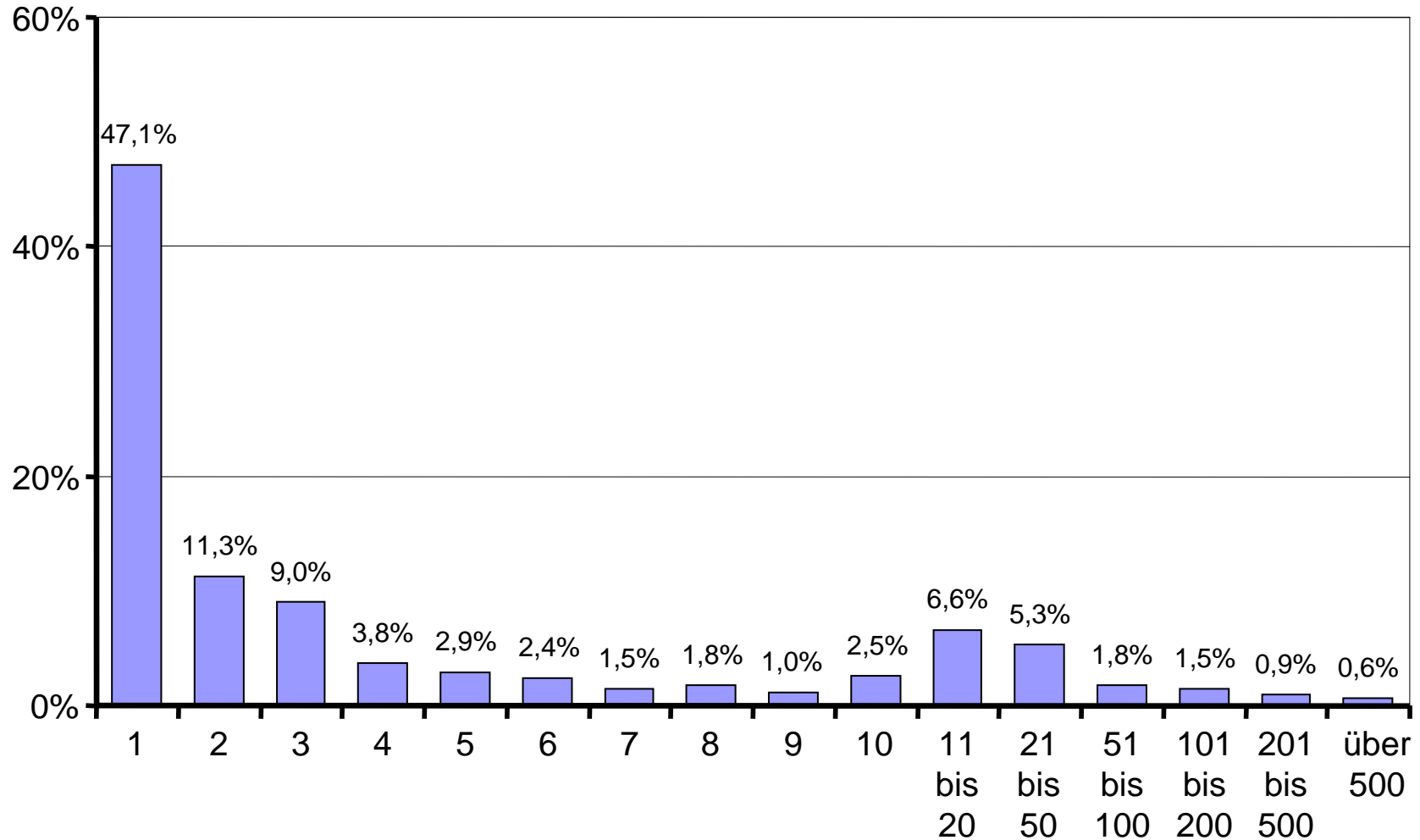
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Derzeit zählen ungefähr 2.100 Unternehmen und Institutionen der Stadt Leipzig zur Medienwirtschaft. Sie sind:

- ➔ kleiner als zuvor (nahezu bei der Hälfte handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen),
- ➔ zwar im Durchschnitt 13 Jahre alt, aber trotzdem relativ jung (mehr als jeder zweite Befragte gab als Gründungsdatum das Jahr 2000 oder später an),
- ➔ in neun von zehn Fällen in Leipzig und Umgebung gegründet,
- ➔ so gut wie nie umzugswillig (niemals zuvor war die Fluktuationsbereitschaft so gering),
- ➔ zu mehr als 50 Prozent in Netzwerke integriert und
- ➔ zu einem Drittel an Forschungskoperationen beteiligt.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anzahl der Mitarbeiter:



Basis: 666 Antworten

Beschäftigte

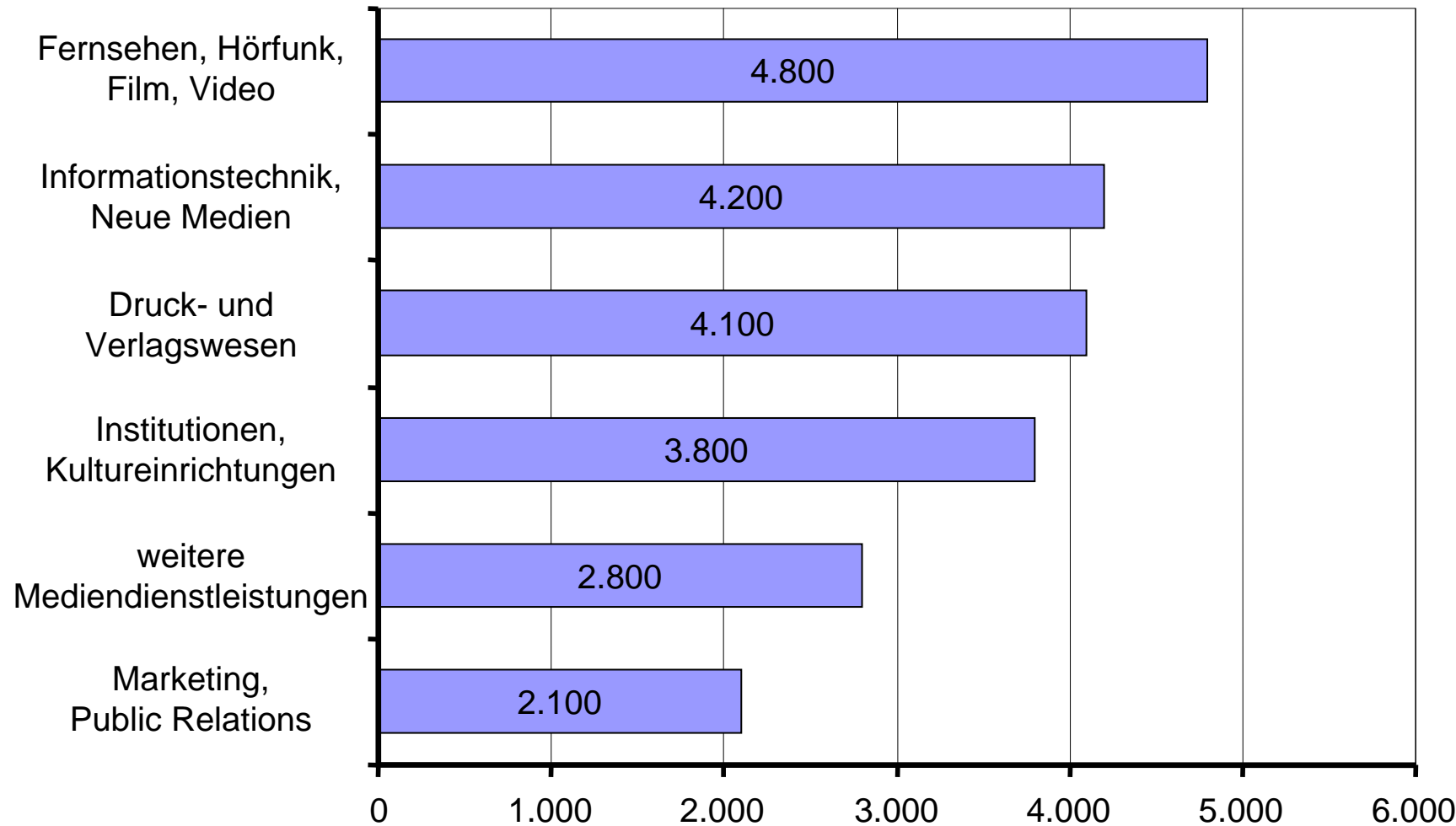
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Derzeit sind hochgerechnet ca. 33.700 Menschen in der Leipziger Medienwirtschaft tätig. Genauer handelt es sich dabei um:

- ➔ ca. 21.800 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse (64,7 Prozent) sowie
- ➔ ca. 11.900 regelmäßige oder gelegentliche Beschäftigungsverhältnisse auf freier Basis (35,3 Prozent).

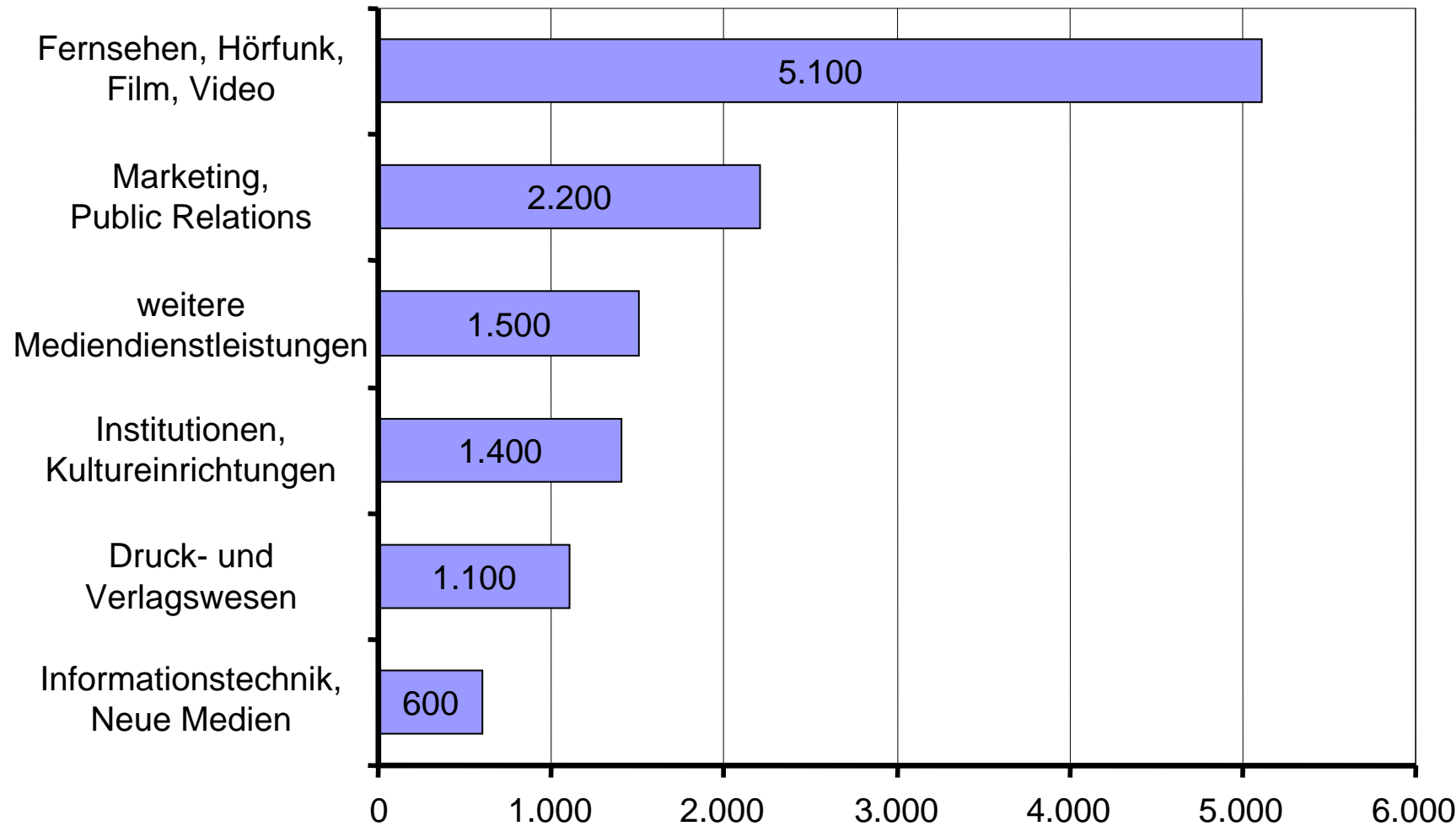
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anzahl der sv-pflichtigen Mitarbeiter:



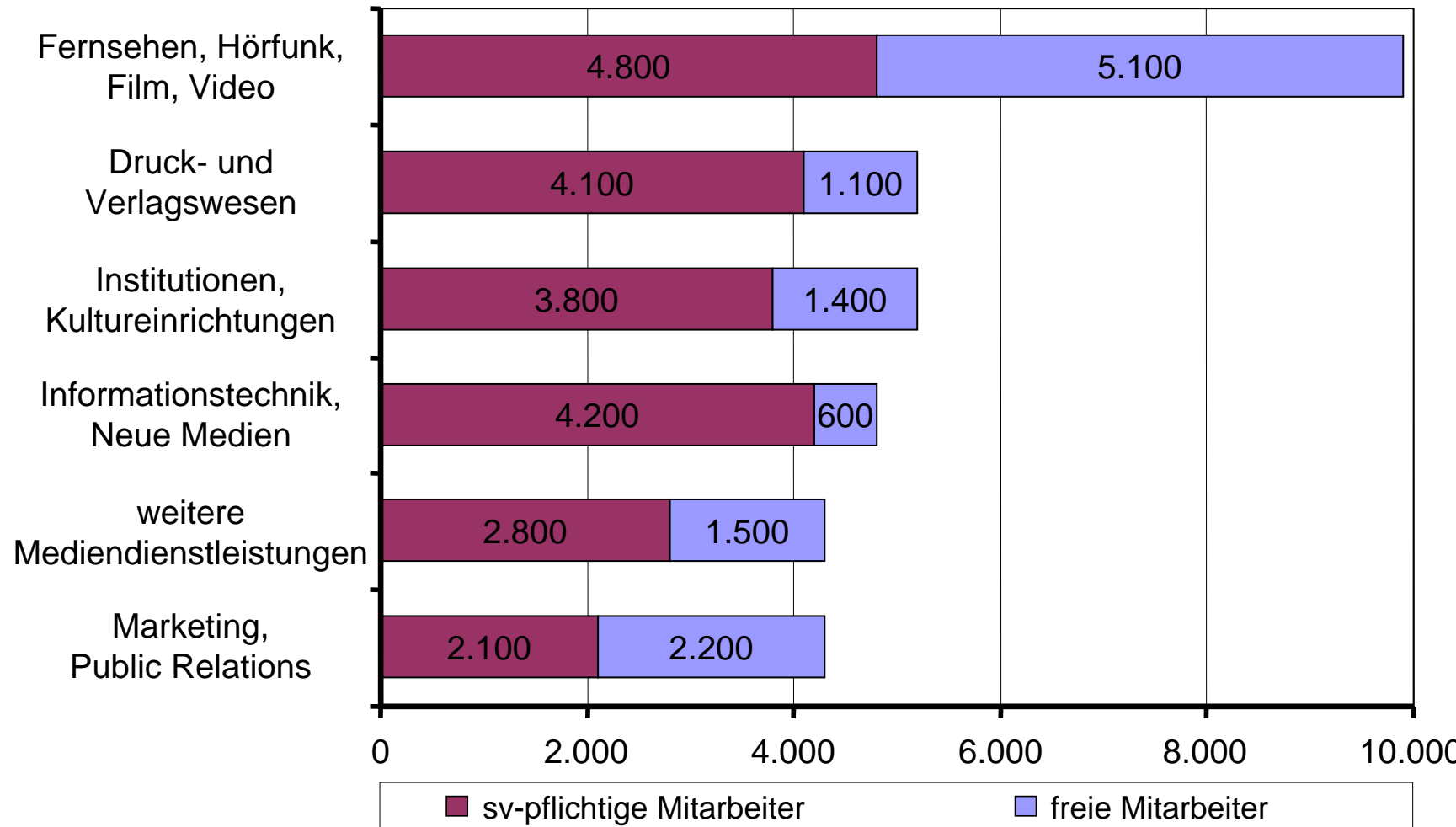
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anzahl der freien Mitarbeiter:



- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anzahl der Mitarbeiter insgesamt:



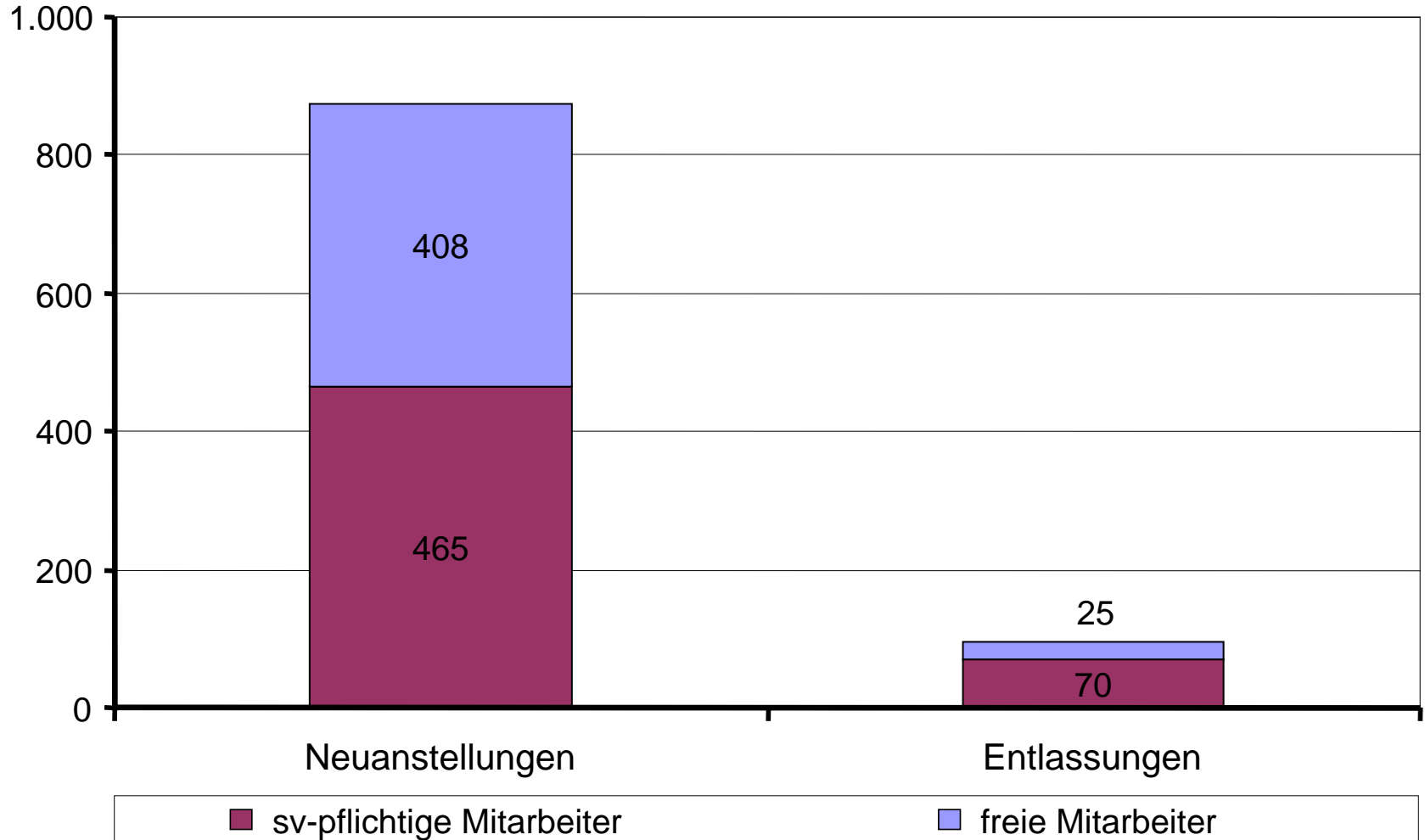
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

In den letzten zwölf Monaten sind vermehrt neue Beschäftigungsverhältnisse entstanden:

- ➔ 17,9 Prozent der Befragten gaben an, neue feste Stellen geschaffen zu haben.
- ➔ 10,1 Prozent arbeiteten in diesem Zeitraum auf freiberuflicher oder selbstständiger Basis mit neuen Mitarbeitern zusammen.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Beschäftigungsentwicklung in den letzten zwölf Monaten:



Beschäftigte

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 **Beschäftigte**
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

In den letzten zwölf Monaten sind vermehrt neue Beschäftigungsverhältnisse entstanden:

- ➔ 17,9 Prozent der Befragten gaben an, neue Feststellen geschaffen zu haben.
- ➔ 10,1 Prozent arbeiteten in diesem Zeitraum auf freiberuflicher oder selbstständiger Basis mit neuen Mitarbeitern zusammen.
- ➔ Dies führte in den befragten Firmen und Einrichtungen insgesamt zu einem Plus von 778 festen und freien Stellen.
- ➔ Der Großteil davon entfällt auf die IT-Branche (284) sowie auf das Rundfunk- und Filmwesen (271).

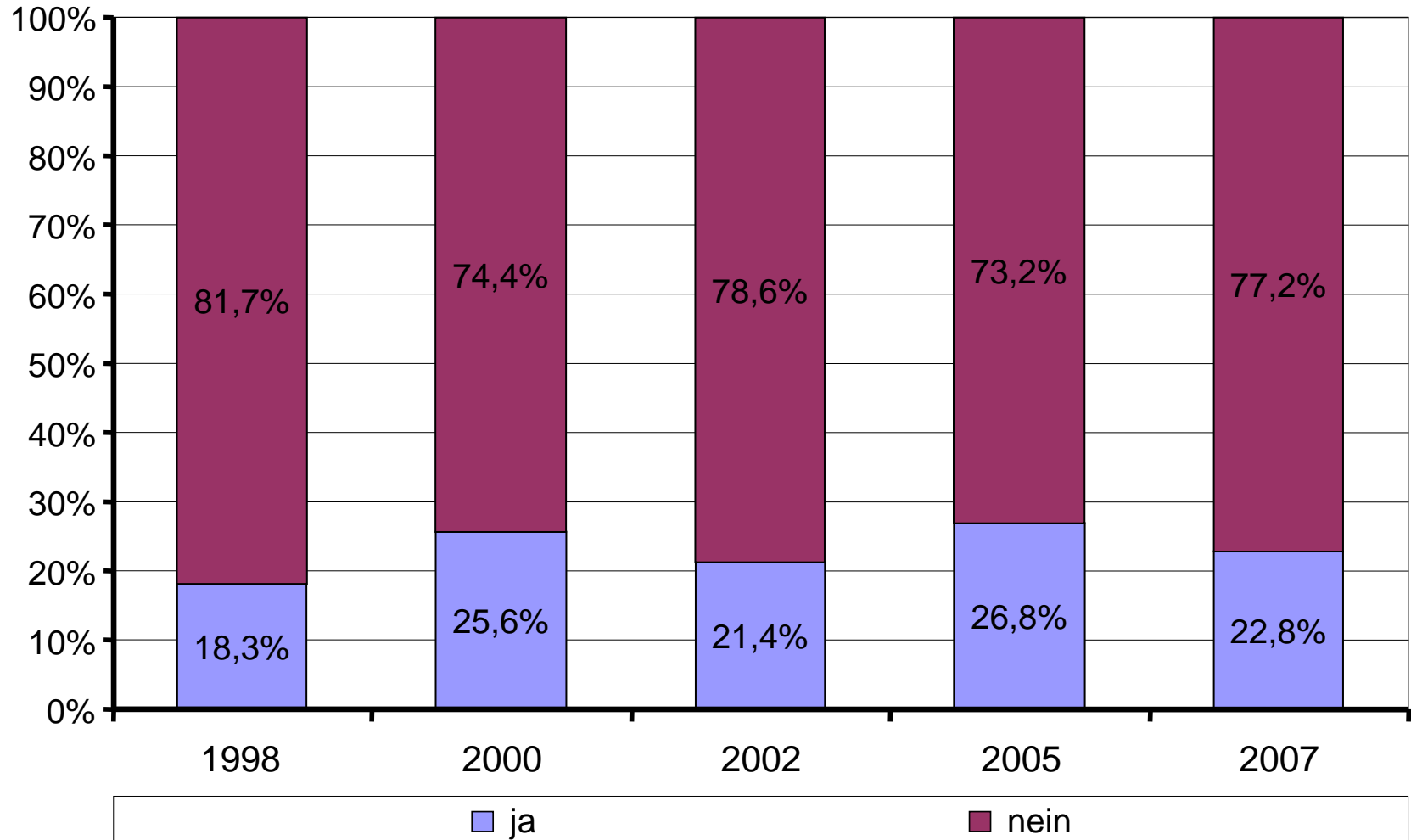
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 **Ausbildung**
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Zurzeit bilden 22,8 Prozent der befragten Medienunternehmen und -institutionen aus.

- ➔ Spitzenreiter sind das Rundfunk- und Filmwesen (28,4 Prozent) sowie die medienrelevanten Institutionen, Vereine und Kultureinrichtungen (28,3 Prozent).
- ➔ Im Vergleich zum Vorjahr fällt die Ausbildungsquote etwas schlechter aus. Grundsätzlich kann man aber sagen, dass die Leipziger Medienwirtschaft in mindestens jedem fünften Fall ausbildet.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 **Ausbildung**
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anteil der ausbildenden Unternehmen:

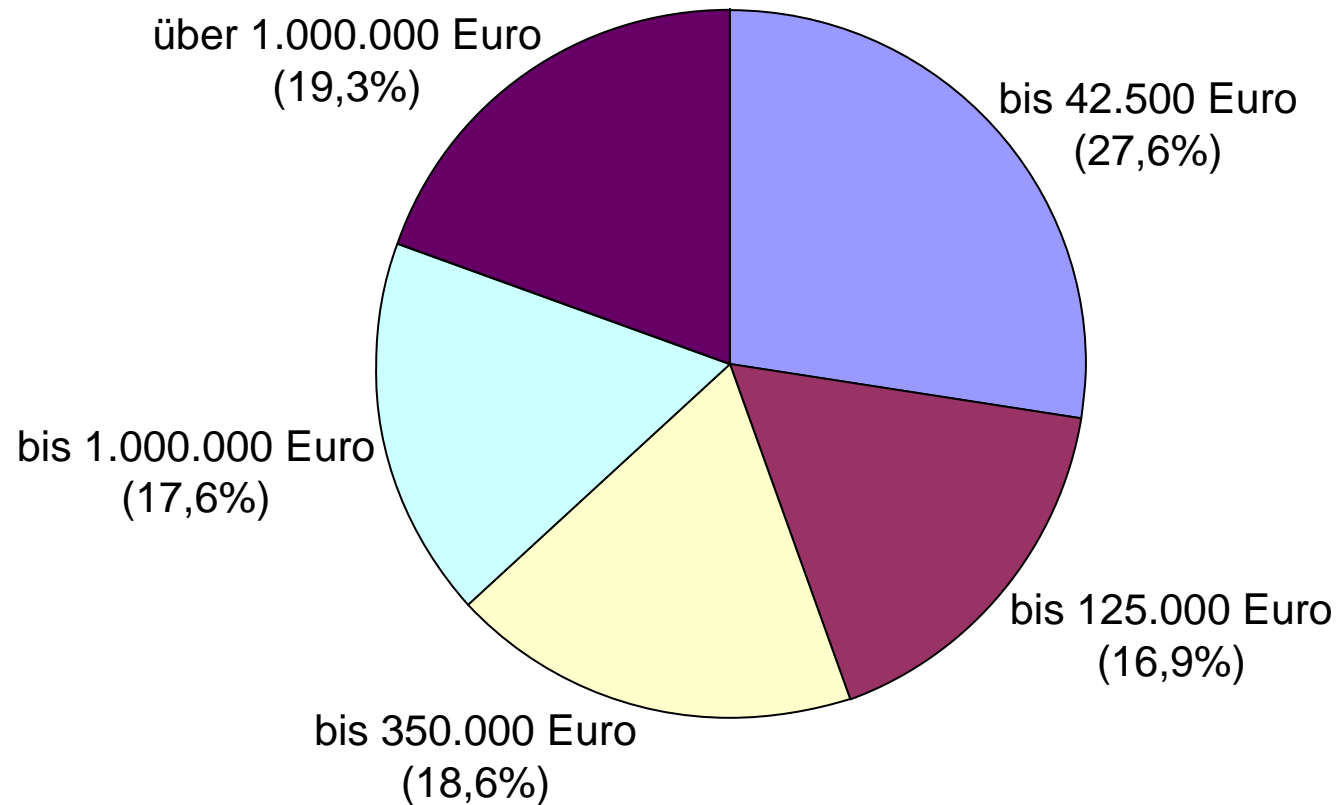


Basis: 425 (2005) bis 602 (2007) Antworten

Ausbildung

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 **Umsätze**
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Umsätze nach Größenklassen:



Basis: 290 Antworten

Umsätze

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 **Umsätze**
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Insgesamt setzte die Medienwirtschaft der Stadt Leipzig hochgerechnete 2,57 Milliarden Euro um.

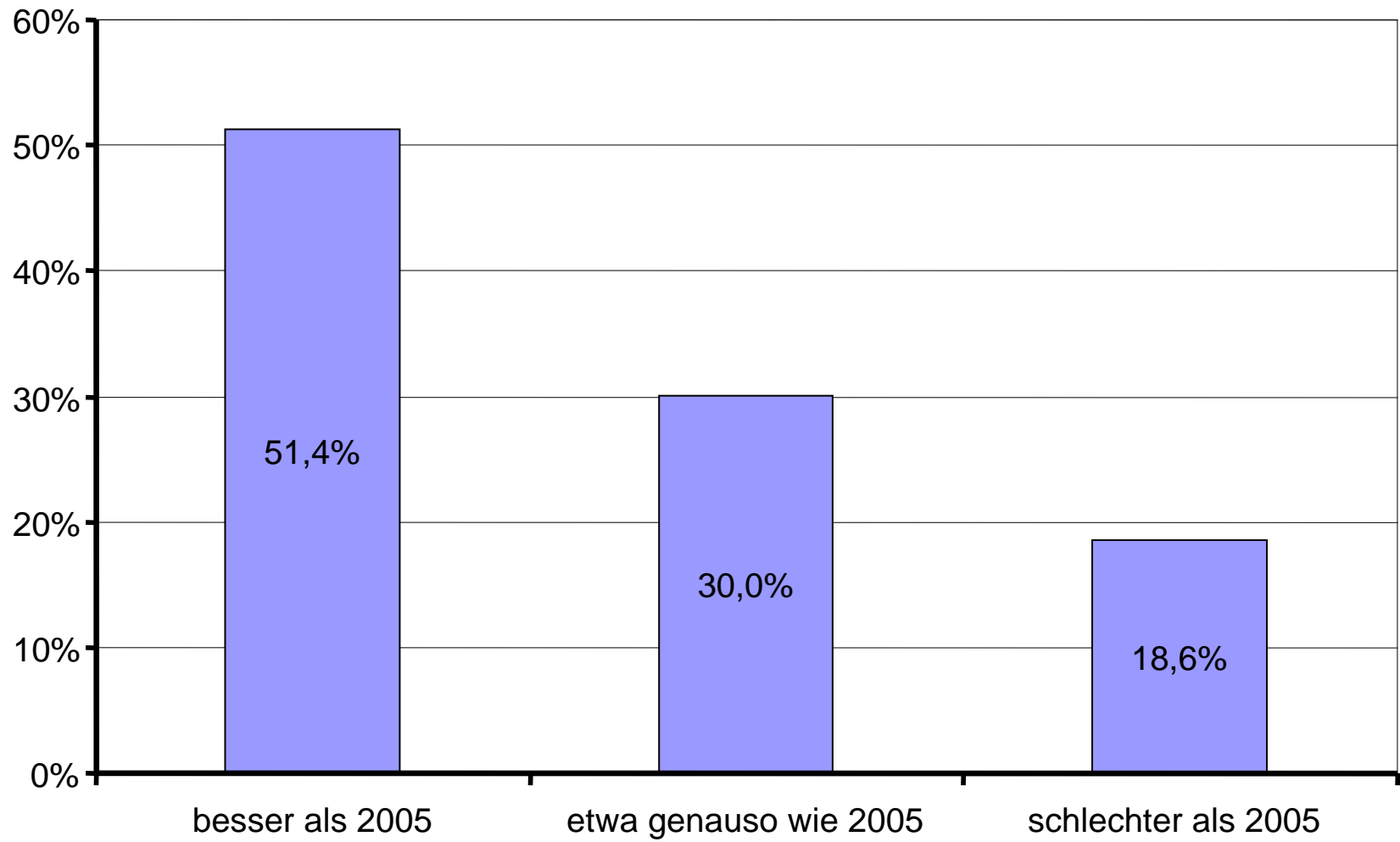
- ➔ Lässt man die ganz großen Unternehmen außen vor, ergibt das einen durchschnittlichen Umsatz von 1,1 Millionen Euro pro Unternehmen
- ➔ Bezogen auf die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten macht das rund 81.000 Euro.
- ➔ Mindestens jedes zweite befragte Unternehmen (54,9 Prozent) erwirtschaftet mehr als die Hälfte seines Umsatzes in der Region Leipzig. Vollständig ist das bei jedem vierten der Fall (25,6 Prozent).

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 **Geschäfte**
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Jedes zweite Unternehmen stellte in den Jahren 2006 und 2007 eine Verbesserung der Geschäftsentwicklung fest.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 **Geschäfte**
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Geschäftsentwicklung im Jahr 2006:

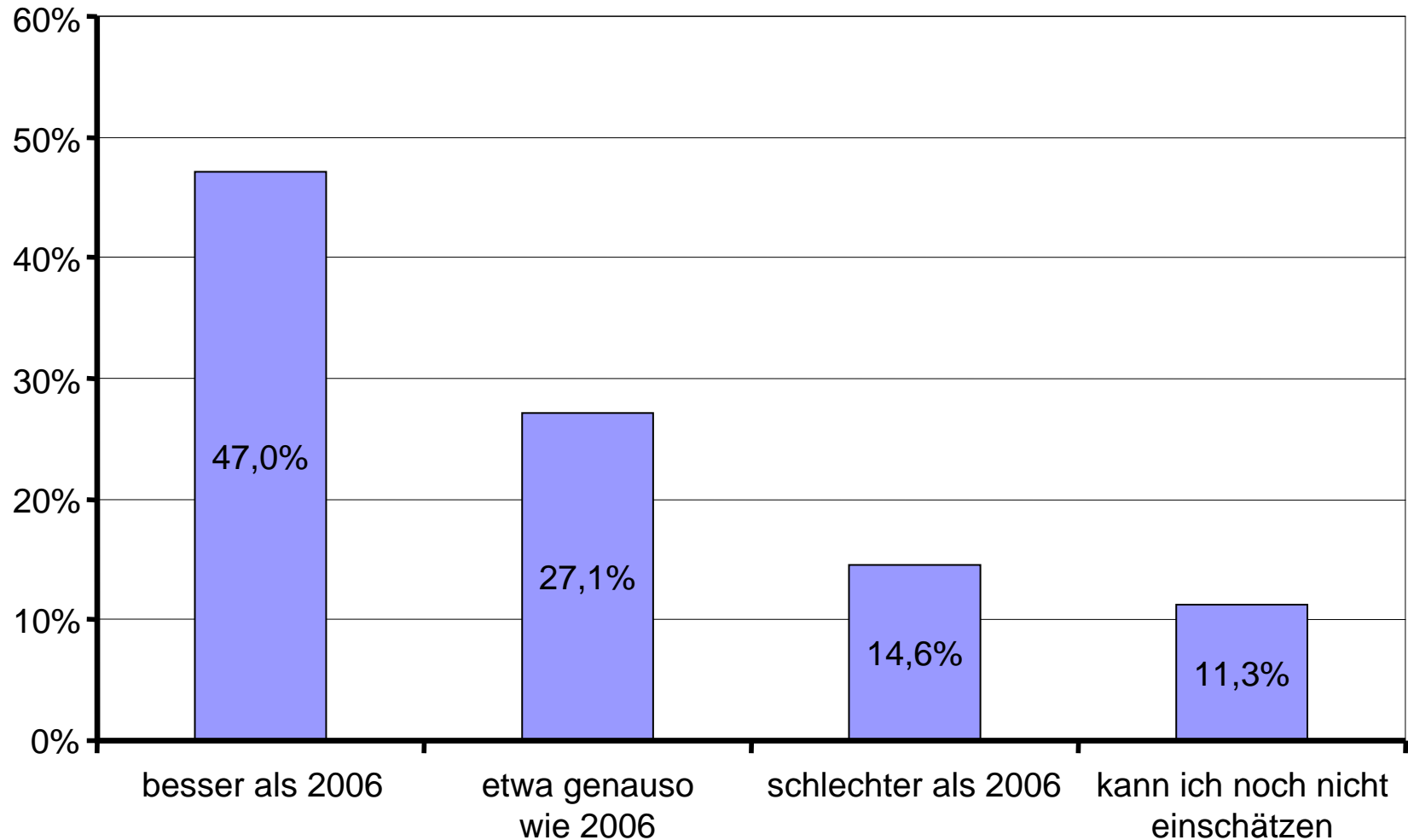


Basis: 446 Antworten

Geschäfte

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 **Geschäfte**
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Geschäftsentwicklung im Jahr 2007:



Basis: 576 Antworten

Geschäfte

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 **Geschäfte**
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Jedes zweite Unternehmen stellte in den Jahren 2006 und 2007 eine Verbesserung der Geschäftsentwicklung fest.

- ➔ Eine besonders positive Entwicklung zeichnet sich in der IT-Branche ab.
- ➔ Jedes zweite befragte Unternehmen hat im Jahr 2006 in den Standort Leipzig investiert (50,7 Prozent). Unter dem Strich belaufen sich die Investitionen der Medienwirtschaft auf rund 52 Millionen Euro.
- ➔ Möglichkeiten zur Unternehmensförderung wurden von einem Viertel der Befragten schon einmal in Anspruch genommen (24,5 Prozent). Dabei gibt es weder eine eindeutige Präferenz für einmalige Zuschüsse für Investitionsgüter noch für eine zeitlich begrenzte Bezuschussung der Lohnkosten.

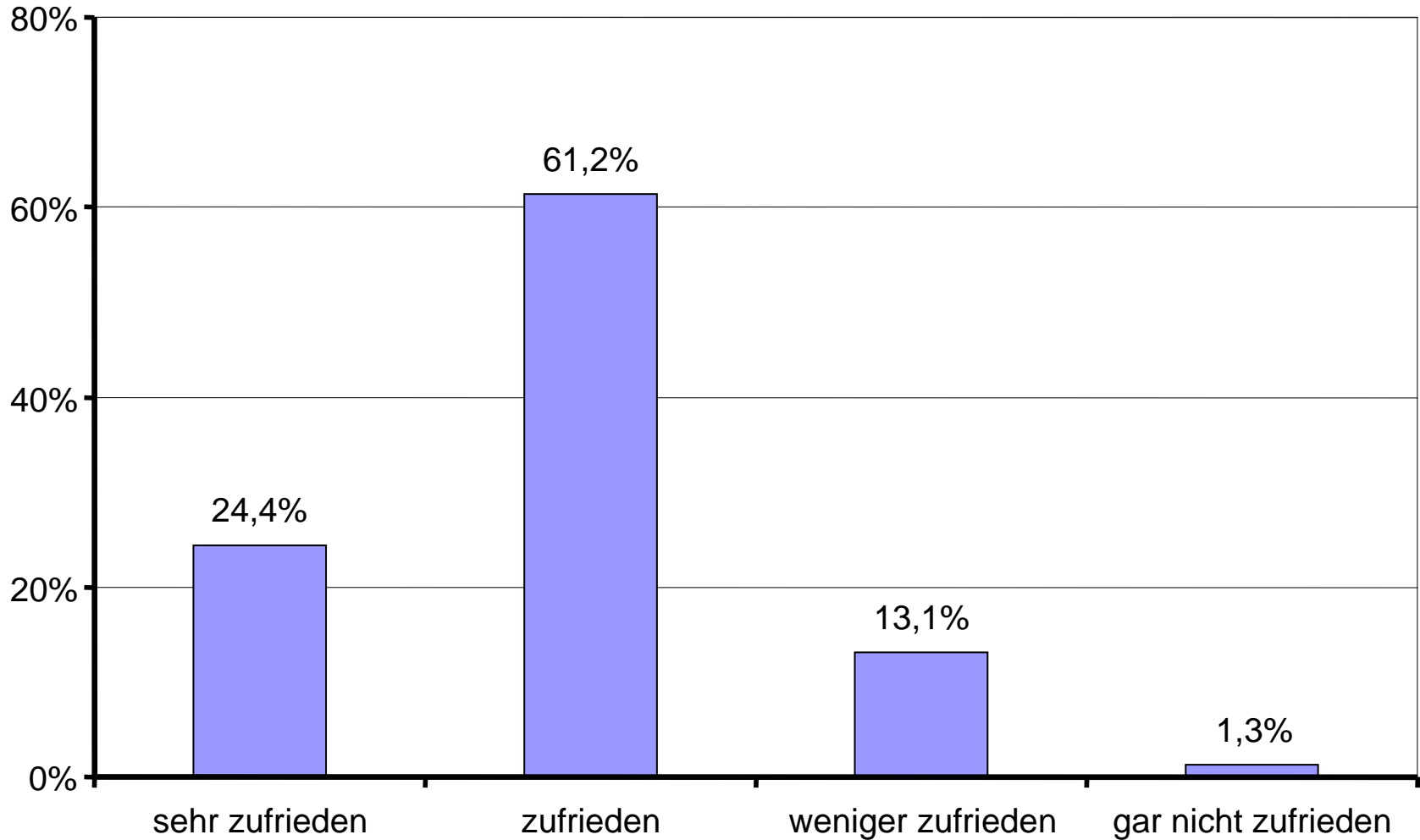


- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 **Standort**
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

85,6 Prozent der befragten Unternehmen sind mit dem Standort Leipzig sehr zufrieden oder zufrieden.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 **Standort**
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Zufriedenheit mit dem Standort Leipzig:



Basis: 689 Antworten

Standort Leipzig

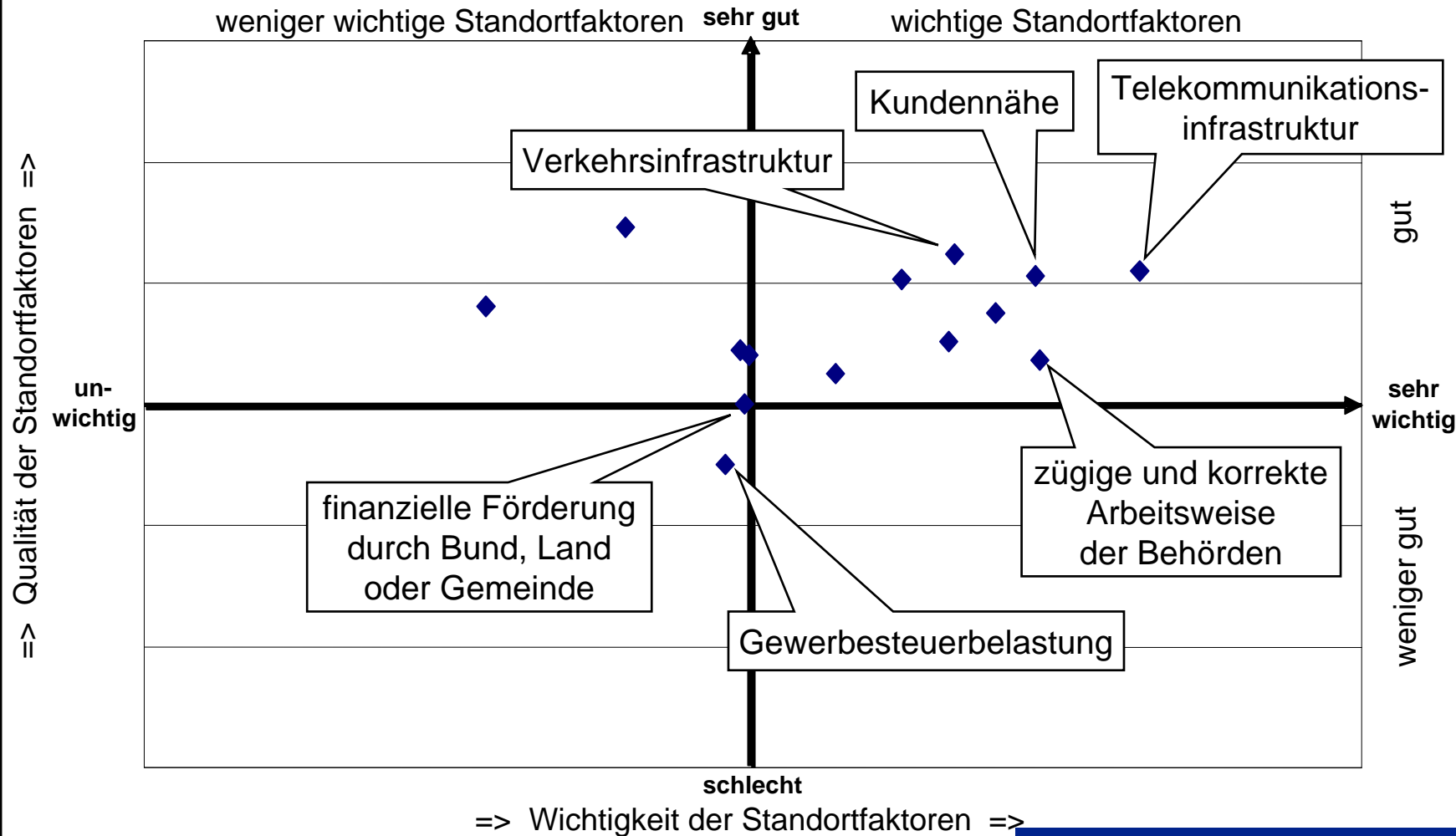
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 **Standort**
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

85,6 Prozent der befragten Unternehmen sind mit dem Standort Leipzig sehr zufrieden oder zufrieden.

- ➔ Die größte Zufriedenheit herrscht bei den medienrelevanten Institutionen, Vereinen und Kultureinrichtungen.
- ➔ Die Standortfaktoren „Telekommunikationsinfrastruktur“, „zügige und korrekte Arbeitsweise der Behörden“ und „Kundennähe“ werden als besonders wichtig erachtet. Mit leichten Abstrichen bei der zügigen und korrekten Arbeitsweise der Behörden wird ihnen ebenfalls eine gute Qualität bescheinigt.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 **Standort**
- 3.7 Prognosen
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren:



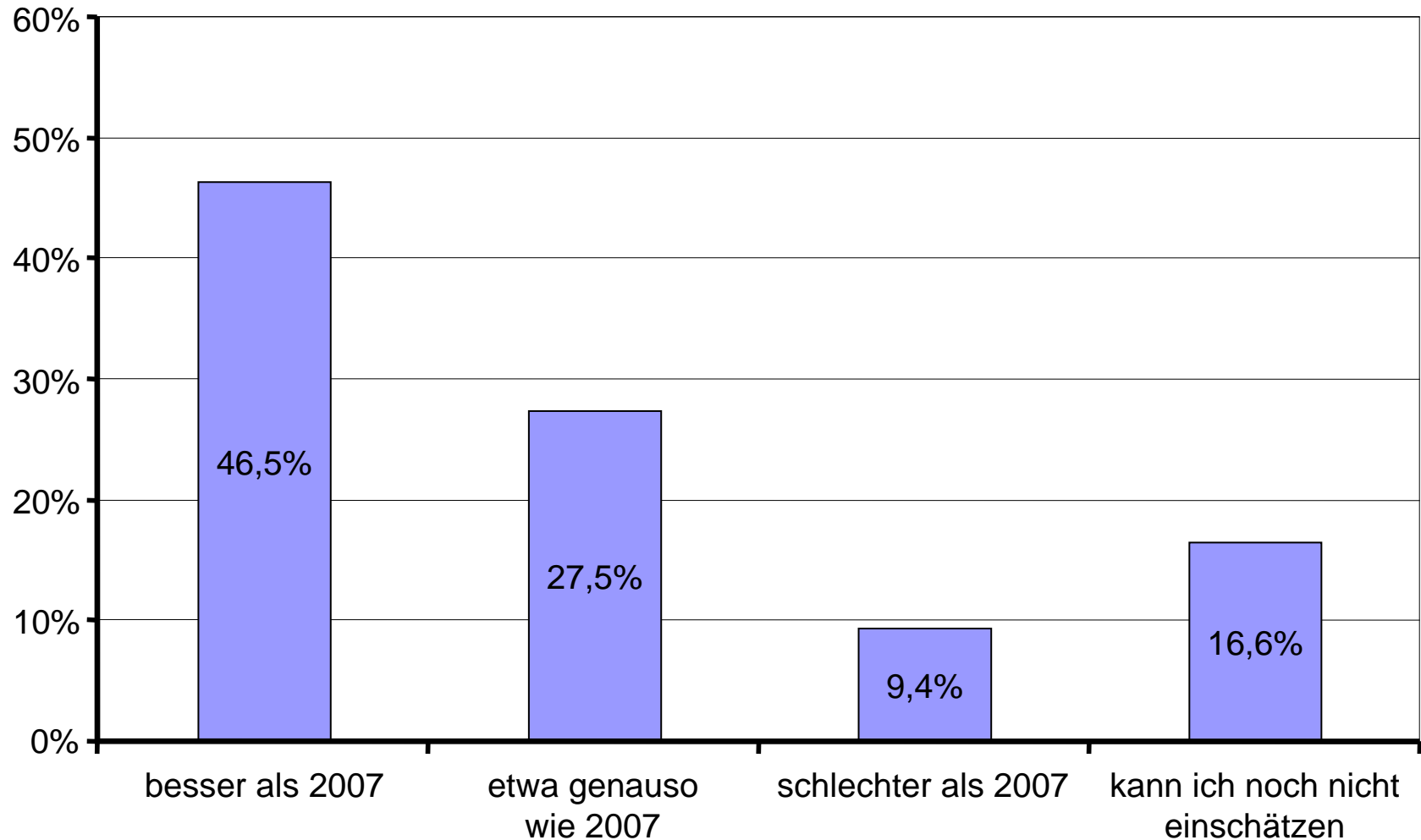
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 **Prognosen**
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Es herrscht große Zuversicht für die Zukunft:

- ➔ Mehr als jedes fünfte befragte Unternehmen will seine Mitarbeiterzahl erhöhen (22,4 Prozent).
- ➔ Darüber hinaus erwartet fast jeder zweite Befragte eine Verbesserung der geschäftlichen Situation in den kommenden beiden Jahren (46,5 Prozent).

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 **Prognosen**
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Geschäftsentwicklung in den kommenden beiden Jahren:



Basis: 680 Antworten

Prognosen

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 **Prognosen**
- 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Es herrscht große Zuversicht für die Zukunft:

- ➔ Mehr als jedes fünfte befragte Unternehmen will seine Mitarbeiterzahl erhöhen (22,4 Prozent).
- ➔ Darüber hinaus erwartet fast jeder zweite Befragte eine Verbesserung der geschäftlichen Situation in den kommenden beiden Jahren (46,5 Prozent).
- ➔ Einzig der Umfang der Ausbildungsmöglichkeiten dürfte – glaubt man den Angaben der Befragten – im kommenden Jahr signifikant zurückgehen.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Der Längsschnittvergleich der Leipziger Medienwirtschaft zeigt:

→ Es existieren zunehmend mehr Unternehmen, was primär an den vielen neuen Kleinunternehmern und Freelancern liegt.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anzahl der Unternehmen 1996 bis 2007:

Jahr	1996	1998	2000	2002	2005	2007
Anzahl der Unternehmen	982	1.063	geschätzt 1.500	geschätzt 1.350	geschätzt 1.700	geschätzt 2.100
Anteil an der gesamten Wirtschaft	5,4%	5,5%	6,9%	5,2%	5,8%	6,0%
Entwicklung (1996=100 %)	100%	108,2%	geschätzt 152,7%	geschätzt 137,5%	geschätzt 173,1%	geschätzt 213,8%
Wachstum im Vergleich zum vorangegangenen Zeitpunkt		+8,2%	+41,1%	-10,0%	+25,9%	+23,5%
gesamte Wirtschaft (1996=100 %)	100,0%	107,5%	120,0%	142,3%	162,3%	+193,1%
Wachstum gesamte Wirtschaft im Vergleich zum vorangegangenen Zeitpunkt		+7,5%	+11,6%	+18,6%	+14,1%	+19,0%

(Fußnoten in der Studie beachten)

Entwicklung

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Der Längsschnittvergleich der Leipziger Medienwirtschaft zeigt:

- ➔ Es existieren zunehmend mehr Unternehmen, was primär an den vielen neuen Kleinunternehmern und Freelancern liegt.
- ➔ Auch die Beschäftigtenzahl hat sich – vor allem die der Freiberufler und Selbstständigen – erhöht.

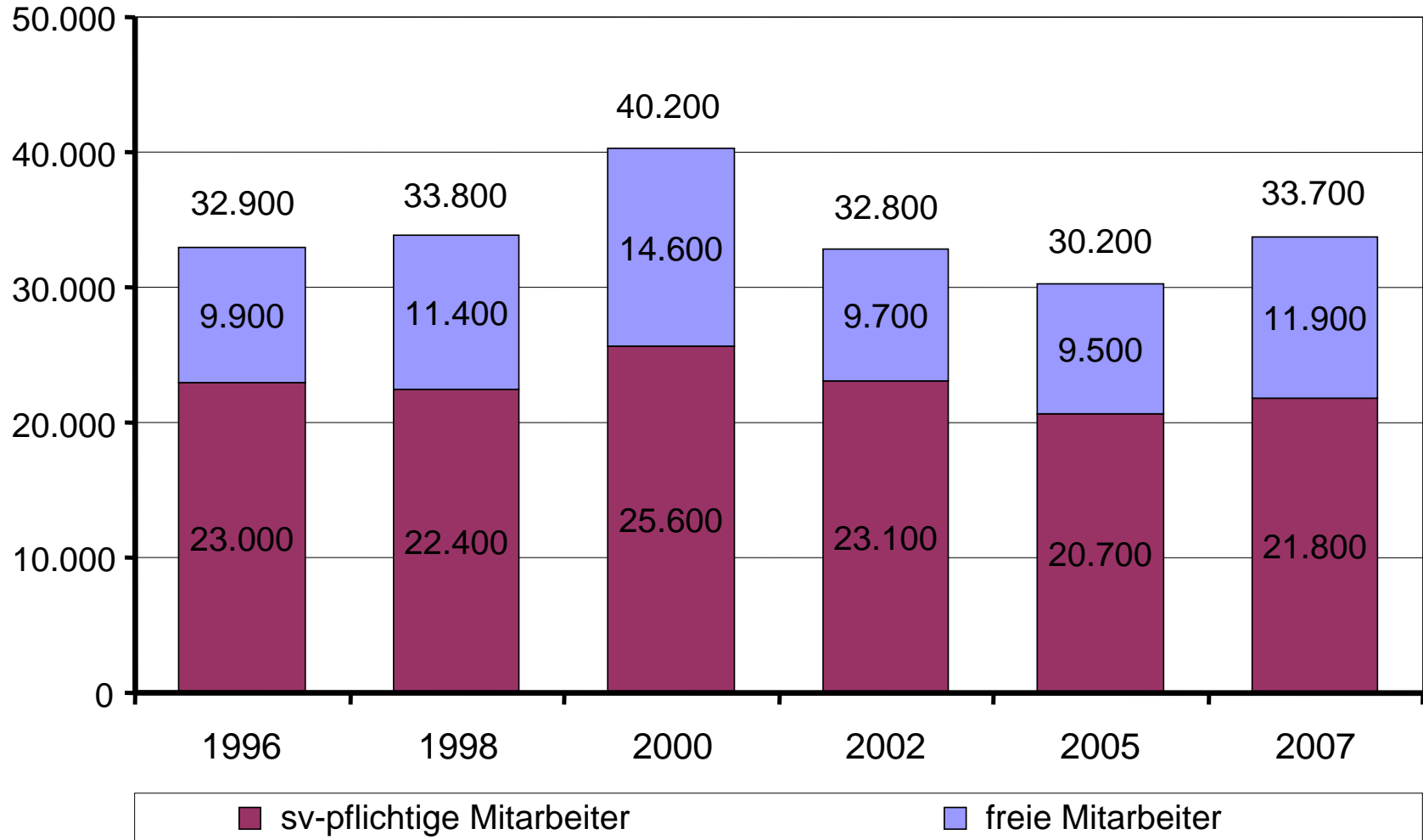
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anzahl der Beschäftigten 1996 bis 2007:

Jahr	1996	1998	2000	2002	2005	2007
Anzahl der Beschäftigten	ca. 33.000	ca. 33.800	ca. 40.200	ca. 32.800	ca. 30.200	ca. 33.700
Anteil an der gesamten Wirtschaft	9,9%	12,3%	12,7% bis 15,9%	10,8% bis 13,5%	10,6% bis 13,3%	11,5% bis 14,4%
Entwicklung (1996=100%)	100,0%	102,4%	121,8%	99,4%	91,5%	102,1%
Wachstum im Vergleich zum vorangegangenen Zeitpunkt		+2,4%	+18,9%	-18,4%	-7,9%	+11,6%
gesamte Wirtschaft	100,0%	82,2%	76,1%	72,8%	68,3%	70,3%
Wachstum gesamte Wirtschaft im Vergleich zum vorangegangenen Zeitpunkt		-17,8%	-7,4%	-4,4%	-6,1%	+2,9%

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Anzahl der Beschäftigten 1996 bis 2007:



- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Der Längsschnittvergleich der Leipziger Medienwirtschaft zeigt:

- ➔ Es existieren zunehmend mehr Unternehmen, was primär an den vielen neuen Kleinunternehmern und Freelancern liegt.
- ➔ Auch die Beschäftigtenzahl hat sich – vor allem die der Freiberufler und Selbstständigen – erhöht.
- ➔ Die Umsatzzahlen bewegen sich seit 2002 auf einem stabilen Niveau.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Umsätze 1996 bis 2007:

Jahr	1996	1998	2000	2002	2005	2007
Umsatz in Mrd. €	ca. 1,63	ca. 1,99	ca. 3,13	ca. 2,69	ca. 2,78	ca. 2,57
Anteil an der gesamten Wirtschaft	11,4%	12,9%	23,6%	20,9%	17,5%	12,0%
Entwicklung (1996=100%)	100,0%	122,1%	192,0%	165,0%	170,6%	157,7%
Wachstum im Vergleich zum vorangegangenen Zeitpunkt	/	+22,1%	+57,3%	-14,1%	+3,3%	-7,6%
gesamte Wirtschaft	100,0%	108,0%	92,5%	89,9%	110,8%	149,5%
Wachstum gesamte Wirtschaft im Vergleich zum vorangegangenen Zeitpunkt	/	+8,0%	-14,4%	-2,7%	+23,2%	+34,9%

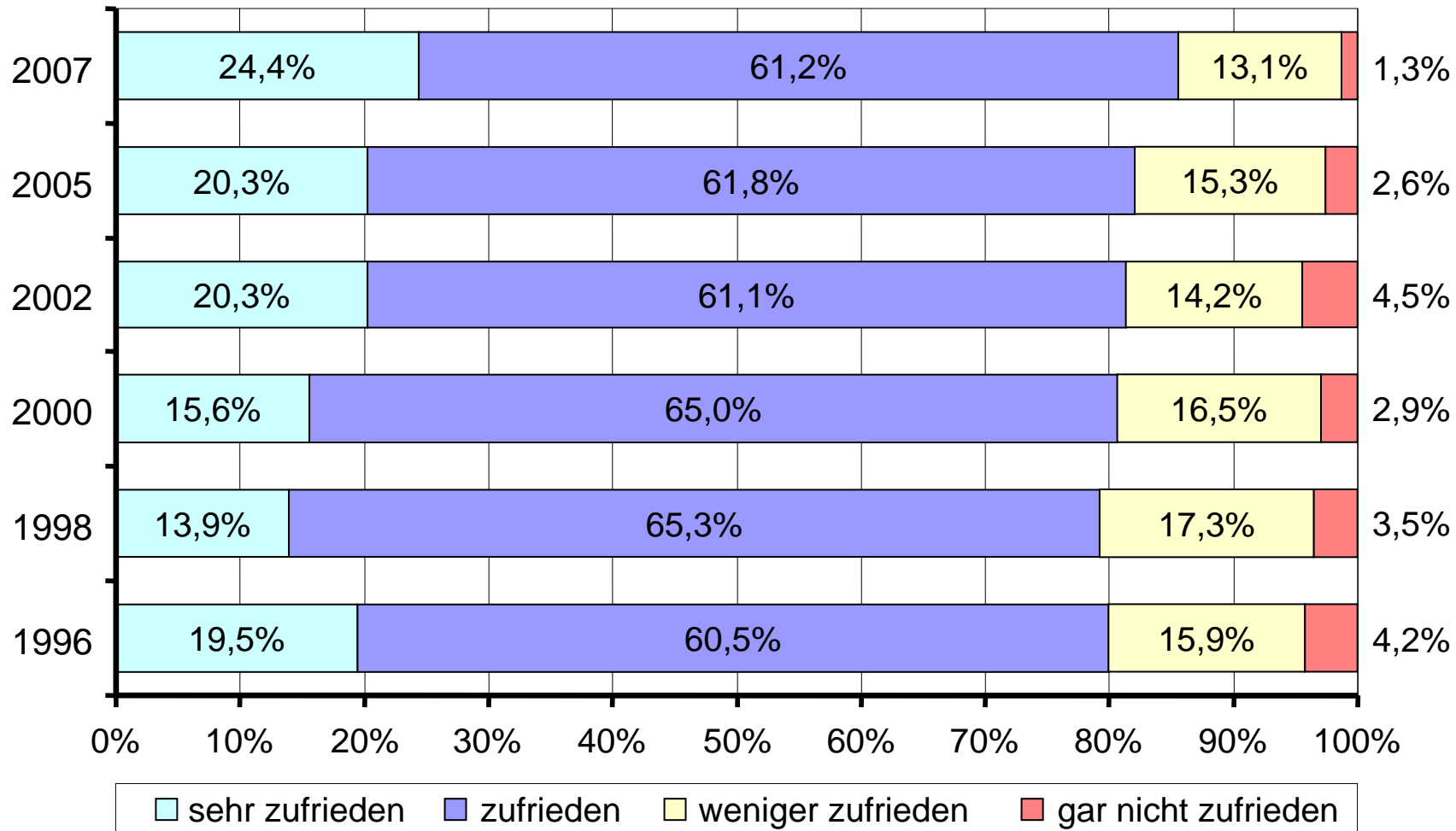
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Der Längsschnittvergleich der Leipziger Medienwirtschaft zeigt:

- ➔ Es existieren zunehmend mehr Unternehmen, was primär an den vielen neuen Kleinunternehmern und Freelancern liegt.
- ➔ Auch die Beschäftigtenzahl hat sich – vor allem die der Freiberufler und Selbstständigen – erhöht.
- ➔ Die Umsatzzahlen bewegen sich seit 2002 auf einem stabilen Niveau.
- ➔ Noch niemals zuvor war die Zufriedenheit der Medienwirtschaft mit dem Standort Leipzig so hoch.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Zufriedenheit mit dem Standort Leipzig 1996 bis 2007:



Basis: 510 (1998) bis 692 (2000) Antworten

Entwicklung

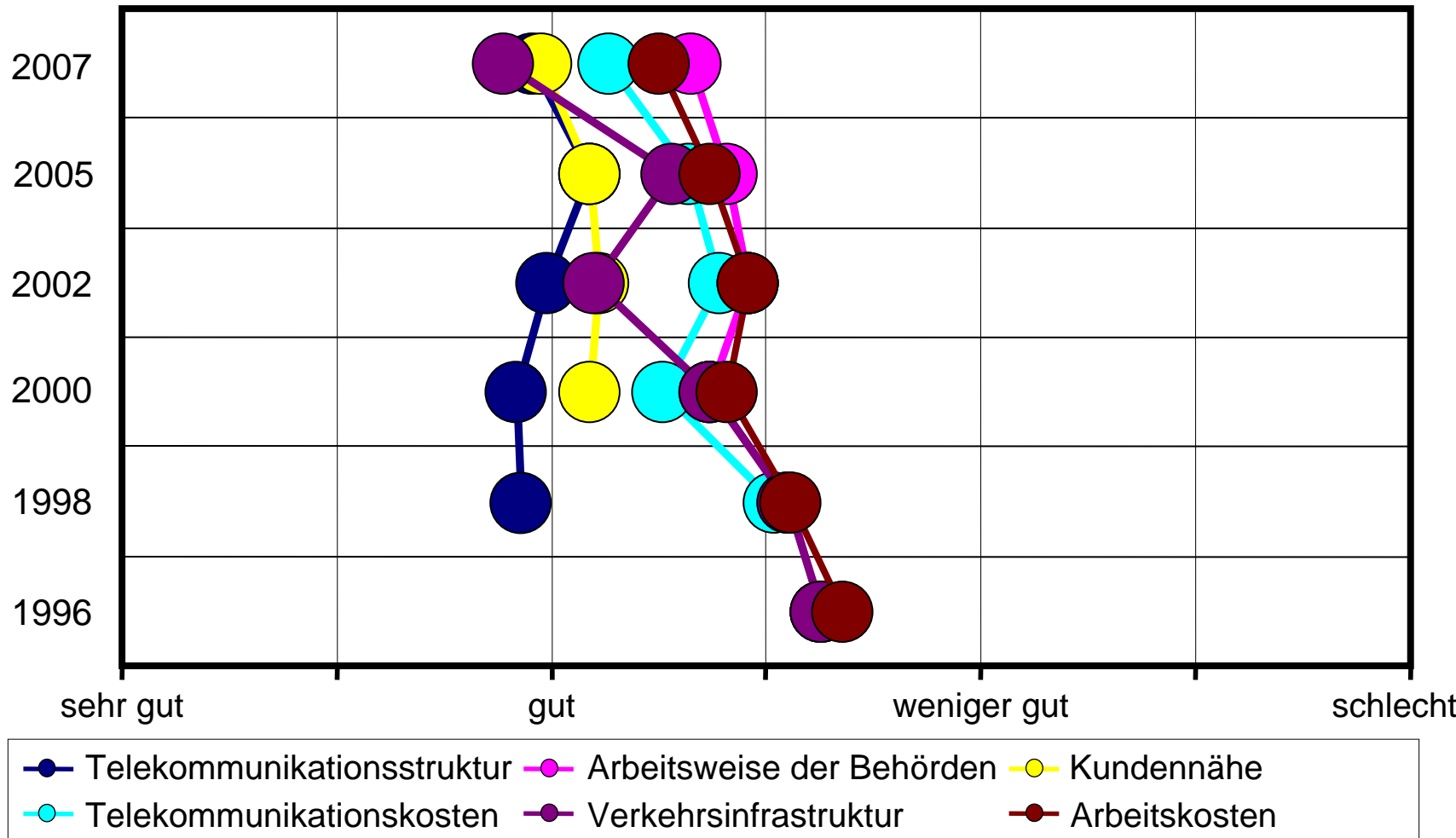
- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Der Längsschnittvergleich der Leipziger Medienwirtschaft zeigt:

- ➔ Es existieren zunehmend mehr Unternehmen, was primär an den vielen neuen Kleinunternehmern und Freelancern liegt.
- ➔ Auch die Beschäftigtenzahl hat sich – vor allem die der Freiberufler und Selbstständigen – erhöht.
- ➔ Die Umsatzzahlen bewegen sich seit 2002 auf einem stabilen Niveau.
- ➔ Noch niemals zuvor war die Zufriedenheit der Medienwirtschaft mit dem Standort Leipzig so hoch.
- ➔ Auch die Qualität der wichtigsten Standortfaktoren wird mit Ausnahme der „Telekommunikationsstruktur“ zunehmend besser beurteilt.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 **Ergebnisse**
- 3.1 Unternehmen
- 3.2 Beschäftigte
- 3.3 Ausbildung
- 3.4 Umsätze
- 3.5 Geschäfte
- 3.6 Standort
- 3.7 Prognosen
- 3.8 **Entwicklung**
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Qualität der wichtigsten Standortfaktoren 1996 bis 2007:



Entwicklung

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 **Überblick**
- 5 Empfehlungen

Wichtigste Ergebnisse im Überblick

Hinweis: An dieser Stelle ziehen wir auch, soweit das möglich ist, einen Vergleich der Leipziger mit der Medienwirtschaft von anderen deutschen Städten.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 **Überblick**
- 5 Empfehlungen

Zu den Unternehmenszahlen:

- Auch wenn ein direkter Vergleich der Unternehmenszahlen bzw. der Anteile an der Gesamtwirtschaft mit anderen Städten kaum möglich scheint, kann Leipzig eine Steigerung der medienwirtschaftlichen Unternehmenszahl – dies ist auch Trend an mehreren anderen Standorten – und einen stabilen Anteil an der Gesamtwirtschaft für sich verbuchen.
- Die Anzahl der medienrelevanten Unternehmen und Institutionen hat sich in den letzten beiden Jahren in Leipzig von ca. 1.700 auf ca. 2.100 erhöht, wobei zu berücksichtigen bleibt, dass dieser Zuwachs primär durch Kleinunternehmer und Freelancer getragen wird.
- Die meisten der Vergleichsstädte weisen deutlich höhere absolute Unternehmenszahlen aus, was aufgrund der Größenunterschiede (Einwohnerzahl, generelle Wirtschaftskraft) auch nicht verwundert. Berlin: 24.584 (zwar nur Steuerpflichtige, aber breite Clusterdefinition einschließlich Kreativwirtschaft); Stadt und Landkreis München: 20.152 (IuK einschließlich Medien); Hamburg: 20.445 Firmen. Eine gewisse quantitative „Nähe“ besteht zu Köln: 4.943 (nur Steuerpflichtige).
- Mit den stadtstrukturell eher ähnlichen Städten Stuttgart oder Nürnberg fällt ein Vergleich aus methodischen Gründen leider schwer.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 **Überblick**
- 5 Empfehlungen

Zur Beschäftigung in Leipzig:

- Laut unserer Hochrechnung dürften im Jahr 2007 ungefähr 33.700 Menschen in der Medienwirtschaft beschäftigt sein; das sind etwa 3.500 mehr als im Jahr 2005. Genauer sind zwar auch neue feste Stellen entstanden; primär handelt es sich bei diesem Plus (von 11,6 Prozent) allerdings um freiberufliche und selbstständige Beschäftigungsverhältnisse. Summa summarum befinden sich die aktuellen Beschäftigungszahlen auf dem Niveau der Studien von 1996, 1998 und 2002. Die freiberufliche und selbstständige Arbeit hat spürbar an Stellenwert gewonnen.

Zum spezifischen Aspekt der kleinen Unternehmen:

- Das Profil des Medienstandorts Leipzig wird zunehmend durch vergleichsweise kleine Unternehmen geprägt: Gaben im Jahr 2002 lediglich 19,9 Prozent der Befragten an, ein Ein-Personen-Betrieb zu sein; waren es in den beiden Folgestudien (2005) 37,9 bzw. (2007) 47,1 Prozent. Demnach besteht zurzeit mehr als jedes dritte Medienunternehmen der Stadt Leipzig aus nur einem einzigen Mann respektive einer einzigen Frau. Dies erklärt, warum das Beschäftigungs- (plus 11,6 Prozent) niedriger ausfällt als das Unternehmenswachstum (plus 23,5 Prozent).

1	Abstract
2	Durchführung
3	Ergebnisse
3.1	Unternehmen
3.2	Beschäftigte
3.3	Ausbildung
3.4	Umsätze
3.5	Geschäfte
3.6	Standort
3.7	Prognosen
3.8	Entwicklung
4	Überblick
5	Empfehlungen

Zum Vergleich der Beschäftigungszahlen:

- Ein absoluter Vergleich Leipzigs mit den führenden Medienzentren Deutschlands erscheint wenig sinnvoll. Aus den meisten Städten kommt eher das Signal eines (moderaten) Rückganges, der sicherlich deutlicher für die sv-pflichtig Beschäftigten, weniger für die „Freien“, zutrifft. Beim Vergleich der zeitlich häufig etwas zurückliegenden Zahlen mit Leipzig muss berücksichtigt werden, dass wir in unserer vorherigen Studie (2005) auch den niedrigsten Wert aller bisherigen Studien ermittelt hatten. Ganz aktuell dürfte es in den anderen Städten auch etwas besser aussehen als die Zahlen vermitteln.
- Je nach Berechnungsmodus erreicht Leipzig einen Anteil der Medien- an der Gesamtwirtschaft von 9,3 bis 14,4 Prozent. Konservativ betrachtet stellt dies in Relation zu unseren Vorgängerstudien einen Gleichstand dar.
- Vergleiche mit anderen Städten sind in der Regel aufgrund methodenspezifischer Unterschiede nicht unproblematisch und dürfen nicht überwertet werden (siehe dazu unsere Darstellung in der Studie).

1	Abstract
2	Durchführung
3	Ergebnisse
3.1	Unternehmen
3.2	Beschäftigte
3.3	Ausbildung
3.4	Umsätze
3.5	Geschäfte
3.6	Standort
3.7	Prognosen
3.8	Entwicklung
4	Überblick
5	Empfehlungen

Zu den Umsätzen:

- Für die Leipziger Medienwirtschaft errechneten wir einen Gesamtumsatz von ca. 2,57 Milliarden Euro (einschließlich Etats medienrelevanter öffentlicher Einrichtungen). Aus verschiedenen Gründen kann man davon ausgehen, dass dieser Wert etwas zu niedrig bemessen ist und ein Ergebnis in der Größenordnung von drei Milliarden Euro realistischer erscheint; trotzdem bleibt Leipzig recht deutlich hinter den anderen Medienmetropolen zurück.
- Das Berliner Cluster Kommunikation (einschließlich Kreativwirtschaft) erhöhte seinen Umsatz von 15,1 Milliarden Euro (2003) auf über 20,7 Milliarden Euro (2005). Die Münchner IuK-Wirtschaft in Stadt und Landkreis steigerte ihren Umsatz von 64,6 (2003) auf 68,4 Milliarden Euro (2006). Köln steigerte – auf Basis einer stärker auf Medien fokussierten Definition – von 8,1 (2003) auf 8,8 Milliarden Euro (2005). Hamburg kommuniziert nach wie vor die bekannten „über 25 Milliarden Euro“.
- Dass in Leipzig der medienwirtschaftliche Umsatz-Anteil an der Gesamtwirtschaft von 17,5 auf 12,0 Prozent zurück ging, hat vor allem etwas mit dem deutlichen Aufschwung der Gesamtwirtschaft zu tun. Hier dürften auch „Aufholeffekte“ des Produzierenden Gewerbes in den neuen Ländern eine Rolle spielen.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 **Überblick**
- 5 Empfehlungen

Subbranchen:

- Betrachtet man die jeweilige Anzahl der Unternehmen und Mitarbeiter sowie die Umsätze, wird das interne Profil der Leipziger Medienwirtschaft vor allem durch die drei Subbranchen „Fernsehen, Hörfunk, Film, Video“, „Informationstechnologie und Neue Medien“ sowie „Druck- und Verlagswesen“ bestimmt.
- Insgesamt 9.900 und damit die meisten Mitarbeiter sind nach unserer Hochrechnung in der Rundfunk- und Filmproduktion tätig; in keiner anderen Mediensparte werden annähernd so viele Menschen beschäftigt. Vor allem setzen die Rundfunk- und Filmbetriebe aber wie keine andere Branche auf Freiberufler und Selbstständige (5.100 absolut bzw. anteilig zu 51,5 Prozent). Bei den sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen erweist sich das Rundfunk- und Filmwesen praktisch als „Stabilitätsanker“; die Zahl der Svpflichtigen entwickelte sich wie folgt: 1998 = 3.800, 2000 = 3.900, 2002 = 4.200, 2005 = 4.300, 2007 = 4.800. Mit anderen Worten ist die Anzahl an festen Stellen – auch entgegen der allgemeinen Medienkrise nach dem „Boomjahr“ 2000 – recht kontinuierlich angewachsen. Zudem stellt die Rundfunk- und Filmindustrie in Anbetracht einer vergleichsweise geringen Anzahl an Unternehmen (ca. 310) die mit Abstand personalintensivste Branche dar.

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 **Empfehlungen**

Empfehlungen

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 **Empfehlungen**

- **Leipzig auch künftig als Medienstandort fördern, weiteres großes Medienunternehmen ansiedeln**
- **Noch stärker nutzen: Medien sind wichtiger Imagefaktor für Leipzig**
- **Strategisch denken und handeln: Angestrebtes Branchenprofil und gewünschte Positionierung definieren**
- **Standortentwicklung und -kommunikation weitere Dynamik verleihen: Nicht auf hohen Zufriedenheitswerten der Branche ausruhen**
- **Stärker regional aufstellen: Medienregion Leipzig – Halle kommunizieren**

Nähere Ausführungen in der Studie

- 1 Abstract
- 2 Durchführung
- 3 Ergebnisse
 - 3.1 Unternehmen
 - 3.2 Beschäftigte
 - 3.3 Ausbildung
 - 3.4 Umsätze
 - 3.5 Geschäfte
 - 3.6 Standort
 - 3.7 Prognosen
 - 3.8 Entwicklung
- 4 Überblick
- 5 Empfehlungen

Univ.-Prof. Dr. Günter Bentele

Inhaber des Lehrstuhles für Öffentlichkeitsarbeit/PR am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft (KMW) der Univ. Leipzig

www.communicationmanagement.de/ und www.uni-leipzig.de/

Dr. Tobias Liebert, Dipl.-Journ.

Kommunikations- und Medienwissenschaftler
Forscher, Berater, Dozent und Autor

www.kommwiss.de

Ronny Fechner, M. A.

Absolvent der KMW und Amerikanistik der Univ. Leipzig,
freiberuflicher Researcher und PR-Berater

www.medi-a-nalysis.com

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



UNIVERSITÄT LEIPZIG

Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR

Sitz: Burgstraße 21; Postanschrift: Postfach 100920, D-04009 Leipzig

Tel.: 0341 / 973 57 30; Fax: 0341 / 973 57 48