

Medien- und Kreativstandort Leipzig



Eine Studie zur Leipziger Medien- und Kreativwirtschaft 2010

Präsentation zur Studie, erstellt von

Prof. Dr. Günter Bentele, Dr. Tobias Liebert, Ronny Fechner, M.A. und Claudius Nießen

Im Auftrag des Amtes für Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig

und der Sächsischen Staatskanzlei Dresden sowie der DREFA Media Holding GmbH

Feldarbeit zur Umfrage:

Institut für Marktforschung GmbH Leipzig

Gliederung

1 Methodische Einführung

2 Überblick zum Cluster

2.1 Unternehmen

3.2 Mitarbeiter

3.3 Umsätze

3 Ergebnisse der Befragung des Clusters

3.1 Struktur

3.2 Konjunktur

3.3 Standort

4 Fazit

Z Zusatzfolien (nur online)

1 Methodische Einführung

Clusterdefinition

Was versteht man unter Medien- und Kreativwirtschaft?

Methodik der Studie

Wie wurde die Medien und Kreativwirtschaft untersucht?

Clusterdefinition

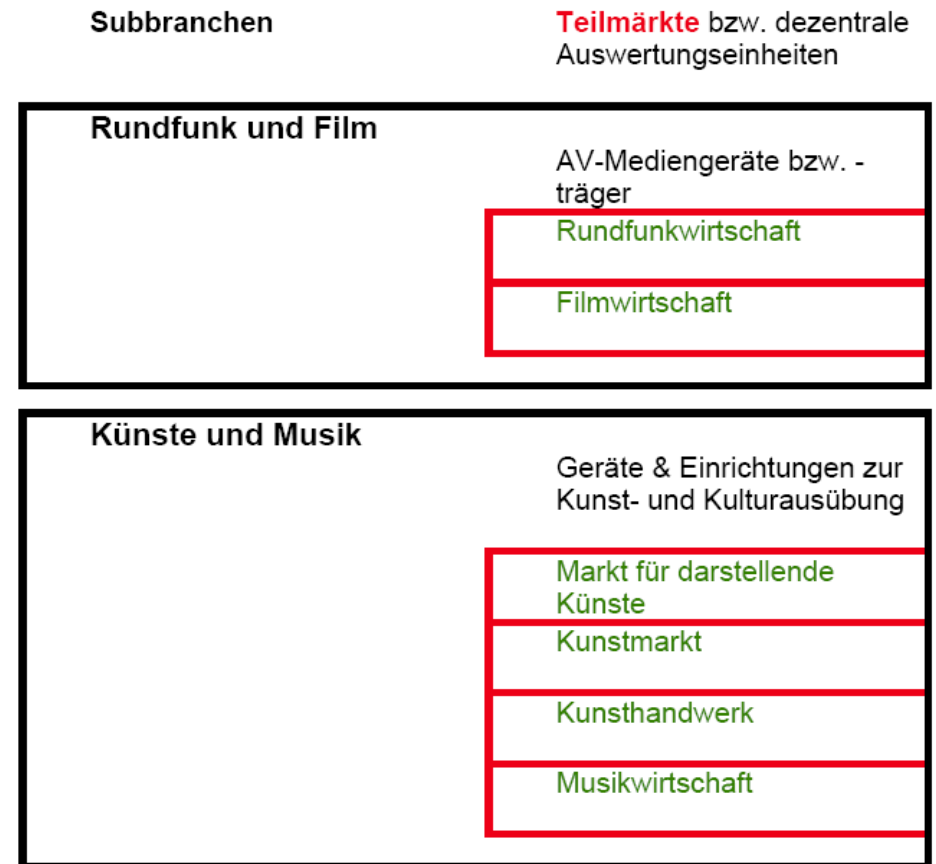
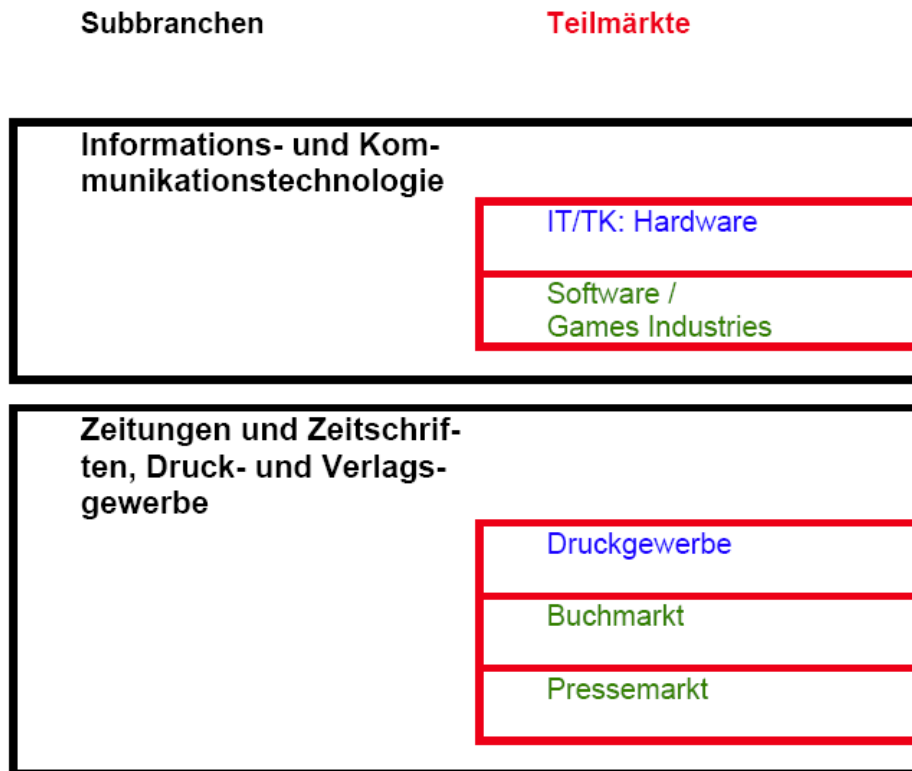
Was versteht man unter Medien- und Kreativwirtschaft?

Die Stadt Leipzig hatte sich entschlossen, das bisherige „Cluster Medien/Kommunikationstechnik/IT“, von uns als Kommunikations- und Medienwirtschaft oder kurz Medienwirtschaft bezeichnet, zu erweitern. Inspiriert durch den Aufschwung der kultur- und kreativwirtschaftlichen Betrachtungsweise wurde ein „Cluster Medien- und Kreativwirtschaft“ definiert.

Das Cluster wird in mehrere Subbranchen (kleinste Auswertungseinheit der Befragungs- und Hochrechnungsstudie) und diese wiederum in Teilmärkte (kleinste Auswertungseinheit für Sekundärstatistik) differenziert. Ziel war es, die gesamte Wertschöpfungskette zu erfassen.

In der mündlichen Vorstellung konzentrieren wir uns auf das gesamte Cluster und die Subbranchen. Einige Teilmaktergebnisse sind auf Zusatzfolien dokumentiert.

Definition des Clusters Medien- und Kreativwirtschaft



Definition des Clusters Medien- und Kreativwirtschaft

Subbranchen

Teilmärkte bzw. dezentrale
Auswertungseinheiten

Werbung/Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen

Foto-Mediengeräte bzw. -träger

PR/Marketing

Werbemarkt

Designwirtschaft

Architekturmarkt

Architekturmarkt

Subbranche

dezentrale Auswertungseinheiten

Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen

explizit keine „Teilmärkte“

Handelsvermittlung & Großhandel von medialen und kulturellen Gütern bzw. Geräten

E-Commerce und Call Center

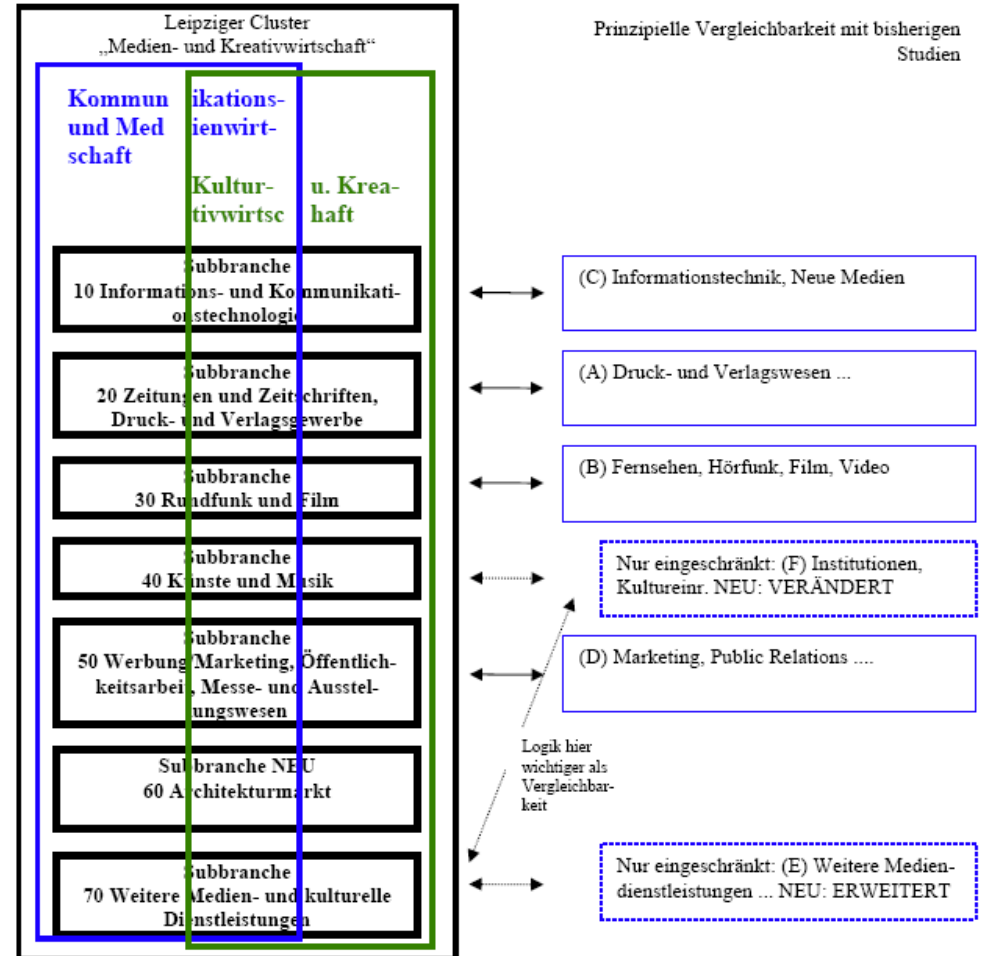
Unterstützende Dienstleistungen (Büroservice, Übersetzungen etc.) sowie Sonstige informierende und beratende Tätigkeiten (Agenten, Berater etc.)*

Schulung, Ausbildung*, Wissenschaft*, Verwaltung / Interessen- und Förderverbände*

** mit kommunikations- bzw. medienwirtschaftlichem oder kultur- bzw. kreativwirtschaftlichem Bezug*

Definition des Clusters Medien- und Kreativwirtschaft

- Ziel der Kombi-Studie:
möglichst optimale Verknüpfung der bisherigen traditionellen kommunikations- und medienwirtschaftlichen Betrachtungsweise mit der jüngeren kultur- und kreativwirtschaftlichen Perspektive
- Anschlussfähigkeit zu anderen Studien:
deshalb werden in der Studie Ergebnisse auch differenziert nach jeder der beiden grundsätzlichen Perspektiven ausgewiesen. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird hier darauf weitgehend verzichtet.



Mehrmethodenstudie

- ❖ Die traditionelle Befragungs- und Hochrechnungsstudie wird erstmals um weitere Methoden ergänzt:
 - umfangreiche Sekundäranalysen auf Basis der amtlichen Statistik
 - qualitative Gruppendiskussionen (Branchenhearings) in vier ausgesuchten Teilmärkten
 - die quantitativ-standardisierte Befragung wurde zudem auch mit einigen offenen Fragen erweitert
- ❖ Quantitative Vermessung der Branche steht damit auf zwei Füßen:
 - „harte“ Statistik (Datenstand zeitlich verzögert!)
 - aus der Befragung (Jan.-April 2011, 815 erfolgreiche Interviews, Rücklauf 13,6%), abgeleitete Hochrechnung

2 Überblick zum Cluster

2.1 Unternehmen

Wie viele Unternehmen, Institutionen und sonstige Organisationen gehören zur Medien- und Kreativwirtschaft?

2.2 Mitarbeiter

Wie viele Menschen sind in der Medien- und Kreativwirtschaft tätig?

2.3 Umsätze

Welchen Umsatz erwirtschaftet die Medien- und Kreativwirtschaft?

2.1 Unternehmen

- ❖ Laut amtlicher Statistik existieren in der **Stadt Leipzig 3.503** bzw. in **Stadt Leipzig und den zwei Umlandkreisen 5.133 Unternehmen** (Unternehmensregister 2009 basierend auf Verwaltungsdaten von 2007; ohne Kleinstunternehmen, ohne den staatlich-kommunalen Sektor).
- ❖ Das **Umland** erbringt damit im Vergleich zur Stadt ein **Plus von 46,5 Prozent**.
- ❖ Für das **Gebiet unserer Befragung** (Stadt Leipzig und Umkreis von 10 km) schätzen wir aktuell etwa **4.400 Organisationen** (Unternehmen und Institutionen).

Anzahl der Unternehmen / Organisationen der Medien- und Kreativwirtschaft

(Schätzung ausgehend vom Unternehmensregister 2009 basierend auf Verwaltungsdaten von 2007)

Branche / Bezugsregion	Stadt Leipzig		Stadt Leipzig und zwei Umlandkreise		Stadt Leipzig und Umkreis von 10 km	
	Anzahl	Anteil (%)	Anzahl	Anteil (%)	Anzahl	Anteil (%)
Informations- und Kommunikationstechnologie	599	17,1%	888	17,3%	743	17,2%
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	422	12,0%	595	11,6%	508	11,8%
Rundfunk und Film	227	6,5%	332	6,5%	279	6,5%
Künste und Musik	714	20,4%	1.111	21,6%	912	21,1%
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen	835	23,8%	1.164	22,7%	999	23,2%
Architekturmarkt	262	7,5%	370	7,2%	316	7,3%
Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen	444	12,7%	673	13,1%	558	12,9%
Total	3.503	100,0%	5.133	100,0%	4.315	100,0%

2.2 Mitarbeiter

- ❖ Laut **amtlicher Statistik** gibt es in der **Stadt Leipzig 25.961** bzw. in **Stadt Leipzig und den zwei Umlandkreisen 31.110 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** (Beschäftigtenstatistik 2009, einschl. staatlich-kommunaler Sektor).
- ❖ Das **Umland erbringt** damit im Vergleich zur Stadt **ein Plus von 19,8 Prozent** (also deutlich weniger als bei den Unternehmenszahlen).
- ❖ Für das Gebiet unserer Befragung (Stadt Leipzig und Umkreis von 10 km) ergibt die **Hochrechnung** aktuell etwa **32.000 sv-pflichtig Beschäftigte**.
- ❖ Für das Gebiet unserer Befragung (Stadt Leipzig und Umkreis von 10 km) ergibt die **Hochrechnung** aktuell **insgesamt etwa 44.500 Beschäftigte (sv-pflichtige und freie zusammen)**.

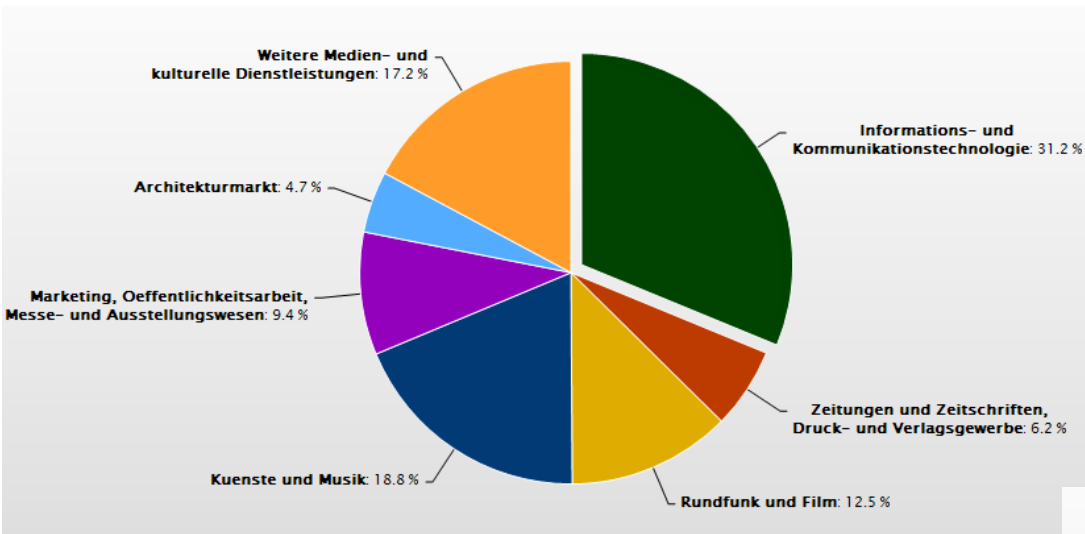
Anzahl der Mitarbeiter in der Medien- und Kreativwirtschaft

(Hochrechnung 2010 für Stadt Leipzig und Umkreis)

Branche / (Teil-)Cluster	sv-pflichtig Beschäftigte	freie Mitarbeiter	Summe aus Sv- pflichtigen u. Freien	
Informations- und Kommunikationstechnologie	10.000	1.000	11.000	24,7%
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	2.000	1.000	3.000	6,7%
Rundfunk und Film	4.000	1.500	5.500	12,4%
Künste und Musik	6.000	2.500	8.500	19,1%
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen	3.000	3.000	6.000	13,5%
Architekturmarkt	1.500	500	2.000	4,5%
Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen	5.500	3.000	8.500	19,1%
Total	32.000	12.500	44.500	100,0%

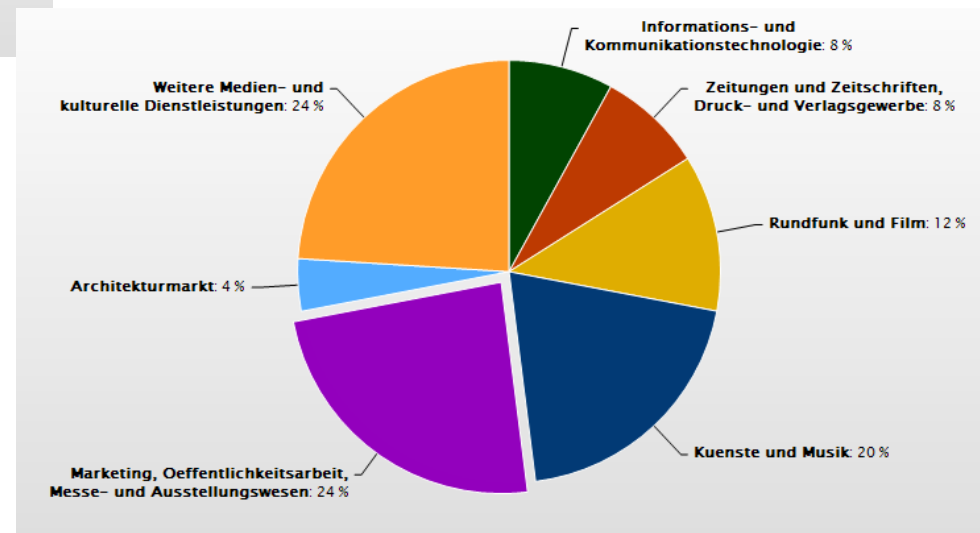
Branchenstruktur der Mitarbeiter (auf Basis Hochrechnung):

Sv-Pflichtige (n = 32.000/links) vs. Freie (n = 12.500/rechts)



Achtung: Hauptaugenmerk liegt hier auf den Proportionen der Anteile. Die Prozentwerte auf Basis einer Hochrechnung dürfen nicht überbewertet werden.

Marketing etc. baut stark auf Freie



ITK mit hohem Anteil an Sv-Pflichtigen

Grafiken: Stadt Leipzig

2.3 Umsätze

- ❖ Laut **amtlicher Statistik** in der **Stadt Leipzig 1.711.078 Tausend Euro** bzw. **in Stadt Leipzig und den zwei Umlandkreisen 2.025.651 Tausend Euro**, also über 2 Mrd. (steuerpflichtiger Gesamtumsatz von Unternehmen mit Sitz im Gebiet nach Umsatzsteuerstatistik 2007; ohne Kleinunternehmen, ohne staatlich-kommunalen Sektor).
- ❖ Das **Umland erbringt** damit im Vergleich zur Stadt ein **Plus von 18,4 Prozent** (also ähnlich wie bei den sv-pflichtig Beschäftigten).

Umsätze der Medien- und Kreativwirtschaft (Fortsetzung)

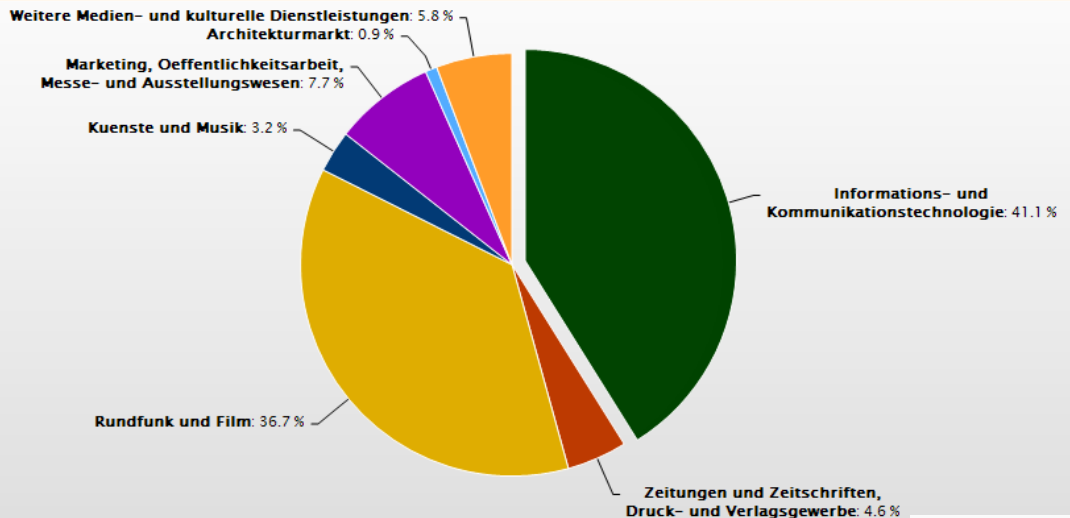
- ❖ Für das Gebiet unserer Befragung ergibt die **Hochrechnung aktuell rein rechnerisch etwa 5.057.000 Tausend Euro**, also rund 5 Mrd. (Gesamtumsatz von im Gebiet vertretenen Unternehmen, einschl. Kleinunternehmen, einschl. Etats der staatl.-kommun. bzw. öffentl.-rechtl. Einrichtungen). Dieses Ergebnis fällt nach unserer Einschätzung **methodenbedingt zu hoch** aus.
- ❖ Unter Berücksichtigung methodenbedingter Probleme bei der Umsatzerfassung und -berechnung kann gesagt werden: Der **medien- und kreativwirtschaftliche Gesamtumsatz** der im Gebiet vertretenen Cluster-Firmen bewegt sich **zwischen 3 und 4 Mrd. Euro**.
- ❖ Die nächste Folie zeigt die Subbranchen-Struktur der Umsätze. Hauptaugenmerk liegt hier auf den Proportionen. Prozentwerte auf Basis einer Hochrechnung dürfen nicht überbewertet werden.

Branchenstruktur der Umsätze in der Medien- und Kreativwirtschaft

(auf Grundlage der Umsatzsteuerstatistik 2007 und der Hochrechnung 2010)

Branchenstruktur der Umsätze in der Medien- und Kreativwirtschaft	Umsatzsteuerstatistik für Stadt Leipzig und zwei Umlandkreise	Hochrechnung für Stadt Leipzig und Umkreis von 10 km
Informations- und Kommunikationstechnologie	32,6%	34,5%
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	19,3%	4,0%
Rundfunk und Film	11,3% (ohne öffentl.-rechtl.)	27,9%
Künste und Musik	8,1%	4,3%
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen	15,1%	20,6%
Architekturmarkt	2,5%	1,4%
Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen	11,1%	7,3%
Total	100,0%	100,0%

Branchenstruktur der Umsätze (auf Basis Hochrechnung): überregional (n = 2,50 Mrd. Euro/links) vs. regional (n = 2,56 Mrd. Euro/rechts)



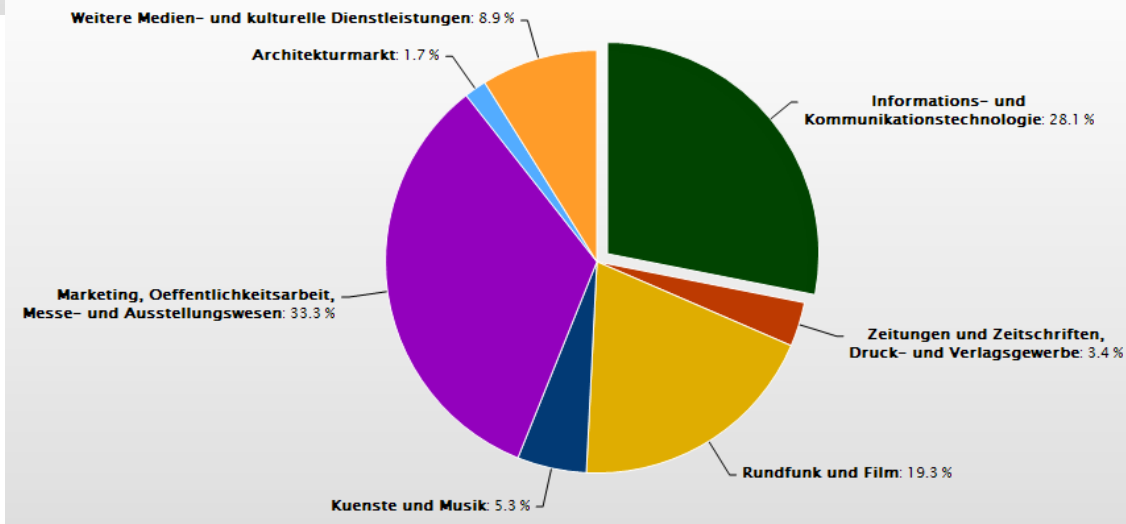
Achtung: Hauptaugenmerk liegt hier auf den Proportionen der Anteile. Die Prozentwerte auf Basis einer Hochrechnung dürfen nicht überbewertet werden.

Marketing etc. eher regional orientiert

ITK eher überregionale Absatzmärkte

Rundfunk/Film auch überregional orientiert

Grafik: Stadt Leipzig



3 Ergebnisse der Befragung des Branchenclusters

3.1 Struktur

Wie ist die Struktur der Medien- und Kreativwirtschaft beschaffen?

3.2 Konjunktur

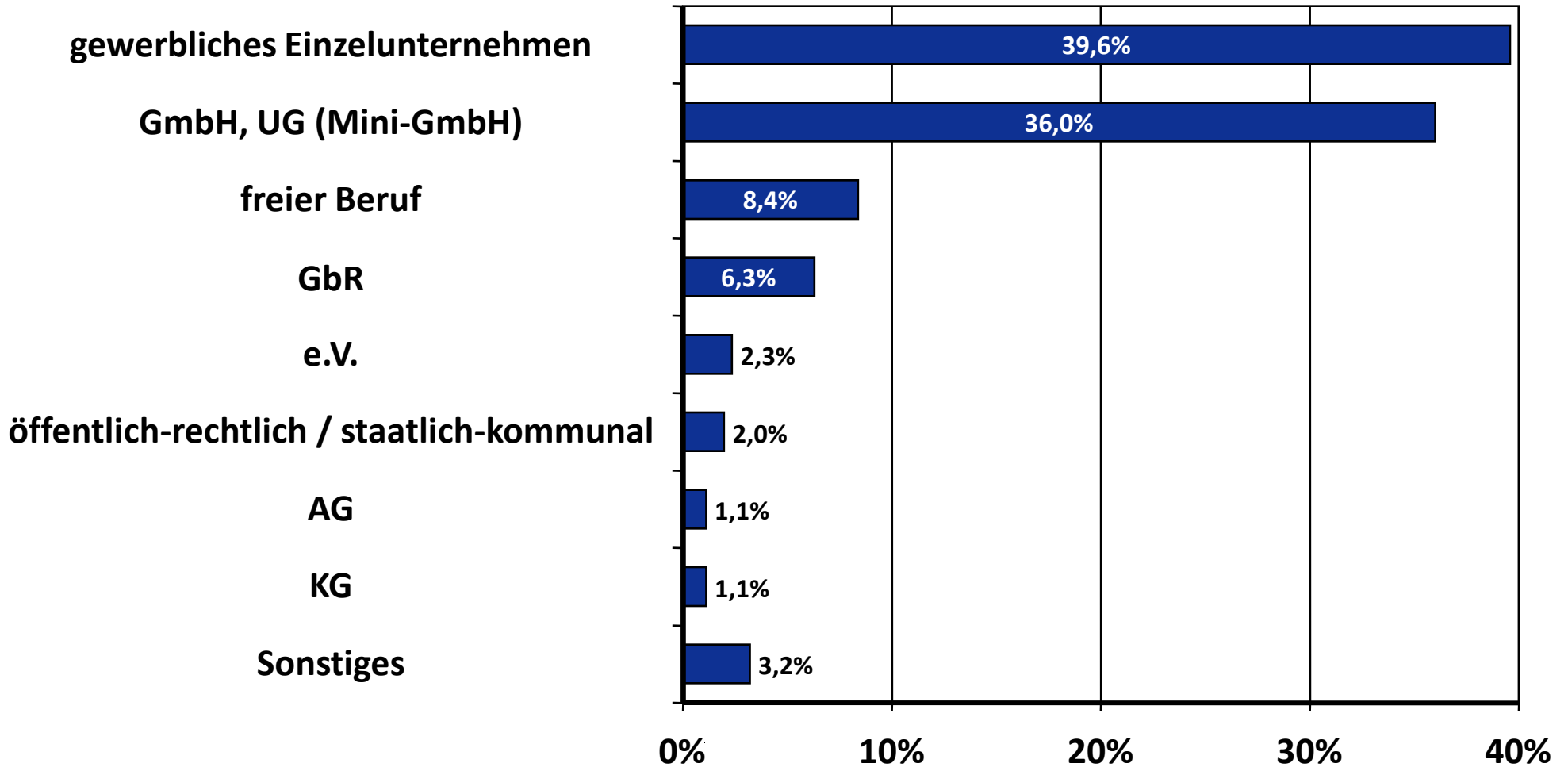
Wie hat sich die Medien- und Kreativwirtschaft gemessen an verschiedenen konjunkturellen Parametern entwickelt?

3.3 Standort

Wie schätzt man den Standort Leipzig ein?

Rechtsformen der Medien- und Kreativwirtschaft

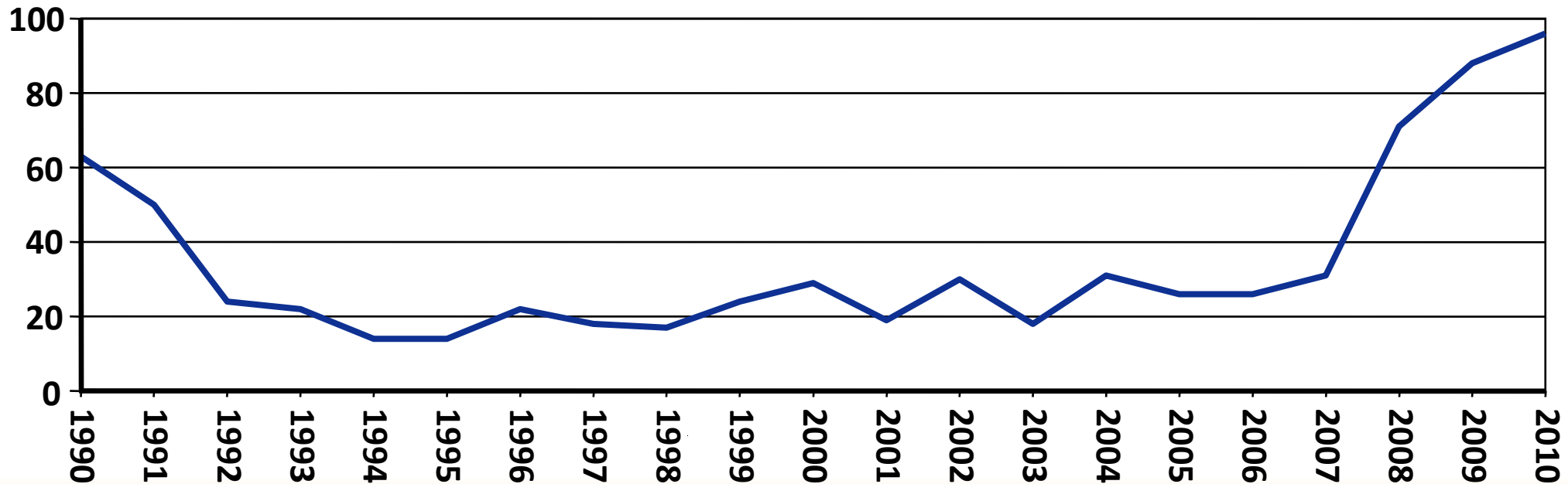
(Basis: n = 811)



Durchschnittliches Gründungsjahr / Anzahl der Neugründungen 1990-2010

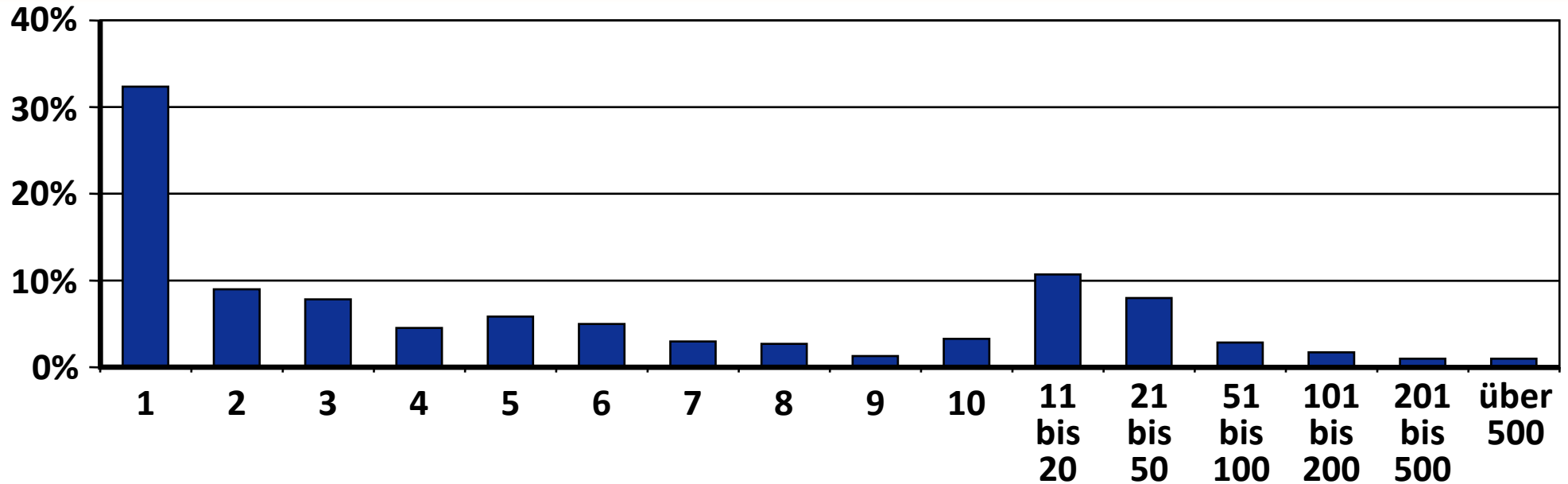
(Basis: n = 733)

Informations- und Kommunikationstechnologie	2002
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	1992
Medien- und Kreativwirtschaft	1998
Kommunikations- und Medienwirtschaft	1998
Kultur- und Kreativwirtschaft	1997



Anzahl der Mitarbeiter / Anteil der 1-Personen-Unternehmen

(Basis: n = 702)



Architekturmarkt	25,0%
Künste und Musik	46,7%
Medien- und Kreativwirtschaft	32,3%
Kommunikations- und Medienwirtschaft	31,7%
Kultur- und Kreativwirtschaft	33,8%

Frauenquoten nach Branchen und Wirtschaftszweigen

(Basis: n = 690)

Branche / Wirtschaftszweig	Personal insges.	davon Frauen	Prozent
Künste und Musik	1.592	924	58,0%
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen	1.713	941	54,9%
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	979	531	54,2%
Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen	2.538	1.294	51,0%
Rundfunk und Film	452	204	45,1%
Informations- und Kommunikationstechnologie	4.369	1.867	42,7%
Architekturmarkt	146	57	39,0%
Medien- und Kreativwirtschaft	11.789	5.818	49,4%
Kommunikations- und Medienwirtschaft	10.978	5.445	49,6%
Kultur- und Kreativwirtschaft	7.906	4.418	55,9%

Ausbildung in Branchen und Wirtschaftszweigen

(Basis: n = 699)

Branche / Wirtschaftszweig	Ausbildungsquote	Anzahl der Azubis im Durchschnitt
Rundfunk und Film	26,0%	0,5
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	19,0%	0,3
Informations- und Kommunikationstechnologie	18,6%	0,8
Künste und Musik	18,3%	0,9
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen	14,8%	0,4
Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen	13,5%	0,4
Architekturmarkt	5,0%	0,2
Medien- und Kreativwirtschaft	16,9%	0,5
Kommunikations- und Medienwirtschaft	17,6%	0,5
Kultur- und Kreativwirtschaft	17,6%	0,5

Teil-Zusammenfassung zur Struktur der Medien- und Kreativwirtschaft

- Gerade in den letzten drei Jahren sind viele Unternehmen **verschwunden und neu entstanden** (= Dynamik).
- Zugleich kann die Medien- und Kreativwirtschaft teilweise auf eine **langjährige Geschichte** zurückblicken (= Tradition).
- Für die Leipziger Medien- und Kreativwirtschaft ist eine **gewisse Kleinteiligkeit** kennzeichnend. **Zwei von fünf** relevanten Organisationen sind **gewerbliche Einzelunternehmen**. In **mehr als jedem vierten Fall** werden **keine Mitarbeiter sv-pflichtig beschäftigt**.
- Im Vergleich zu den letzten rein medienwirtschaftlich ausgerichteten Studien hat sich der **Trend hin zur vermehrten Existenz von Klein- und Kleinstunternehmen** allerdings reduziert.
- **Mindestens für jedes zweite Unternehmen** arbeiten **Freelancer**.

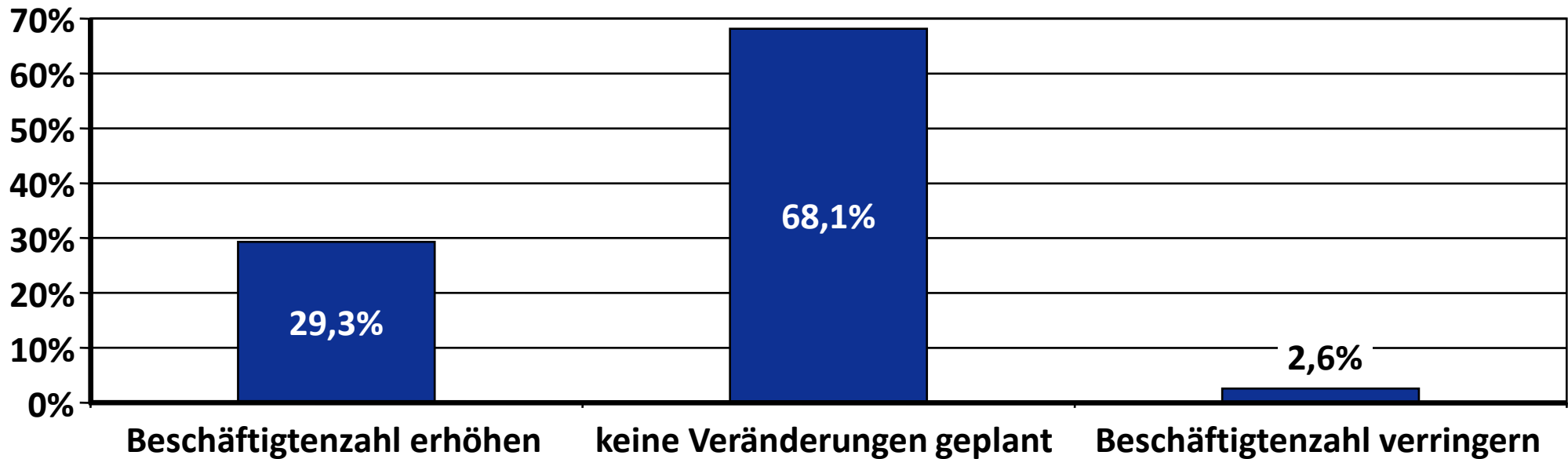
Entwicklung der Mitarbeiterzahlen in den vergangenen zwölf Monaten

(Antworten der befragten Organisationen)

Branche / Wirtschaftszweig	sv-pflichtige Mitarbeiter (Bilanz)	freie Mitarbeiter (Bilanz)
Informations- und Kommunikationstechnologie	+288	+18
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen	+41	+126
Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen	+122	+29
Künste und Musik	+8	+28
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	+16	+2
Architekturmarkt	+11	+/-0
Rundfunk und Film	-99	+6
Medien- und Kreativwirtschaft	+387	+209
Kommunikations- und Medienwirtschaft	+347	+184
Kultur- und Kreativwirtschaft	+283	+177

Prognose zur Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

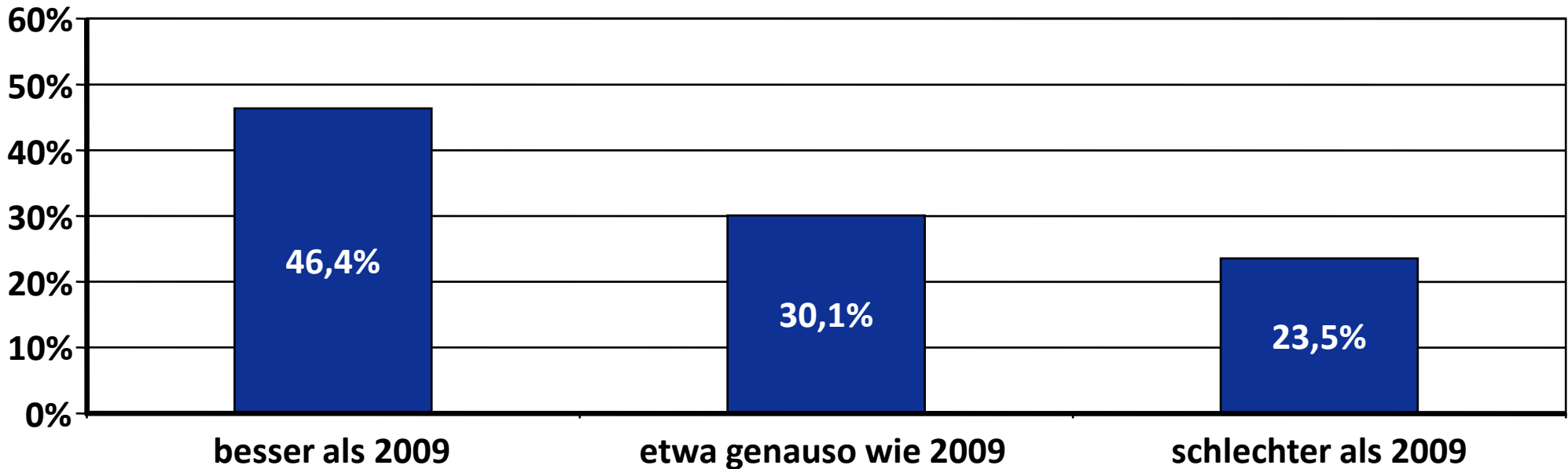
(Basis: n = 775)



	Beschäftigtenzahl erhöhen	keine Veränderungen geplant	Beschäftigtenzahl verringern
Informations- und Kommunikationstechnologie	45,2%	54,8%	0,0%
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	15,6%	78,0%	6,4%
Medien- und Kreativwirtschaft	29,3%	68,1%	2,6%
Kommunikations- und Medienwirtschaft	29,6%	67,5%	2,9%
Kultur- und Kreativwirtschaft	27,0%	69,7%	3,3%

Geschäftsentwicklung im Jahr 2010

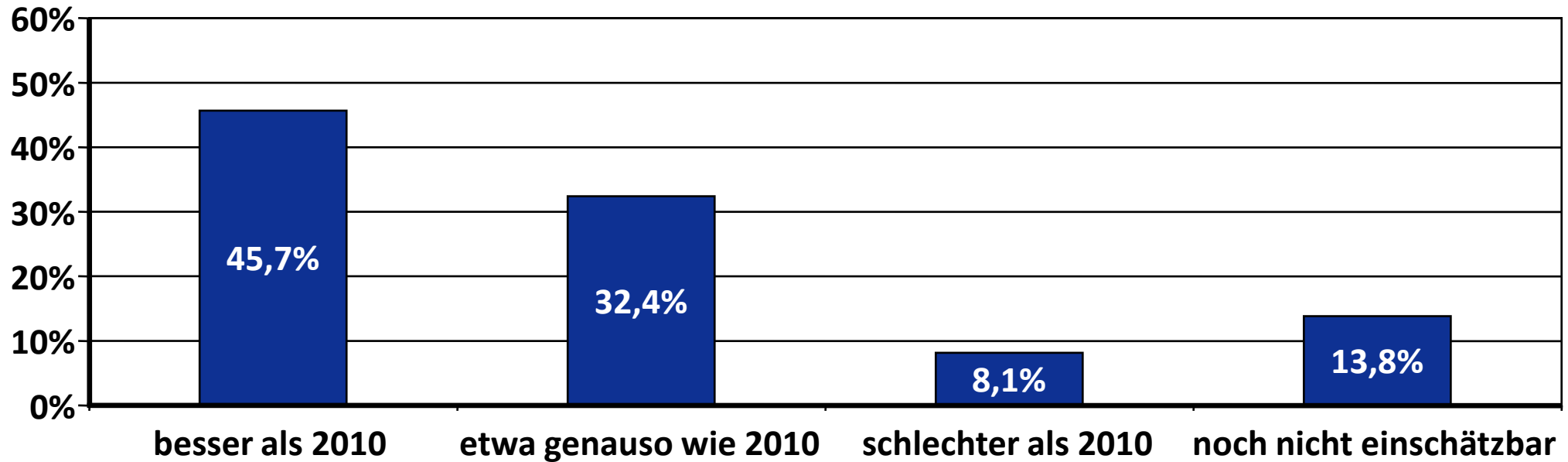
(Basis: n = 675)



	besser als 2009	etwa genauso wie 2009	schlechter als 2009
Architekturmarkt	58,8%	17,7%	23,5%
Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe	31,3%	33,3%	35,4%
Medien- und Kreativwirtschaft	46,4%	30,1%	23,5%
Kommunikations- und Medienwirtschaft	45,4%	31,2%	23,4%
Kultur- und Kreativwirtschaft	46,1%	29,0%	24,9%

Prognose zur Geschäftsentwicklung im Jahr 2011

(Basis: n = 775)



Informations- und Kommunikationstechnologie

59,0%

20,7%

7,5%

12,8%

Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe

31,1%

47,2%

7,5%

14,2%

Medien- und Kreativwirtschaft

45,7%

32,4%

8,1%

13,8%

Kommunikations- und Medienwirtschaft

44,9%

33,8%

7,8%

13,5%

Kultur- und Kreativwirtschaft

44,8%

32,1%

8,4%

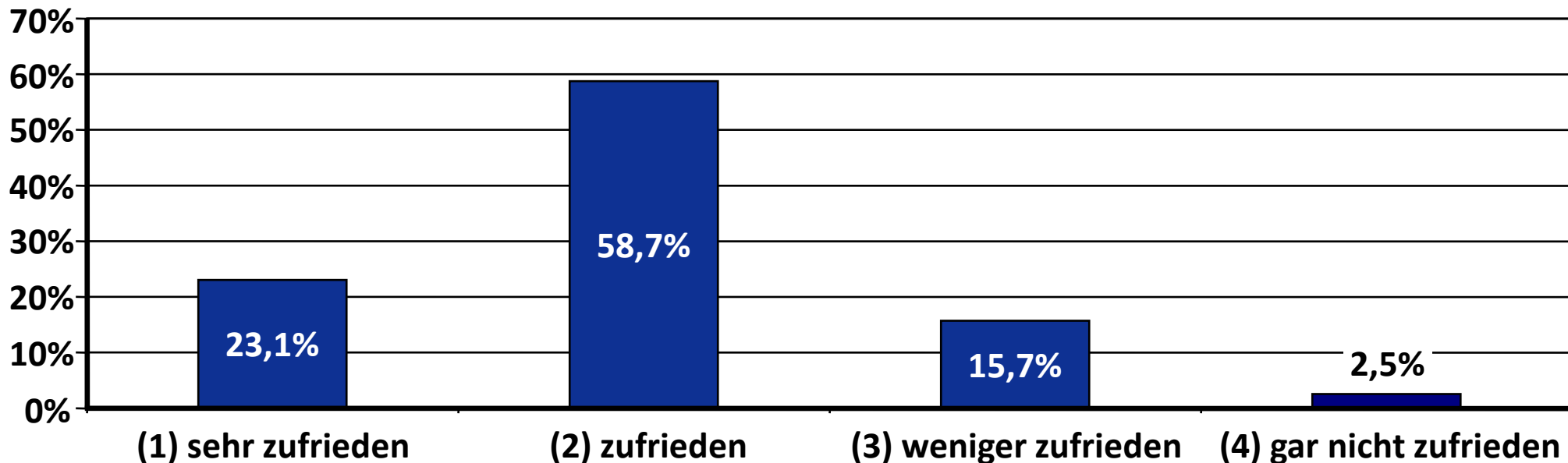
14,7%

Teil-Zusammenfassung zur Entwicklung der Medien- und Kreativwirtschaft

- Die Medien- und Kreativwirtschaft kann nach Auskunft der Befragten **zuletzt** auf eine **erfreuliche konjunkturelle Entwicklung** zurückblicken: Die **Mitarbeiterzahlen sind gestiegen**. Die **Geschäfte** haben sich **mehrheitlich verbessert**.
- Das führt zu entsprechend **optimistischen Zukunftsprognosen**.
- Die **Information Technology** zeichnet sich im besonderen Maße **durch Wachstum** aus, während die Bereiche **Rundfunk und Fernsehen** sowie die **Zeitungen und das Verlagswesen** stärker auch **durch wirtschaftliche Stagnation bzw. Zurückhaltung** geprägt sind.
- Auch bei einem **separaten Blick auf die Kommunikations- und Medienwirtschaft** haben sich sowohl **Umsatz- als auch Mitarbeiterzahlen in den letzten fünf Jahren tendenziell erhöht**.

Zufriedenheit mit dem Standort Leipzig in Prozent / Mittelwert

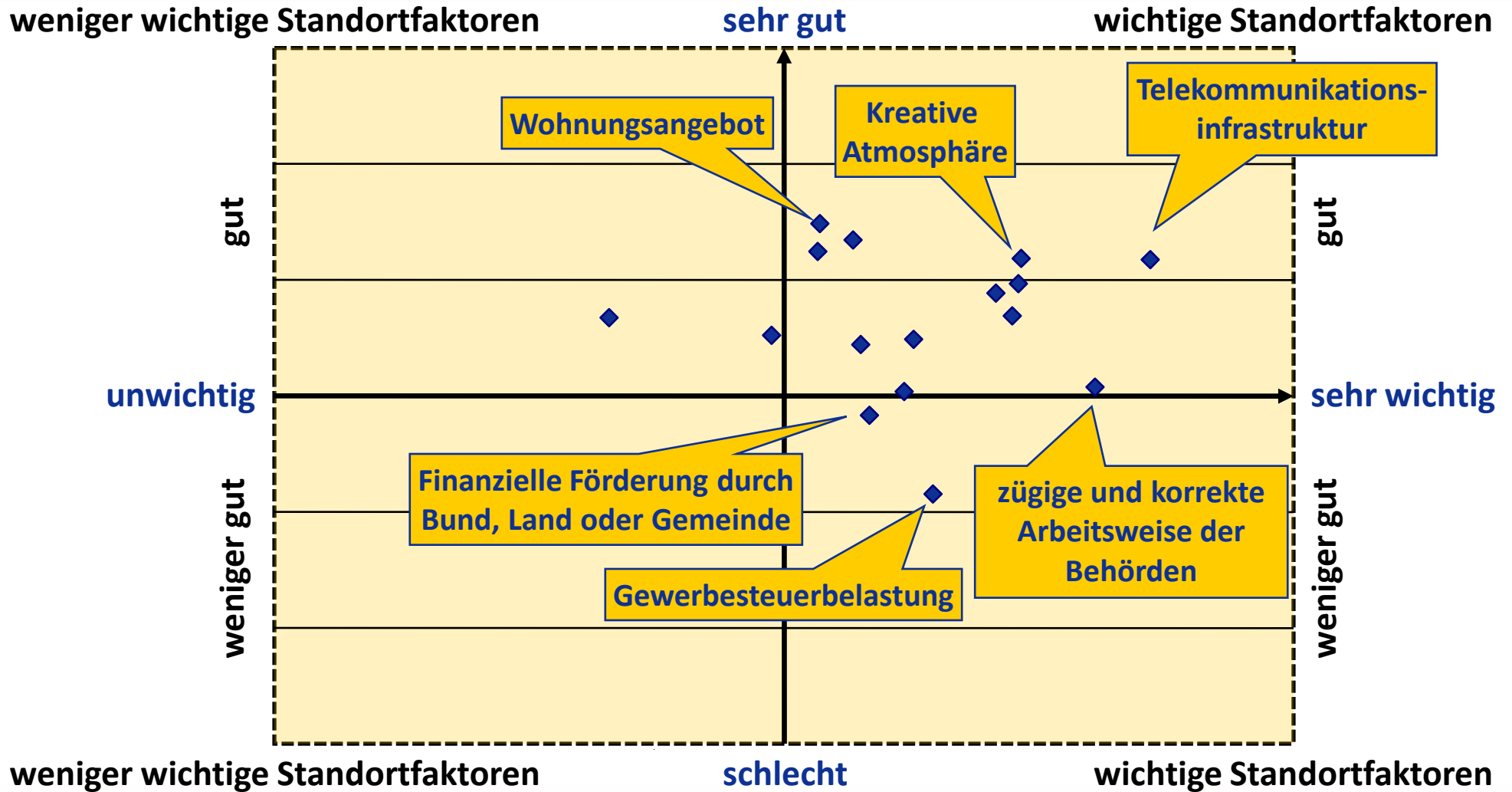
(Basis: n = 790; Viererskala)



Künste und Musik	1,86
Architekturmarkt	2,24
Medien- und Kreativwirtschaft	1,98
Kommunikations- und Medienwirtschaft	1,98
Kultur- und Kreativwirtschaft	1,99

Bedeutung und Qualität verschiedener Standortfaktoren

(Basis: $n_{\min} = 504$; Viererskala)



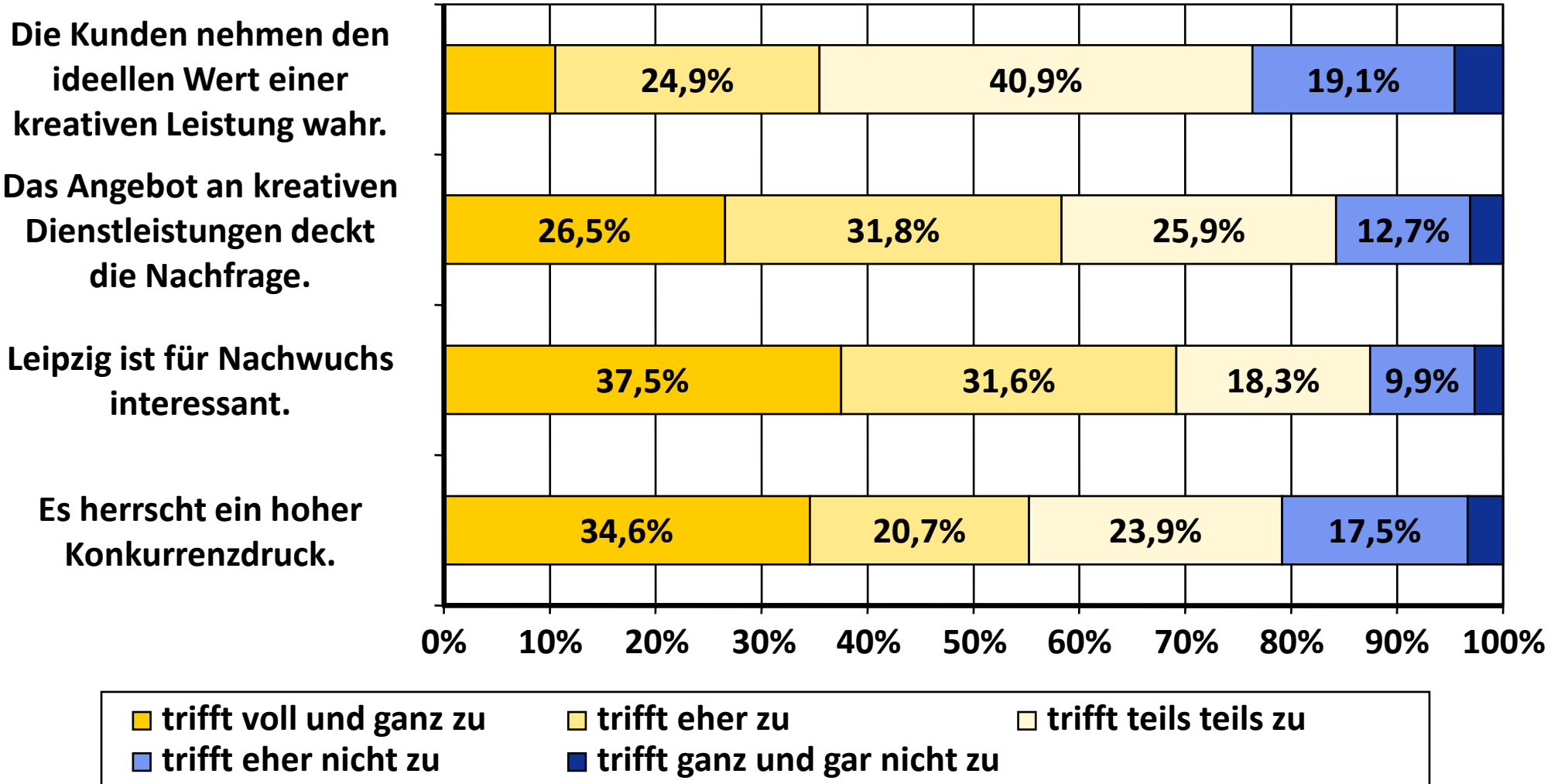
Bedeutung und Qualität verschiedener Standortfaktoren

(Basis: $n_{\min} = 504$; Viererskala)

	Standortfaktor (Auswahl)	Differenz zwischen Bedeutung und Qualität
wichtig und gut	Zügige und korrekte Arbeitsweise der Behörden	-0,87
	Telekommunikationsinfrastruktur	-0,49
	Arbeitskräftesituation bei Fachkräften	-0,33
	<i>Verkehrsinfrastruktur</i>	-0,20
	<i>Kundennähe</i>	-0,18
	<i>Höhe der Arbeitskosten</i>	-0,13
	<i>Kreative Atmosphäre</i>	-0,10
	<i>Kulturangebot, sogenannte 'Hochkultur'</i>	+0,53
wichtig und weniger gut	Gewerbesteuerbelastung	-0,86
	<i>Finanzielle Förderung durch Bund, Land oder Gemeinde</i>	-0,33

Kreative Dienstleistungen am Standort Leipzig

(Basis: $n_{\min} = 648$)



- **Vier von fünf** befragten **Organisationen** der Medien- und Kreativwirtschaft **sind mit ihrem Standort** in Leipzig **tendenziell zufrieden** (MW: 1,98). **Besonders zufrieden** äußerten sich die **Künstler und Musiker**, **weniger zufrieden** waren die **Architekten**.
- **Viele Standortfaktoren** besitzen in Leipzig eine **gute Qualität**; **bemängelt wurde** die **Gewerbesteuerbelastung** sowie die **finanzielle Unterstützung** durch den Bund, das Land oder die Kommune.
- **Leipzig** ist für den **kreativen Nachwuchs** **interessant**.
- Die konkreten **Möglichkeiten zur Wirtschaftsförderung** sind **nur jedem zweiten Studienteilnehmer** **bekannt**.

Summary

Welche zentralen Ergebnisse bzw. Befunde brachte die aktuelle Studie zur Medien- und Kreativwirtschaft Leipzig?

Die Eckzahlen

Das Cluster in Leipzig (und einem 10-km-Umkreis) mit seinen schätzungsweise 4.400 Unternehmen beschäftigt im Jahr 2010 insgesamt ca. 44.500 „feste“ bzw. „freie“ Mitarbeiter/innen.

Der Gesamtumsatz des Clusters bewegt sich voraussichtlich zwischen 3 und 4 Mrd. Euro.

Was eine bestimmte Subbranche auf die „Waagschale“ des Clusters legt, kann bei Unternehmenszahlen, Beschäftigten und Umsätzen durchaus unterschiedlich sein (siehe nächste Folien).

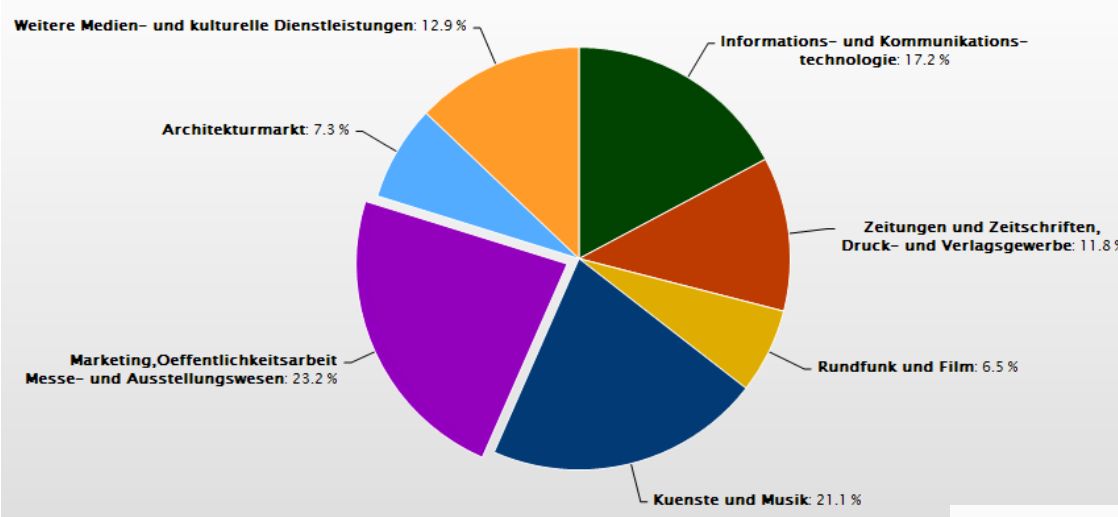
Rangfolgen der Subbranchen nach Unternehmen und Umsätzen

(Ranking auf Grundlage der amtlichen Statistik und unserer Hochrechnung)

Zahl der Unternehmen/Organisationen	
ST/HR	Branche
1.	Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen
2.	Künste und Musik
3.	Informations- und Kommunikationstechnologie
4.	Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen
5.	Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe
6.	Architekturmarkt
7.	Rundfunk und Film

Umsätze		
ST	HR	Branche
1.	1.	Informations- und Kommunikationstechnologie
2.	6.	Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe
3.	3.	Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen
4.	2.	Rundfunk und Film
5.	4.	Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen
6.	5.	Künste und Musik
7.	7.	Architekturmarkt

Anteile der Subbranchen (Basis Hochrechnung) an Zahl der Unternehmen (links) u. Sv-Pflichtigen (rechts)



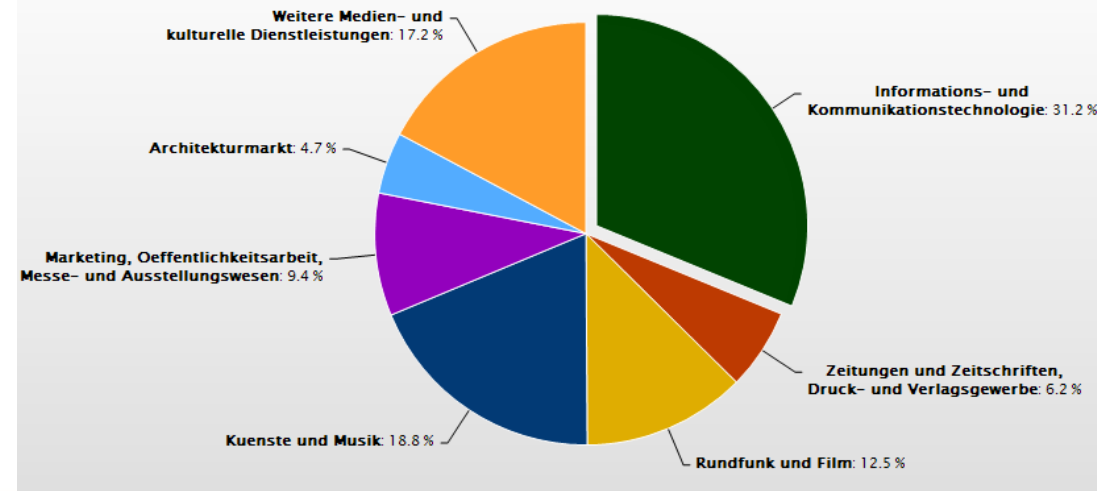
Achtung: Hauptaugenmerk liegt hier auf den Proportionen der Anteile. Die Prozentwerte auf Basis einer Hochrechnung dürfen nicht überbewertet werden.

ITK sehr beschäftigungsstark

Rundfunk/Film sehr beschäftigungsstark

Marketing etc. sehr kleinteilig

Grafik: Stadt Leipzig



Rangfolgen der Subbranchen nach Mitarbeitern

(Ranking auf Grundlage der amtlichen Statistik und unserer Hochrechnung)

Sv-pflichtig Beschäftigte

ST	HR	Branche
1.	1.	Informations- und Kommunikationstechnologie
2.	3.	Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen
3.	4.	Rundfunk und Film
4.	6.	Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe
5.	2.	Künste und Musik
6.	5.	Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen
7.	7.	Architekturmarkt

Beschäftigte insgesamt (einschließlich „Freie“)

HR	Branche
1.	Informations- und Kommunikationstechnologie
2.	Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen
2.	Künste und Musik
4.	Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen
5.	Rundfunk und Film
6.	Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlagsgewerbe
7.	Architekturmarkt

Die Anteile an der Gesamtwirtschaft (griffig gerundet)

Bezogen auf die Zahl der Unternehmen bewegt sich der Anteil des Clusters an der lokalen Gesamtwirtschaft zwischen ca. 8 Prozent in den ländlichen Randzonen und ca. 16 Prozent im urbanen Zentralort.

Bezogen auf Beschäftigte (einschl. Freie) nimmt das Cluster einen Anteil von etwa 12 Prozent ein.

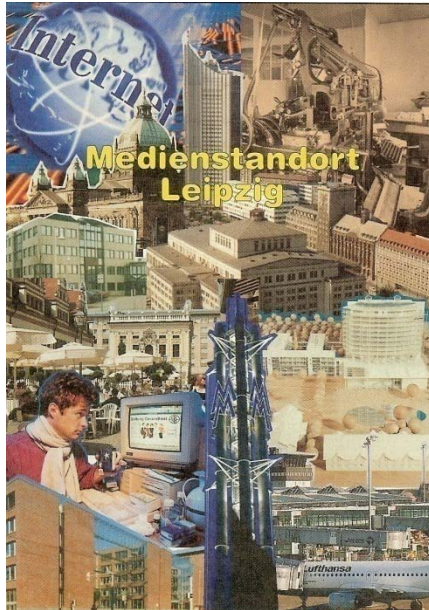
Bezogen auf die Umsätze ist ein Anteil des Clusters von etwa 10 bis 13 Prozent realistisch.

Detailliertere Angaben dazu in den Zusatzfolien.

Versucht man – bei aller Vorsicht – für alle drei Parameter einen *gemeinsamen, durchschnittlichen und griffigen* Prozentwert zu ermitteln, dürften 12 Prozent die Realität ziemlich gut abbilden.

Studie 2010 als inhaltliche und methodische Zäsur

Cover der Studien 1996 u. 2000



Medienstandort
Leipzig III



1996

1998

2000

2002

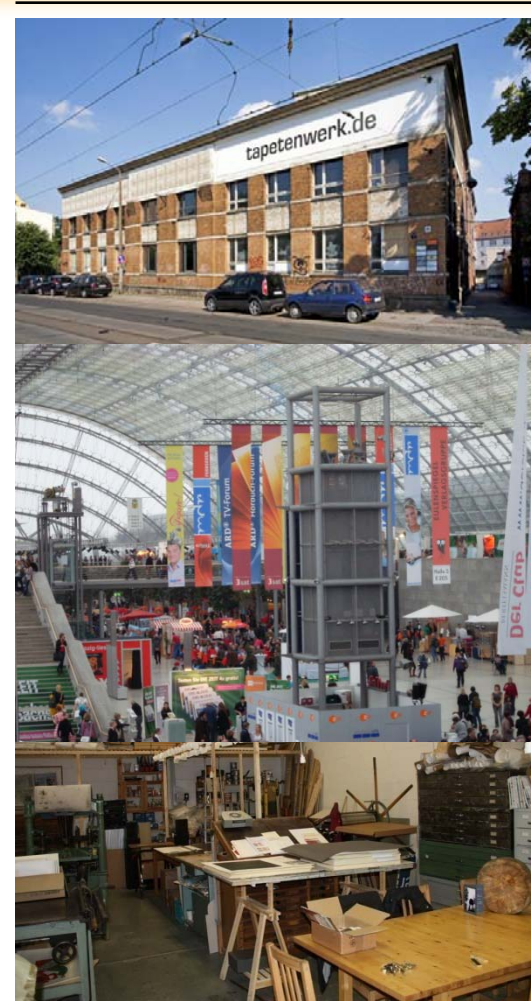
2005

2007

2010

2011 + x

2011 + x + x



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:

www.leipzig.de

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die Autorengemeinschaft:

Prof. Dr. Günter Bentele, Dr. Tobias Liebert, Ronny Fechner, M.A., und Claudius Nießen



Zusätzliche Anmerkungen zur Methodik (Sekundärstatistik und Befragung)

Methoden: Sekundärstatistik

- **Vermessung des Clusters anhand der Kennziffern** „Zahl der Unternehmen“, „Zahl der sv-pflichtig Beschäftigten“ und „Höhe der Umsätze“ (in Tausend Euro).
- **Datenbasis für Unternehmen:** Unternehmensregister, Registerzeitscheibe 30.09.2009 auf Basis der verarbeiteten Verwaltungsdaten zum Berichtsjahr 2007; nach Systematik WZ 2008
- **Datenbasis für sv-pflichtig Beschäftigte:** Beschäftigtenstatistik, beruhend auf Daten der Agentur für Arbeit, mit Stand 2009; Beschäftigte am Arbeitsort; nach Systematik WZ 2008
- **Datenbasis für Umsätze:** Umsatzsteuerstatistik, steuerpflichtige Umsätze, Stand 2007; nach Systematik WZ 2003

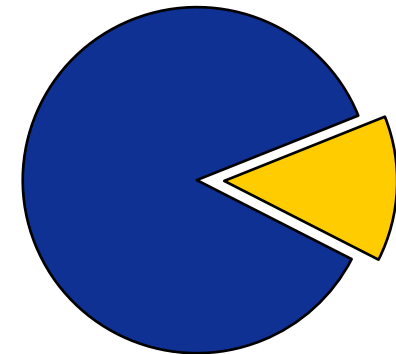
Methoden: Sekundärstatistik

- **Wichtig:** Die amtliche Statistik bildet nicht das gesamte Branchenvolumen ab (Erfassungsgrenzen etc.)!
- **Zulieferung der Daten durch Statistisches Landesamt:** Auf örtlich-regionaler Ebene sind an einigen Stellen Daten aus Anonymitätsgründen geheim. Hier musste also in der Studie mit Schätzungen bzw. Mittelwerten oder dergleichen gearbeitet werden. Der Übergang zwischen den Methoden „harte Statistik“ (Sekundäranalyse) und „Befragungs- und Hochrechnungsstudie“ ist also z.T. gewissermaßen fließend.
- **Geografischer Bezugsraum:** Stadt Leipzig sowie die zwei Umlandkreise Leipzig und Nordsachsen

Methode: Befragungsstudie

- **Befragungsform:** postalische und Online-Befragung mit telefonischer Nachfassung auf Basis eines quantitativ-standardisierten Fragebogens
- **Befragungszeitraum:** 1. Januar bis 1. April 2011
- **geografischer Befragungsraum:** Stadt Leipzig und Umkreis von 10 km
- **Adressenmaterial:** Medien-Handbuch-Datensätze (Amt für Wirtschaftsförderung), Gewerbeamt-Datensätze (Gewerbeamt der Stadt Leipzig) Telefonnummernverzeichnisse, Internetrecherche (Institut für Marktforschung)

erfolgreiche Interviews	815	13,6%
Ausfälle	5.196	86,4%
Netto-Versand	6.011	100,0%



Zusätzliche Auswertungen auf Teilmarkt-Ebene

(dabei handelt es sich um differenziertere Auswertungen unterhalb der Ebene der Subbranchen und nur auf Basis der Sekundärstatistik,

Teilmärkte sind typische Auswertungseinheiten der so gen. „Kulturwirtschaftsberichte“, die Teilmarkt-Gliederung des sächsischen Kulturwirtschaftsberichtes von 2008 wurde für Leipzig aktuell aber erweitert – siehe Folien 5 und 6)

Top-Ten der Teilmärkte in Stadt Leipzig und den zwei Umlandkreisen

(nur Sekundärstatistik)

Zahl der Unternehmen		Sv-pflichtig Beschäftigte		Steuerpflichtige Umsätze	
Rang	Teilmarkt	Rang	Teilmarkt	Rang	Teilmarkt
1.	Designwirtschaft*	1.	IT / TK: Hardware	1.	Software / Games
2.	Software / Games	2.	Software / Games	2.	Pressemarkt
3.	Architekturmarkt	3.	Rundfunkwirtschaft	3.	Designwirtschaft*
4.	Kunstmarkt	4.	E-Commerce, Call Center	4.	Druckgewerbe
5.	IT / TK: Hardware	5.	Designwirtschaft*	5.	IT / TK: Hardware
6.	Sonstige Dienstleistungen	6.	Druckgewerbe	6.	Rundfunkwirtschaft
7.	Musikwirtschaft	7.	Darstellende Künste	7.	Filmwirtschaft
8.	Pressemarkt	8.	Pressemarkt	8.	Handel mit medial-kultur. Gütern bzw. Geräten
9.	Handel mit medial-kultur. Gütern bzw. Geräten	9.	Filmwirtschaft	9.	Sonstige Dienstleistungen
10.	Kunsthandwerk	10.	Handel mit medial-kultur. Gütern bzw. Geräten	10.	Werbemarkt**

Top-Ten der Teilmärkte in Stadt Leipzig und den zwei Umlandkreisen (nur Sekundärstatistik)

Von den Beschäftigten und Umsätzen her (laut amtlicher Statistik) wird das Cluster Medien- und Kreativwirtschaft in **Leipzig und seinen zwei Umlandkreisen** also **vor allem geprägt durch**

- **IT / TK (Hard- und Software, Internet)**
- **Rundfunk und Film**
- **E-Commerce und Call Center (Beschäftigte)**
- **Designwirtschaft (/Werbung)**
- **Druckgewerbe / Pressemarkt**

Unter den künstlerisch-kulturellen Teilmärkten im engeren Sinne hat vor allem der Markt für darstellende Künste Bedeutung. Zu beachten ist aber, dass in der Umsatzhitliste die öffentlichen Kulturhaushalte unberücksichtigt bleiben.

Relativierung der Ergebnisse auf Teilmarkt-Ebene: Unsere Hochrechnung nach Subbranchen (siehe weiter vorn) weist darauf hin, dass der Kultur- und Kunstbereich eine größere Bedeutung hat, als in der Auswertung nach Teilmärkten hier zum Ausdruck kommt. Ebenso ist an das Potenzial der Subbranche Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen zu erinnern.

Anteile Leipzigs (Stadt und zwei Umlandkreise) an Sachsen

(Interessante Detailbefunde zu ausgewählten Teilmärkten aus der Statistik)

Ausgewählte Details aus:

Subbranchen

Teilmärkte

Informations- und Kommunikationstechnologie	IT/TK: Hardware
	Software / Games Industries

Zeitungen und Zeitschriften, Druck- und Verlags-gewerbe	Druckgewerbe
	Buchmarkt
	Pressemarkt

WZ-Eintrag (kleinste Erhebungseinheit der amtlichen Statistik nach WZ 2008)	Betriebe (2008)	Sv-Pflichtige (2009)
Betrieb von Datenverarbeitungseinrichtungen für Dritte	(28,3%)	59,3%
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	(30,2%)	80,1%
Erbringung von sonst. Dienstl. der Informationstechnologie (62.09)	(25,0%)	48,9%
Diverse Einträge im Bereich Telekommunikation (61.1, 61.2, 61.9)	(23-39%)	43-46%
Verlegen von Büchern	52,6%	84,0%
Korrespondenz- u. Nachrichtenbüros	47,6%	86,7%

Anteile Leipzigs (Stadt und zwei Umlandkreise) an Sachsen

(Interessante Detailbefunde zu ausgewählten Teilmärkten aus der Statistik)

Ausgewählte Details aus:

Subbranchen

Teilmärkte bzw. dezentrale
Auswertungseinheiten

Subbranchen	Teilmärkte bzw. dezentrale Auswertungseinheiten
Rundfunk und Film	AV-Mediengeräte bzw. -träger
	Rundfunkwirtschaft
	Filmwirtschaft

Subbranchen	Teilmärkte bzw. dezentrale Auswertungseinheiten
Künste und Musik	Geräte & Einrichtungen zur Kunst- und Kulturausübung
	Markt für darstellende Künste
	Kunstmarkt
	Kunsthandwerk
	Musikwirtschaft

WZ-Eintrag (kleinste Erhebungseinheit der amtlichen Statistik nach WZ 2008)	Betriebe (2008)	Sv-Pflichtige (2009)
Rundfunkveranstalter (bei Betrieben ohne öffentl.-rechtl.)	(28,2%)	88,1%
Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen	58,2%	86,0%
Nachbearbeitung, sonst. Filmtechnik	56,9%	96,9%
Filmverleih und -vertrieb	50,0%	93,8%
Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks	(14,3%)	41,1%
Vergnügungs- und Themenparks	(36,2%)	53,2%
Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	(27,4%)	52,9%
Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien	47,5%	50,8%

Anteile Leipzigs (Stadt und zwei Umlandkreise) an Sachsen

(Interessante Detailbefunde zu ausgewählten Teilmärkten aus der Statistik)

Ausgewählte Details aus:

Subbranchen

Teilmärkte bzw. dezentrale
Auswertungseinheiten

Werbung/Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Messe- und Ausstellungswesen

Foto-Mediengeräte bzw. -träger

PR/Marketing

Werbemarkt

Designwirtschaft

Architekturmarkt

Architekturmarkt

WZ-Eintrag (kleinste Erhebungseinheit der amtlichen Statistik nach WZ 2008)	Betriebe (2008)	Sv-Pflichtige (2009)
Public-Relations-Beratung	50,8%	(17,9%)
Markt- und Meinungsforschung	50,8%	84,2%
Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen	(30,4%)	71,9%
Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter	(28,0%)	62,0%
Architekturmarkt	(26,9%)	(24,0%)

Anteile Leipzigs (Stadt und zwei Umlandkreise) an Sachsen (Interessante Detailbefunde zu ausgewählten Teilmärkten aus der Statistik)

Ausgewählte Details aus:

Subbranche	dezentrale Auswertungseinheiten
Weitere Medien- und kulturelle Dienstleistungen	explizit keine „Teilmärkte“
	Handelsvermittlung & Großhandel von medialen und kulturellen Gütern bzw. Geräten
	E-Commerce und Call Center
	Unterstützende Dienstleistungen (Büroservice, Übersetzungen etc.) sowie Sonstige informierende und beratende Tätigkeiten (Agenten, Berater etc.)*
	Schulung, Ausbildung*, Wissenschaft*, Verwaltung / Interessen- und Förderverbände*

* mit kommunikations- bzw. medienwirtschaftlichem oder kultur- bzw. kreativwirtschaftlichem Bezug

WZ-Eintrag (kleinste Erhebungseinheit der amtlichen Statistik nach WZ 2008)	Betriebe (2008)	Sv-Pflichtige (2009)
Großhandel mit Uhren und Schmuck*	(38,5%)	85,7%
Großhandel mit sonstigen Büromaschinen und -einrichtungen*	(33,3%)	54,5%
Versand- und Internet-Einzelhandel einschl. Internet-Auktionen etc.*	(24,5%)	60,7%

*Jeweils nur anteilig.

Vergleiche des Clusters Medien- und Kreativwirtschaft 2010 zur Gesamtwirtschaft

Vergleiche zu den Unternehmen der Medien- und Kreativwirtschaft

- Ausgehend von der geschätzten Zahl der Unternehmen bzw. Institutionen (4.400 in Leipzig plus 10 km) ergibt sich ein **Anteil an der Gesamtwirtschaft** von 7,3% (bezogen auf 60.490 IHK- u. HK-Mitgliedsfirmen).
- In der Stadt ist der Anteil aber noch deutlich höher als unter Einschluss des Umkreises. **Auf Basis** der amtl. Statistik (**Unternehmensregister**) beträgt der Cluster-Anteil an der Gesamtwirtschaft **in der Stadt** sogar 16,5%.
- Also: Bezogen auf die Zahl der Unternehmen bewegt sich der **Anteil des Clusters an der lokalen Gesamtwirtschaft** zwischen ca. 8 Prozent in den ländlichen Randzonen bzw. auf Basis der Schätzung und ca. 16 Prozent im urbanen Zentralort bzw. auf Basis der Statistik.

Vergleiche zu den Mitarbeitern in der Medien- und Kreativwirtschaft

- Ausgehend von allen Mitarbeitern (festen und freien nach Hochrechnung in Leipzig plus 10 km) ergibt sich ein **Anteil an der Gesamtwirtschaft** von 11,6% (bezogen auf 385.111 Erwerbstätige, gesamtwirtschaftliche Beschäftigtenzahlen liegen nur zeitversetzt vor).

Vergleiche zu Umsätzen der Medien- und Kreativwirtschaft

- Unter Berücksichtigung methodenbedingter Probleme bei der Umsatzerfassung und -berechnung wurde weiter vorn gesagt: Der **medien- und kreativwirtschaftliche Gesamtumsatz** der in Leipzig plus 10 km vertretenen Cluster-Firmen bzw. -Organisationen bewegt sich **zwischen 3 und 4 Mrd. Euro**.
- Ausgehend von diesem als realistisch eingeschätzten Umsatz ergibt sich ein **Anteil an der Gesamtwirtschaft** zwischen 10,1% und 13,5% (bezogen auf 29,65 Mrd. Euro, gesamtwirtschaftliche Umsätze liegen jedoch nur oberhalb steuerlicher Mindest-Erfassungsgrenzen u. zeitversetzt vor).

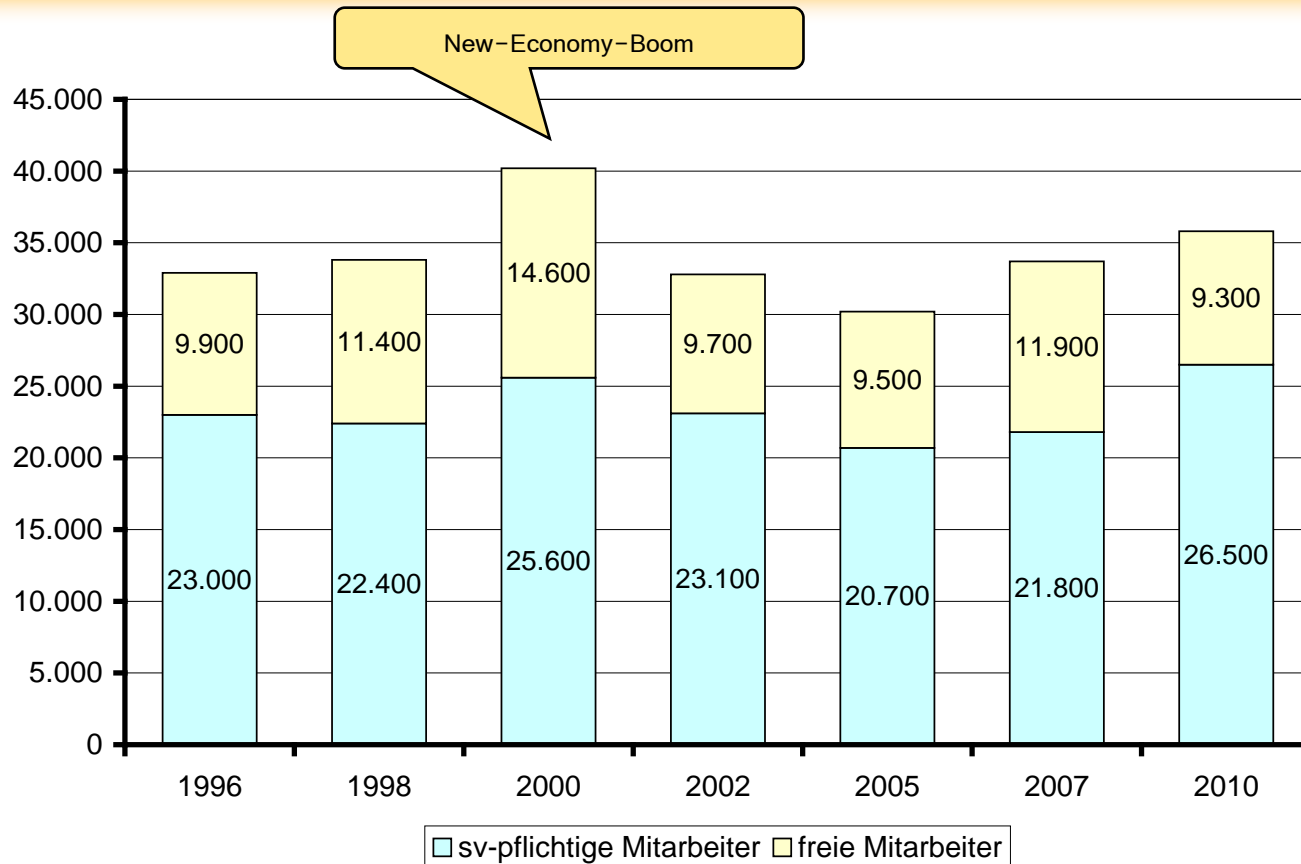
Ausgewählte Vergleiche zu früheren Studien
(aufgrund des neuen Clusterzuschnitts sind solche nur begrenzt möglich)

Vergleiche zu den Unternehmen der Medien- und Kreativwirtschaft

- Zum **Längsschnitt-Vergleich: nur Medienwirtschaft** 2007: 2.100 (in Leipzig plus 10 km). Dass die Zahl der Unternehmen nun nach Ausweitung des Clusters deutlich steigt, war zu erwarten. Da ebenso der Einfluss neu herangezogener Datenquellen wahrscheinlich ist, kann die auch nur für die Medienwirtschaft vorhandene Steigerung erst nach einer nächsten Studie verlässlicher quantifiziert werden.
- Zum **Längsschnitt-Vergleich: nur Kreativwirtschaft**. Angepasst an die Systematik des sächsischen Kulturwirtschaftsberichtes 2008 stieg die Zahl der kultur- u. kreativwirtschaftl. Betriebe in der Stadt Leipzig auf Basis der zeitverzögerten amtlichen Statistik um ein knappes Drittel.

- Zum **Längsschnitt-Vergleich: nur Medienwirtschaft 2007: 33.700** (in Leipzig plus 10 km). Wird die Mitarbeiterzahl von 2010 auf den damaligen Branchenzuschnitt angepasst (35.800), ergibt sich eine Steigerung um 6,2%. (Siehe dazu auch nächste Folie.)

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen (nur Medienwirtschaft)



Auf Basis unserer jeweiligen Hochrechnungen.

Achtung: Die Zahlen für 2010 unterscheiden sich von den weiter vorn dargestellten Cluster-Zahlen, weil sie an den Branchen-Zuschnitt der früheren Studien (nur Kommunikations- u. Medienwirtschaft, einschl. IT) angepasst wurden.

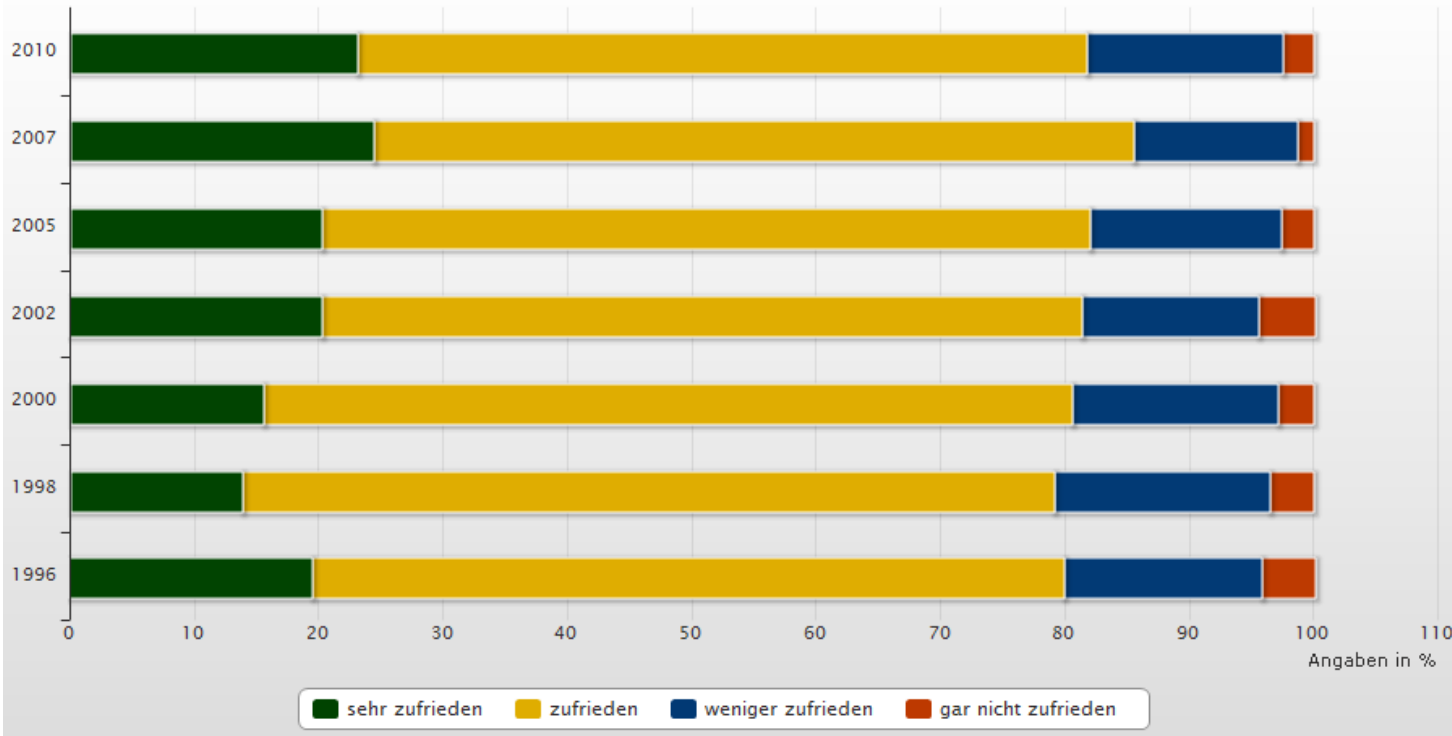
Der Trend rückläufiger sv-pflichtiger Beschäftigungsverhältnisse, welcher nach 2000 einsetzte, wurde gestoppt. In den letzten drei Jahren sind verstärkt feste Stellen entstanden. Freie Auftragsverhältnisse entwickeln sich von Natur aus dynamischer. Insofern wirkt ihr Rückgang im Zeitraum 2007 bis 2010 weniger bedrohlich – auch vor dem Hintergrund eines zunehmenden Vorhandenseins fester Stellen.

Vergleiche zu Umsätzen der Medien- und Kreativwirtschaft

- Zum **Längsschnitt-Vergleich**: nur **Medienwirtschaft** 2007: 2,57 Mrd. Euro (in Leipzig plus 10 km). Seitdem Steigerung, die aber aufgrund der weiter vorn benannten Probleme bei der Umsatzerfassung und -berechnung erst nach einer nächsten Studie verlässlich genug quantifiziert werden kann.

Entwicklung der Zufriedenheit mit dem Standort

Zufriedenheit mit dem Standort Leipzig 1996 bis 2010:



Auf Basis der jeweiligen Befragten.

Achtung: Vergleich nur eingeschränkt möglich. 2010 wurde die Grundgesamtheit neu und breiter definiert. Bis 2007 wurde nur die Kommunikations- und Medienwirtschaft befragt, 2010 zusätzlich auch die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Grafik: Stadt Leipzig

2010 ist zunächst eine leichte Verschlechterung der allgemeinen Zufriedenheit mit dem Standort Leipzig zu konstatieren. Unter Verwendung desselben Skalenniveaus ergab sich 2007/08 ein Mittelwert von 1,91 – damals eine Verbesserung gegenüber den Befunden für die Zeiträume 2005/06 (MW: 2,00) und 2002/03 (MW: 2,03). Unter diesem Blickwinkel kann der aktuelle Wert von 1,98 als *stabile Zufriedenheit und minimale Steigerung gegenüber dem Beginn des Jahrtausends* interpretiert werden. MW auf Basis einer Vierer-Skala von 1 = sehr gut bis 4 = schlecht.