



PRESSEMITTEILUNG mit Bitte um Veröffentlichung

13. Juni 2018

Designwirtschaft als Treiber für innovative Wachstumsfelder im digitalen Wandel

Das Kompetenzzentrum der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung legt zwei neue Dossiers vor, die am Beispiel der Designwirtschaft die wachsende Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Innovationspartner für andere Branchen und den Arbeitsmarkt aufzeigen.

Der renommierte Kulturwirtschafts-Statistiker Michael Söndermann hat in seinen aktuell vorliegenden Dossiers zur Veränderung des Arbeitsmarktes und zu den Spillover-Effekten der Kultur- und Kreativwirtschaft eine erste Berechnung der direkten und indirekten Designleistungen der Jahre 2012/13 vorgenommen und auf durchschnittlich 60,5 Milliarden Euro geschätzt. Das entspricht einem Anteil am gesamten volkswirtschaftlichen Umsatz (gemäß Unternehmensregister) von einem Prozent. Dadurch wird die Auswirkung der Designwirtschaft als Teil des Sektors Kultur- und Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftsbereiche deutlich.

Der **Parlamentarische Staatssekretär** beim Bundeswirtschaftsminister, **Christian Hirte**, betont die Bedeutung der Branche: „Die Dossiers zeigen am Beispiel der Designwirtschaft, wieviel Wertschöpfung die Kultur- und Kreativwirtschaft jenseits der eigenen Branchengrenzen schafft und wie dynamisch der kreative Wandel sowohl auf dem Arbeitsmarkt als auch in anderen Branchen und Sektoren voranschreitet. Wir haben bereits im Koalitionsvertrag die wachsende Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft hervorgehoben. Gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum erarbeitet das Wirtschaftsministerium ein Arbeitsprogramm, um die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in anderen Sektoren noch besser nutzbar zu machen.“

Übertragbarkeit des Beispiels der Designwirtschaft

Auch der **Vorsitzende der Allianz Deutscher Designer (AGD)**, **Torsten Meyer-Bogya**, betont die wesentliche Bedeutung der aktuellen Dossiers: „Als größter Berufsverband für selbstständige Designer beobachten wir eine starke Veränderung der Berufsbilder in den verschiedenen Designsparten. Die im Dossier des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes vorgestellten Entwicklungen unterstreichen, dass wir noch viel stärker als in der Vergangenheit den Dialog mit anderen Verbänden suchen wollen. Das Kompetenzzentrum ist mit seiner Expertise und seiner Zielsetzung eine gute Plattform und ein idealer Partner auf diesem Weg.“



Sowohl die Arbeitsmarkt- als auch die Spillover-Effekte verdeutlichen die Veränderungen und das Wachstum der Industrie mit und durch Design. Die Dossiers zeigen dabei zwei signifikante Trends auf: 1. der Erwerbsformenwandel von den Normalarbeitsverhältnissen zu den atypischen Arbeitsverhältnissen und 2. der zunehmende branchenübergreifende Einsatz von Berufstätigen der Designwirtschaft in anderen Wirtschaftsbranchen.

Stefan Eckstein, Präsident des Verbands Deutscher Industrie Designer (VDID) sieht akuten Handlungsbedarf: „Wir müssen gemeinsam mit der Politik daran arbeiten, dass diese Potenziale stärker als bisher genutzt werden“, betont er.

Kultur- und Kreativwirtschaft als Zukunftsbranche

Für das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes sind die vorliegenden Ergebnisse nur ein Teilaspekt der eigentlichen Entwicklung. „Die Ausführungen anhand der Designwirtschaft zeigen nur einen kleinen Ausschnitt. Wenn man das gesamte Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet, ist der gesamt-wirtschaftliche Beitrag sicher um ein Vielfaches höher als bisher beschrieben und erforscht“, erläutert **Sylvia Hustedt**, die gemeinsam mit Christoph Backes seit über zwei Jahren das **Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes** in Berlin leitet. Als Expertenteam, mit über zehn Jahren Erfahrung im Feld der Kultur- und Kreativwirtschaft, sehen Sylvia Hustedt und Christoph Backes Kultur- und Kreativwirtschaft in einem größeren, internationalen Kontext: „Wir erarbeiten daher gemeinsam mit der Politik, internationalen Forschern, Verbänden und Akteuren eine europäische Kreativwirtschaftsagenda“, sagt Christoph Backes.

Am 30. Oktober veranstaltet das Kompetenzzentrum in Berlin einen ersten Pre-Summit der internationalen Creative Economies, um Eckpunkte für eine Zukunftsagenda zu setzen.

Die Dossiers als Downloads

www.kreativ-bund.de/downloads:

[Spillover der Kultur- und Kreativwirtschaft](#)

[Arbeitsmärkte im Kultur- und Kreativsektor](#)

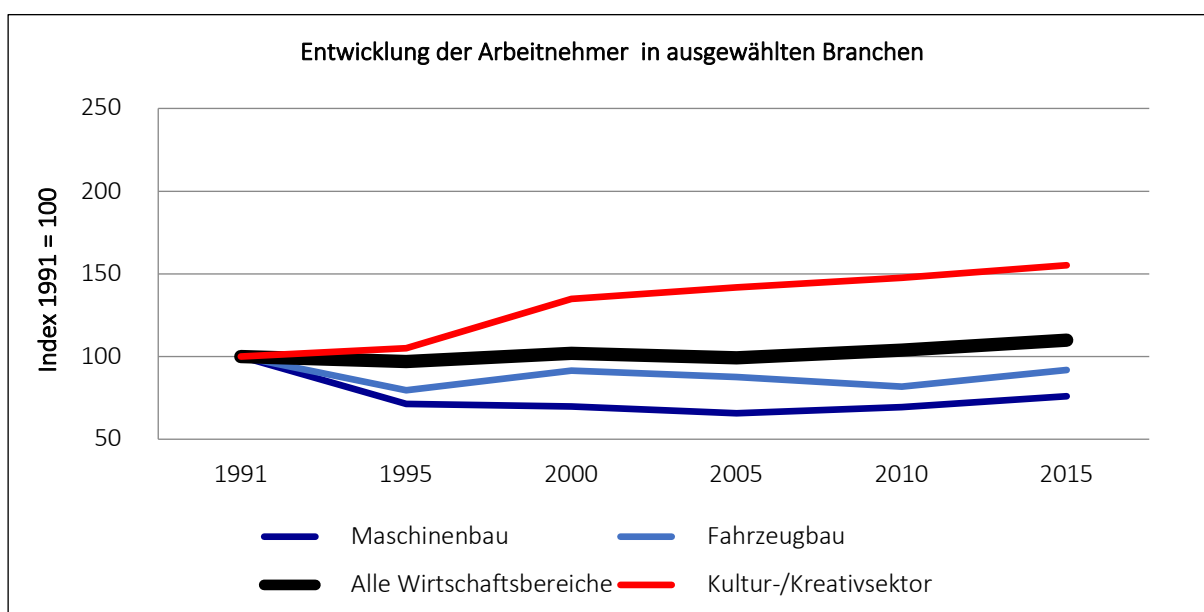
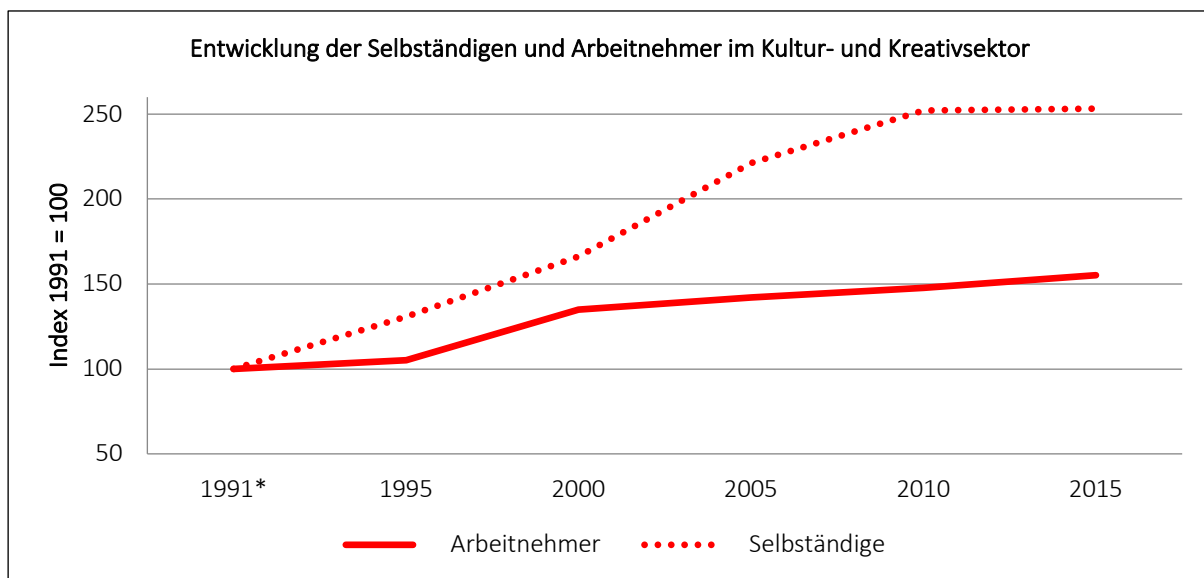
von Michael Söndermann, Kultur Wirtschaft Forschung (KWF), Culture Industries Research



Auszug aus dem Dossier: Spillover Effekte der Kultur- und Kreativwirtschaft

von Michael Söndermann, Kultur Wirtschaft Forschung (KWF), Culture Industries Research

Abb. 1: Langfristige Entwicklung des Kultur- und Kreativsektors im Branchenvergleich 1991–2015





Kreative und Künstler in unterschiedlichsten Branchen

Die Zahl der Erwerbstätigen (Selbständige und abhängig Beschäftigte) und ihre Zuordnung zu bestimmten Berufsgruppen geben einen ersten Aufschluss über die Verteilung von Kreativberufen in unterschiedlichsten Branchen. Dabei weisen aktuelle Trends auf eine kontinuierliche „Umverteilung“ der kreativen Berufe in ganz unterschiedliche Wirtschaftszweige hin.

Als **Designer und Mediengestalter** (Berufsgruppe Nr. 232)¹ arbeiten inzwischen rund 200.000 Erwerbstätige innerhalb und außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wissensintensive Dienstleistungen machen dabei rund 48% (= 95.000) aus, 24% (48.000) sind in den Informations- und Kommunikationsbranchen aktiv, 18% (35.000) im Verarbeitenden Gewerbe.

Knapp 120.000 dieser Beschäftigten lassen sich auch über die Beschäftigtenstatistik nachweisen. Dort werden der Berufsgruppe BG 232 rund 17.000 *neue* Arbeitsplätze in den verschiedensten Branchen zugeschrieben. Das bedeutet für den Untersuchungszeitraum (2013–2016) einen Zuwachs von 17%. Starken Anteil daran hat der Handel, der teilweise ein Plus von 50% verzeichnet. Zugleich werden auch Veränderungen innerhalb der Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar.

Während Printverlage rund 300 Designer verlieren, wächst die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig entlohnten Designer bei den Software-/Games-Verlagen um die gleiche Zahl. Ähnliches zeigt sich bei den Segmenten Filmproduktion und Fernsehen. Den größten Zuwachs bei den BG 232-Berufen schafft die Informations- und Kommunikationsindustrie – dort haben rund 3.000 Designer/Mediengestalter einen neuen Arbeitsplatz gefunden. Auch im Werbemarkt ist eine entsprechende Zunahme der Stellen zu verzeichnen. Die Zahl der BG 232-Beschäftigten ist bei den Designbüros um rund 1.000 gestiegen.

Bei den **Software-/Gamesentwicklern** (Berufsgruppe Nr. 434) arbeiten inzwischen 20% der rund 230.000 Entwickler im Verarbeitenden Gewerbe.

Die rund 650.000 **Werbeprofis, Redakteure und Journalisten** (Berufshauptgruppe Nr. 92) verteilen sich auf alle relevanten Sektoren der Wirtschaft – 190.000 sind im eigenen Werbemarkt/in unternehmensnahen Dienstleistungen tätig, 180.000 in der IK-Industrie, 95.000 im Verarbeitenden Gewerbe, rund 70.000 im Handel und Gastgewerbe.

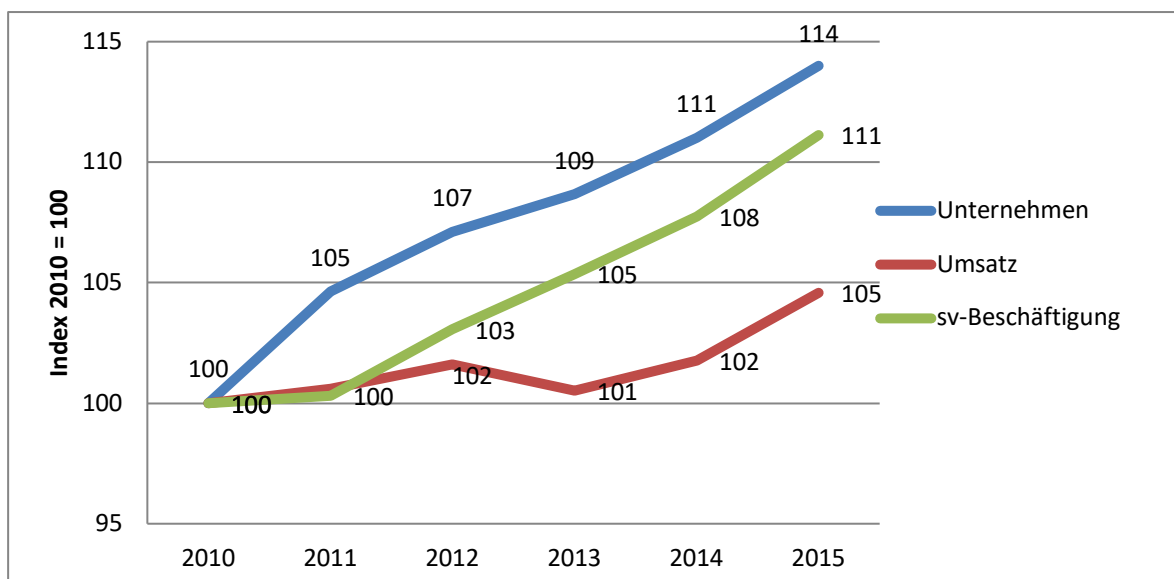
Die Gruppe der **Produktdesigner, Innenarchitekten und Kunsthandwerker** (Berufshauptgruppe Nr. 93) umfasst rund 173.000 Erwerbstätige. Davon sind rund 44.000 in der Verarbeitenden Industrie, 42.000 bei öffentlichen und privaten Dienstleistern, 31.000 in wissensintensiven Dienstleistungen, 26.000 in Handel sowie Gastgewerbe und rund 25.000 im Baugewerbe tätig.

Selbst die **darstellenden Künstler und Bühnentechniker** (Berufshauptgruppe Nr. 94) finden ihre Arbeitsplätze immer mehr außerhalb der traditionellen Strukturen. Von

¹ Die Erfassung sämtlicher Berufe der deutschen Volkswirtschaft erfolgt auf der Basis der „Klassifikation der Berufe“, die zum Jahr 2010 in der aktuellen Fassung KldB-2010 eingeführt wurde. Systematisch wurden die Berufe nach Berufsbereiche (1-Steller), Berufshauptgruppen (2-Steller), Berufsgruppen (3-Steller), Berufsuntergruppen (4-Steller) und Berufsgattungen (5-Steller). Für die Kreativen und Künstler wurde eine Auswahl aus den Berufsgruppen (BG) und Berufshauptgruppen (BHG) vorgenommen.

hier rund 247.000 Erwerbstätigen arbeiten bereits 5 Prozent oder 12.000 in der Industrie.

Abb. 2: Entwicklung der Designwirtschaft in Deutschland, 2010–2015



Hinweis: Kernbereich der Designwirtschaft mit den Designbüros (ab 17.500 Euro Jahresumsatz) und ihren Umsätzen und den sozialversicherungspflichtigen (sv-) Beschäftigten

Quelle: Destatis 2017, Bundesagentur für Arbeit 2016, eigene Berechnungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung

Untersucht man Spillover-Effekte in der Kultur- und Kreativwirtschaft, drängt sich das Thema „Design“ geradezu auf, denn die zahlreichen Schnittstellen der Branche innerhalb und außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft sind unübersehbar. Sie reichen etwa vom Sounddesign (Musikwirtschaft) und Grafikdesign (Verlagsbranche) über das visuelle Design (Kunstmarkt), das Mediendesign (Filmwirtschaft) und die Bühnenbildgestaltung (darstellende Kunst) bis zum Web- und Videodesign in der Software-/Games-Industrie. Designer*innen sind dazu auch in der Automobilindustrie, der Druckindustrie, dem Handel oder der IT-Industrie etc. tätig. Dieser Trend dürfte sich im Zuge der weitergehenden Digitalisierung noch verstärken, wenn Produkte und Dienstleistungen anders als bisher auch „individuell“ für einzelne Kunden designt, geleistet und gefertigt werden können.

Designleistungen können in vielfältiger Weise auch außerhalb der direkt nachweisbaren Designwirtschaft beobachtet werden. Von der Automobilindustrie über die Druck- und die Textilindustrie bis zum Groß-/Einzelhandel und der digitalen Wirtschaft werden Designleistungen genutzt, die zwar für jedermann ersichtlich sind, aber in ökonomischen Kategorien noch nicht erfasst und gemessen werden können. Im Folgenden wird deshalb die Erfassung der Designer*innen über eine statistische Berufsfeldanalyse vorgenommen. Auf der Basis einer Sonderauswertung der Bundesagentur für Arbeit konnten insgesamt 232.000 Designer*innen erfasst werden, die innerhalb und außerhalb der Designwirtschaft in verschiedenen Branchen des Industrie-, Handels- oder Dienstleistungssektors arbeiten. Diese



Gruppe, oftmals auch als Inhouse-Designer*innen bezeichnet, bildet lediglich den harten Kern der sozialversicherungspflichtig tätigen Designer*innen.

Um die Größenordnung der damit verbundenen ökonomischen Effekte zu ermitteln, wurden die Umsätze je sozialversicherungspflichtigem/-r Designer*in in den wichtigsten Wirtschaftsbranchen der Volkswirtschaft ermittelt. Danach ergeben sich für die Gesamtwirtschaft in Deutschland folgende Anhaltswerte:

Insgesamt wurden 222 Wirtschaftsgruppen und Branchen im Jahr 2012 mit einem Gesamtumsatz von rund 5.959 Milliarden Euro identifiziert, die designrelevante Leistungen benötigen.

Davon können rund 42 Milliarden Euro des Umsatzes auf Leistungen von Designberufen bezogen werden. Das entspricht nach konservativer Schätzung etwas mehr als einem halbem Prozent (0,7%) an der wirtschaftlichen Leistung der untersuchten Branchen/Gruppen.

In absoluten Zahlen sind der Großhandel mit 4,5 Milliarden Euro, die Druckindustrie mit 2,9 Milliarden Euro und die Bekleidungsindustrie mit 2,4 Milliarden Euro die größten Umsatzträger von Designleistungen. Unter Einbeziehung der Umsätze der Designwirtschaft selbst mit rund 18,5 Milliarden Euro (Umsatz im Jahr 2012) können die direkten und indirekten Designleistungen insgesamt auf 60,5 Milliarden Euro im Durchschnitt der Jahre 2012/2013 geschätzt werden. Das entspricht einem Anteil am gesamten volkswirtschaftlichen Umsatz (gemäß Unternehmensregister) von einem Prozent.

Noch nicht in die konservative Schätzung einbezogen wurden die verschiedenen weiteren beruflichen und anderen Designleistungen: Zusätzlich werden die Dienste einer mindestens ebenso großen Gruppe von freien Mitarbeiter*innen genutzt, die nicht über Berufs- und Wirtschaftsstatistiken erhoben, sondern nur geschätzt werden können. Weitere Designleistungen werden über international agierende Designfirmen von deutschen Unternehmen, insbesondere Großunternehmen eingekauft, die bislang ebenfalls nicht in den hier ermittelten Schätzwert einbezogen wurden.



Abb. 3: Geschätzte Indirekte Effekte (Spillover-Effekte) durch Designleistungen in Deutschland, 2012 – Mindestangaben

Branchen/Wirtschaftsgruppen	Umsatz der Wirtschaft s- gruppen in Milliarden €	darunter Umsatz durch Designberufe	Anteil der Designberufe* in der Branche in %
Die 10 größten Gruppen mit relevantem Designumsatz			
Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenmotoren	300	1,2	0,4%
Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern	230	4,5	2,0%
Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen)	130	2,2	1,7%
Verwaltung und Führung von Unternehmen und Betrieben	100	1,6	1,6%
Dienstleistungen der Informationstechnologie	90	1,5	1,6%
Einzelhandel mit Haushaltsgeräten, Textilien etc.	65	1,6	2,4%
Verlagsgewerbe	29	2,0	7,1%
Herstellung von Möbeln	21	1,6	7,7%
Herstellung von Druckerzeugnissen	21	2,9	13,8%
Herstellung von Bekleidung (ohne Pelzbekleidung)	8	2,4	28,7%
Summe der 10 Wirtschaftsgruppen	994	21,5	2,2%
Übrige 212 Wirtschaftsgruppen mit Designleistungen	4.966	20,5	0,4%
222 Wirtschaftsgruppen die Designleistungen enthalten	5.959	42,0	0,7%
Zur Information: Direkter Umsatz der Designwirtschaft	-	18,5	-
Alle Wirtschaftsgruppen gemäß Unternehmensregister	6.096	60,5	1,0%

Hinweis: Wirtschaftsgruppen nach Unternehmensregister, Schätzung der Umsätze durch Designberufe bezogen auf den Anteil der Designberufe in der jeweiligen Wirtschaftsgruppe

*Auswahl der Designberufe nach KldB 2010-Berufsgruppen Nr. 233, 282, 931-5, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, keine geringfügig oder kurzfristig Beschäftigte

Quelle: Destatis, Unternehmensregister 2012; Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik 2013; eigene Berechnungen und Schätzungen, Michael Söndermann/Büro für Kulturwirtschaftsforschung



Abschließend sei nochmals auf die wesentlichen Merkmale verwiesen, die die Designer*innen und ihre Branche auszeichnen. Die Designwirtschaft verfügt über zahlreiche Schnittstellen zu anderen Branchen innerhalb und außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Berührungspunkte reichen in viele kreative Branchen hinein. Hinzu kommen Beschäftigungsverhältnisse von Designer*innen in zahlreichen anderen Wirtschaftsbranchen wie der Automobil- und der Druckindustrie, dem Handel oder der IT-Industrie. Den Designer*innen kommt dabei zugute, dass ihnen die Beschäftigung mit und die Integrierung von neuen Technologien erheblich geringere Probleme bereitet als anderen Kultur- und Kreativbranchen. Digitalisierung wird prinzipiell als Vorteil gesehen, da Produkte und Dienstleistungen anders als bisher direkt an den Kunden gebracht werden können. Designer*innen definieren sich zudem immer weniger als Gestalter von haptischen Produkten, sondern vielmehr als Gestalter von Ideen und Konzepten.

Diese Leistungen sind mehrheitlich immaterieller Natur. Deshalb werden sie – gemessen in ökonomischen Kategorien – meist unterschätzt. Um nur einige Wirtschaftsbranchen zu nennen, deren Erträge wesentlich mit Designleistungen verknüpft sind: die Telekomindustrie erzeugt europaweit rund 170 Milliarden Euro an direkter Wertschöpfung. Im europäischen Maschinenbau sind es 201 Milliarden Euro, in der Chemischen Industrie rund 114 Milliarden Euro.² Daran beteiligt sind immer auch Designleistungen, die bislang mit empirischen Instrumenten nur unzulänglich erfasst werden können.

² Alle Wertschöpfungsangaben nach Eurostat 2017, SBS 2015.