

MEDIENINDEX BERLIN-BRANDENBURG

Die Entwicklung der audiovisuellen Medienwirtschaft seit 2004

Eine Untersuchung im Auftrag des Medienboard Berlin-Brandenburg

medienboard
Berlin-Brandenburg GmbH

INHALT

1. EINLEITUNG	3
2. ZUR METHODE	4
3. ERGEBNISSE	5
3.1 DIE MÄRKTE IM ÜBERBLICK	5
3.2 FILM UND TV	8
3.3 WEB UND MOBILE	9
3.4 GAMES	11
4. FAZIT	13

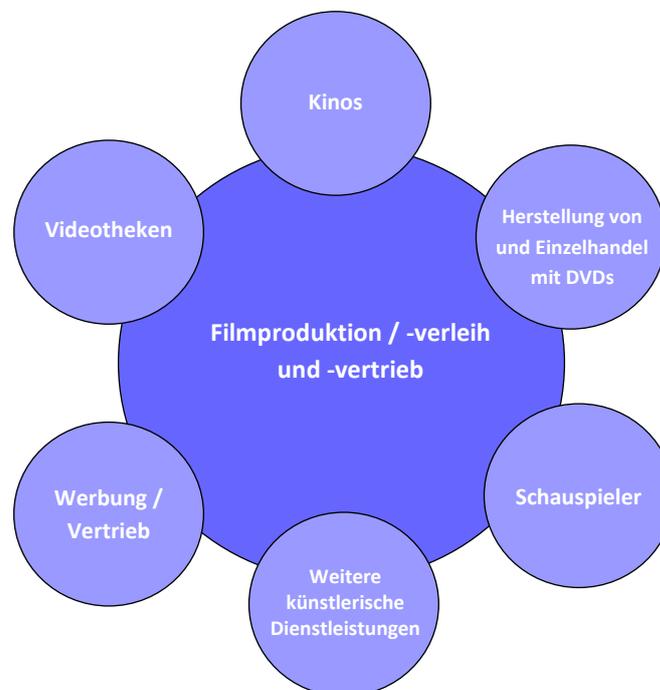
1. Einleitung

Film und Fernsehen sowie die neuen digitalen Bereiche audiovisueller Produktion sind heute ein Markenzeichen für die Region Berlin-Brandenburg, einem der wichtigsten Medienstandorte Deutschlands. Gezielte Förderung und Unterstützung sowie Branchenvernetzung und Maßnahmen zur Standortentwicklung haben seit 2004 ihren Beitrag zur Entwicklung dieser Branchen geleistet. Nun, zum zehnjährigen Bestehen des Medienboards Berlin-Brandenburg, ist es Zeit, Bilanz zu ziehen. Wie haben sich die Branchen audiovisueller Medien seit der Neuausrichtung der Förderinstitution entwickelt? Welche Erlöse wurden erzielt, welche Rolle spielen die Märkte für die Erwerbstätigkeit in Berlin und Brandenburg?

Um hiervon einen Eindruck zu bekommen, wurden Zahlen der Umsatzsteuerstatistik sowie der Arbeitsagentur Berlin-Brandenburg ausgewertet und aufbereitet, und es zeigt sich: Die audiovisuellen Medien sind im Aufwind. Die vorliegende Sekundäruntersuchung nimmt die klassischen Branchen Film und Fernsehen in den Blick und untersucht darüber hinaus die Wachstumsbranchen Games sowie den Wirtschaftszweig rund um mobile Inhalte und Internet-Wirtschaft.

2. Zur Methode

Zu diesem Zweck wurden Umsatz, Unternehmenszahl und Beschäftigung der untersuchten Branchen auf der Basis amtlicher Statistiken ermittelt. Zugrunde gelegt wurden die Unternehmenssteuerstatistik des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg sowie die Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit. Über Sekundäranalysen wurden zuvor die zu untersuchenden Branchen Film, TV, Web, Mobile und Games eingegrenzt. Für die Branchen Web, Mobile und Games wurde diese Einteilung erstmalig vorgenommen, sodass es nunmehr möglich ist, diese fünf Bereiche audiovisueller Inhalteproduktion gesondert zu betrachten. Dabei deckt die Grundgesamtheit der Erhebung die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion über Zulieferungen und Dienstleistungen bis zu Vermarktung und Vertrieb ab. So beinhaltet bspw. das Branchensegment Film folgende Bereiche:



Wirtschaftszweige, die einen geringeren Wertschöpfungsanteil an den Produkten der relevanten Branchen haben, sind in den Berechnungen nur anteilig enthalten.

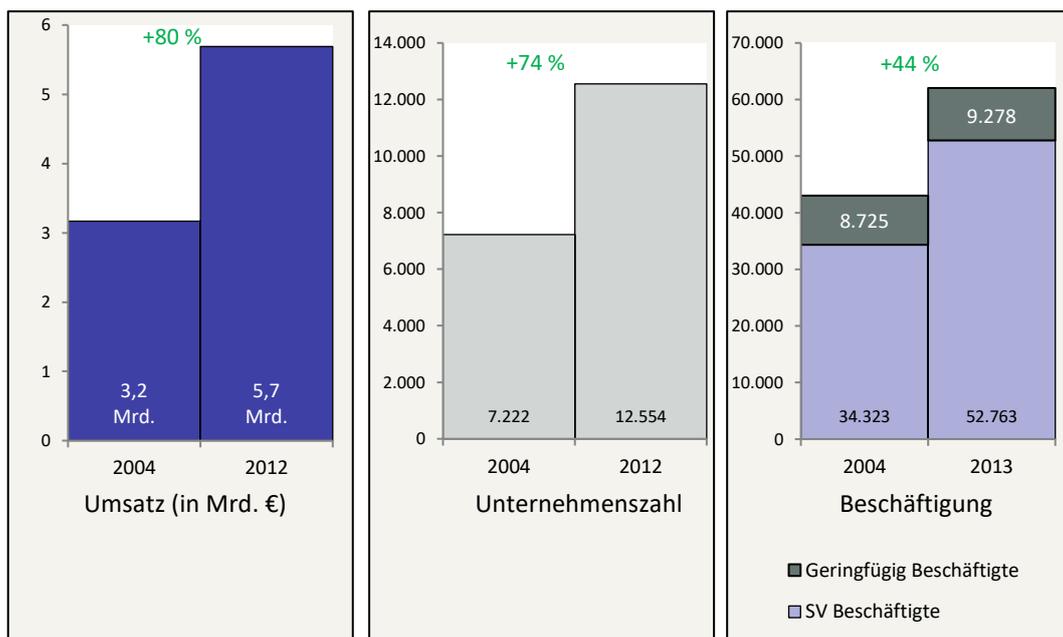
Da öffentlich zugängliche Zahlen aus Gründen des Datenschutzes lückenhaft sind, wurden Sonderauswertungen bei den zuständigen Ämtern in Auftrag gegeben, bei denen die relevanten Wirtschaftszweige in branchenaggregierter Form ausgegeben werden. Dadurch können auch die aus Datenschutzgründen nicht detailliert veröffentlichten Wirtschaftszweige berücksichtigt werden, so dass die hier vorgestellten Zahlen lückenlos und vollständig sind. Im letzten Schritt der Untersuchung wurden die Resultate der amtlichen Zählungen nochmals über Fachliteratur validiert.

3. Ergebnisse

3.1 Die Märkte im Überblick

Zusammengenommen hat der Wirtschaftsbereich der audiovisuellen Medien (Film, TV, Web, Mobile, Games) ein Volumen von ca. 5,7 Mrd. Euro und damit einen Anteil von 2,3 Prozent an der Wirtschaftsleistung in Berlin-Brandenburg. Seit 2004 sind die Umsätze¹ in diesen Branchen um 80 Prozent gewachsen, die Zahl der Unternehmen stieg ebenfalls um 74 Prozent auf nun 12.554 aktive Betriebe in der Metropolregion an. Damit sind rund 5,4 Prozent aller in Berlin-Brandenburg ansässigen Unternehmen in der Bewegtbildwirtschaft tätig. Mit der Zahl der Unternehmen stieg auch die Beschäftigung, und zwar insgesamt auf gut 62.000 Erwerbstätige im Jahr 2013. Prozentual fällt die Steigerung der Beschäftigung (+44 %) hinter der Entwicklung der Unternehmenszahl zurück, was sich jedoch durch eine Vielzahl von Neugründungen erklären lässt, die üblicherweise mit einer zunächst kleineren Personaldecke starten.

Abbildung 1: Der Markt der Bewegtbildwirtschaft im Überblick (Film, TV, Web, Mobile, Games)

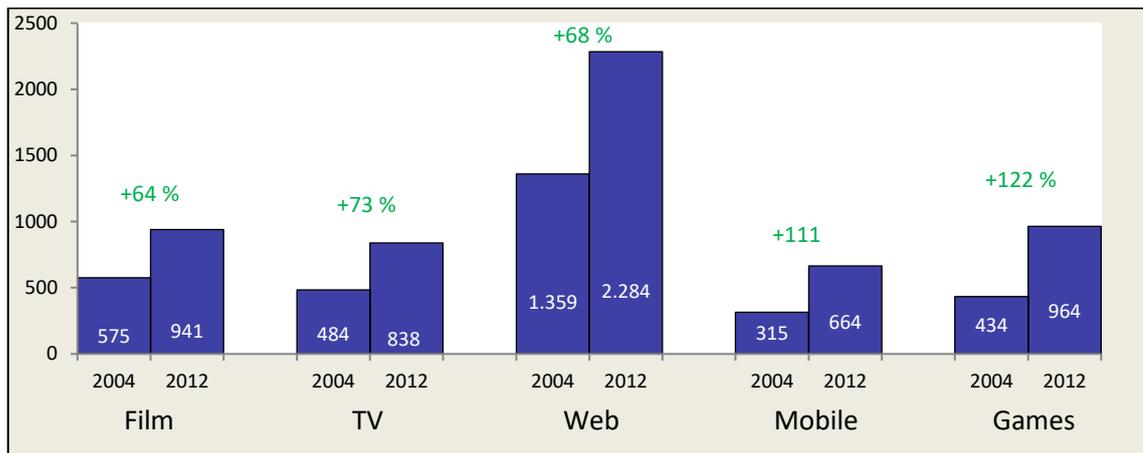


Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2012 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004 – 2013 für Berlin- Brandenburg

¹ Die Umsatzsteuerstatistiken erfassen Unternehmen, deren jährlicher Umsatz aus Lieferungen und Leistungen mindestens 17.500 Euro beträgt.

Die Übersicht der einzelnen Branchen verdeutlicht nochmals die bemerkenswerte Entwicklung der Wirtschaft audiovisueller Medien. So stiegen die Umsätze am Standort Berlin-Brandenburg in der Filmbranche seit 2004 um 64 Prozent, in der Web-Branche um 68 Prozent, im TV-Markt um 73 Prozent, in der noch relativ kleinen Mobile-Branche um 111 Prozent und in der Games-Wirtschaft sogar um 122 Prozent.

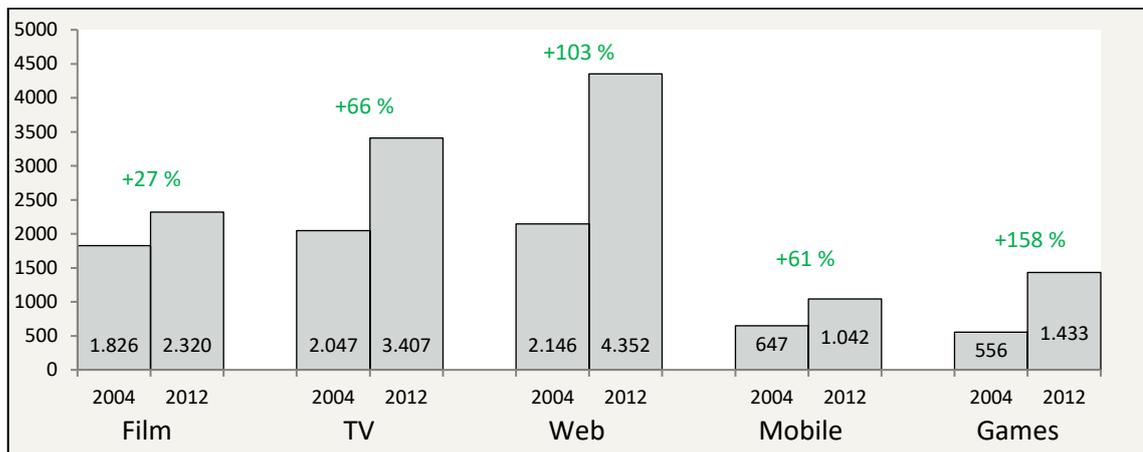
Abbildung 2: Umsatz Berlin-Brandenburg (in Mio. €)



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2012 für Berlin-Brandenburg

Entsprechend ist auch die Zahl der Unternehmen in der Hauptstadtregion stark angestiegen, hat sich im Web-Bereich in etwa verdoppelt und in der Games-Branche sogar mehr als verdoppelt.

Abbildung 3: Unternehmenszahlen Berlin-Brandenburg

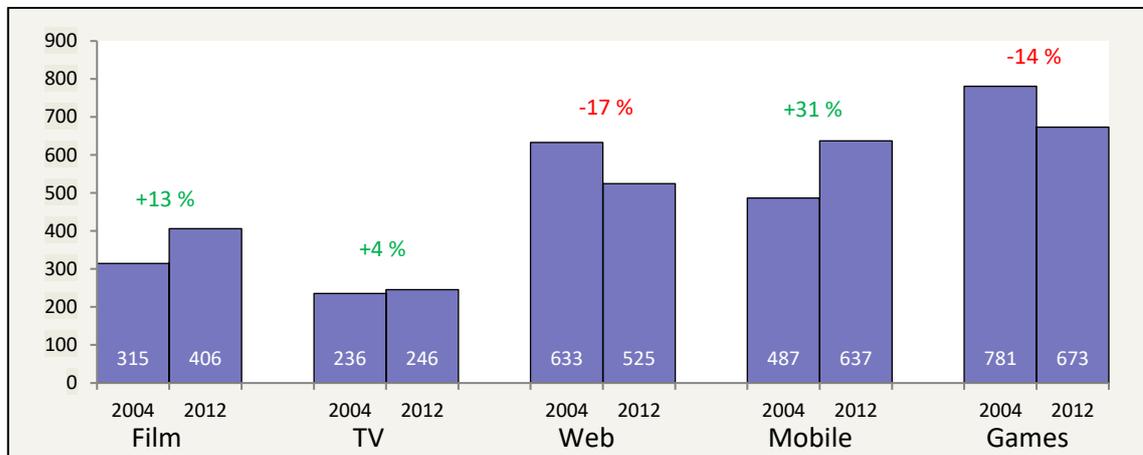


Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2012 für Berlin-Brandenburg

Aber nicht nur der Umsatz und die Zahl der Unternehmen haben sich gut entwickelt, auch wirtschafteten die Unternehmen 2012 durchgehend besser als noch 2004 und erzielten einen durchschnittlichen Jahresumsatz von 453.000 Euro (438.000 Euro in 2004). Rückläufig sind die Zahlen in den Branchen Web und Games. Dies liegt jedoch vor allem an der boomenden Startup-Szene: In der Region Berlin-Brandenburg entstehen ständig neue und innovative Unternehmen, die in ihrer Anfangsphase noch geringe

Umsätze verbuchen, aber oft großes Entwicklungspotenzial für die digitale Wirtschaft bergen.

Abbildung 4: Umsatz pro Unternehmen (in Tsd. €)

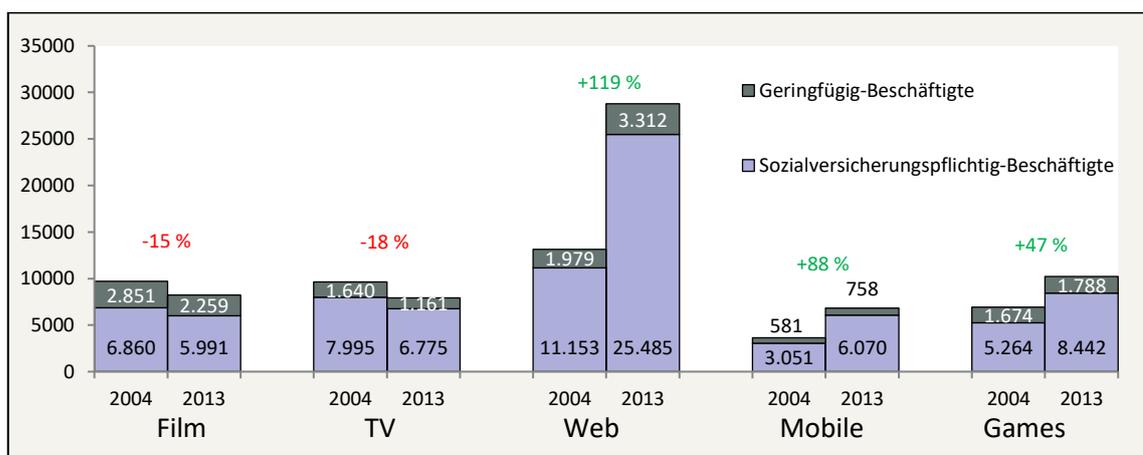


Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2012 für Berlin-Brandenburg

In den technologienahen digitalen Branchen Web, Mobile und Games beobachten wir seit 2004 ein solides und kontinuierliches Beschäftigungswachstum, allen voran in der stationären (also der auf PC oder Mac ausgerichteten) Internetwirtschaft. In den klassischen Bewegtbildbranchen Film und TV hat die in der Wirtschaftskrise geschrumpfte Beschäftigung noch nicht wieder das Niveau von 2004 erreicht.

Dagegen zeigt die Beschäftigungsstruktur in den digitalen und internetbasierten Märkten eine leichte Tendenz zu mehr sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung. Hier wuchsen seit 2004 zwar auch die Zahlen geringfügig Beschäftigter, sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse haben aber prozentual deutlich stärker zugelegt.

Abbildung 5: Beschäftigte nach Beschäftigungsart²



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004 – 2013 für Berlin- Brandenburg

² Zu den Beschäftigten zählen alle Arbeitnehmer, die der Kranken- oder Rentenversicherungspflicht oder Versicherungspflicht nach dem SGB III unterliegen. Bei einem monatlichem Einkommen zwischen 450 und 850 Euro zählen die Arbeitnehmer zu den geringfügig, ab 850 Euro zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Selbstständige, Beamte oder mithelfende Familienangehörige zählen nicht zu den Beschäftigten.

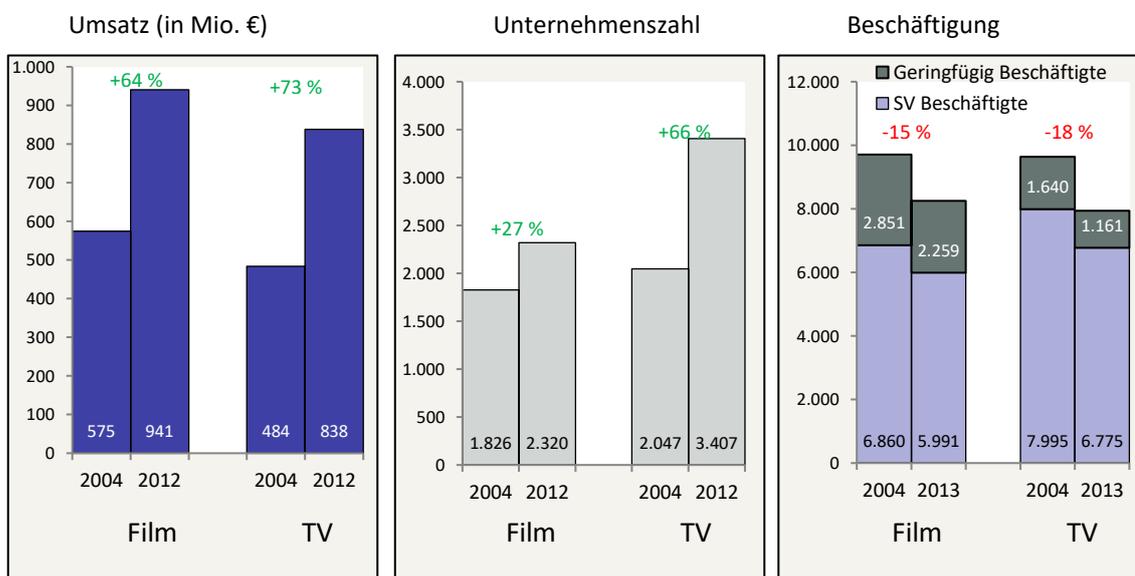
Nach diesem Überblick werden im Folgenden die Branchensegmente im Einzelnen betrachtet.

3.2 Film und TV

Unter der Filmwirtschaft sind im Wesentlichen (vgl. Punkt 2) die Herstellung und Nachbearbeitung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen, die Kinos, der Vertrieb, Verleih und Verkauf von Filmen, der Einzelhandel mit bespielten Ton- und Datenträgern sowie Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler gefasst. Dem TV-Markt sind die Fernsehveranstalter sowie die Fernsehveranstalter sowie ebenfalls anteilig die Herstellung und Bearbeitung von Filmen und Fernsehprogrammen und Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler zuzurechnen.

Die Filmwirtschaft erzielte 2012 einen Jahresumsatz von 941 Mio. Euro. Die TV-Wirtschaft erwirtschaftete mit 838 Mio. Euro nur knapp weniger. Antreiber dieser Entwicklung sind laut der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung die Wirtschaftszweige Postproduktion/ Filmtechnik sowie die selbständigen Film- und Hörfunkkünstler. Auch der Marktanteil an der gesamtdeutschen Film- und Fernsehwirtschaft nimmt danach jährlich zu.³

Abbildung 6: Der Film- und TV-Markt im Überblick



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2012 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004 – 2013 für Berlin-Brandenburg

Mehr als 3.000 TV- und annähernd 2.400 Film-Unternehmen haben ihre Niederlassung in Berlin-Brandenburg.

Trotz der positiven Entwicklung der Erlöse und der Unternehmenszahlen erlebte die Film- und Fernsehwirtschaft seit 2004 einen kontinuierlichen Beschäftigungsrückgang. Möglich ist, dass zwar die festangestellten Beschäftigten weniger, die Selbstständigen

³ <http://www.berlin.de/sen/wirtschaft/abisz/film.html>

und freien Mitarbeiter allerdings mehr geworden sind. Diesen Trend konnten Söndermann und Strittmatter bereits 2007 in Brandenburg beobachten.⁴

Als Hauptsitz von Fernsehsendern wie N24, Deutsche Welle TV oder MTV in Berlin oder dem rbb in Brandenburg ist die Region ein wichtiger Standort für TV-Produktionen. Auch wenn die RTL- und die Pro7/SAT.1-Gruppe ihren Hauptsitz in Köln bzw. München haben, so sind doch ARD, ZDF, RTL, phoenix oder SpiegelTV in Berlin mit ihren Hauptstadtstudios vertreten. Hinzu kommen internationale Sender aus englisch- oder französischsprachigen Ländern, wie CNN, BBC, France2, BloombergTV und FOX, die unter anderem in Berlin produzieren.

Auch im Produktionssektor sind namhafte Unternehmen wie die Deutsche Columbia Pictures, Studio Berlin Adlershof, die Senator Entertainment AG oder Universal Pictures am Standort vertreten, denen die Hauptstadtregion weltweit erfolgreiche Produktionen zu verdanken hat. Das Flaggschiff Brandenburgs, Studio Babelsberg, Entstehungsort von internationalen Erfolgen wie „The Grand Budapest Hotel“, „Die Bücherdiebin“, „Der Vorleser“, „Inglourious Basterds“ oder „Cloud Atlas“⁵ schreibt laut einem Interview mit Vorstandschef Carl L. Woebcken seit einigen Jahren wieder schwarze Zahlen.⁶

3.3 Web und Mobile

Die Web- und Mobile-Branche umfasst (vgl. Punkt 2) zu unterschiedlichen Anteilen die Bereitstellung des Internetzugangs und den Betrieb von Web-Seiten. Unter die Mobile-Branche fallen zudem Tätigkeiten, die die drahtlose und satellitengestützte Übertragung von Daten sicherstellen, während in die Web-Wirtschaft die leitungsgestützte Telekommunikation einfließt. Vor allem aber zeichnen sich beide Märkte durch die Wirtschaftszweige der Datenverarbeitung, Softwareentwicklung und Informationstechnologie aus. Die Web-Branche entwickelt dabei schwerpunktmäßig für den stationären Gebrauch auf PC oder Mac, die Mobile-Branche für den mobilen Gebrauch auf Smartphones und Tablets.

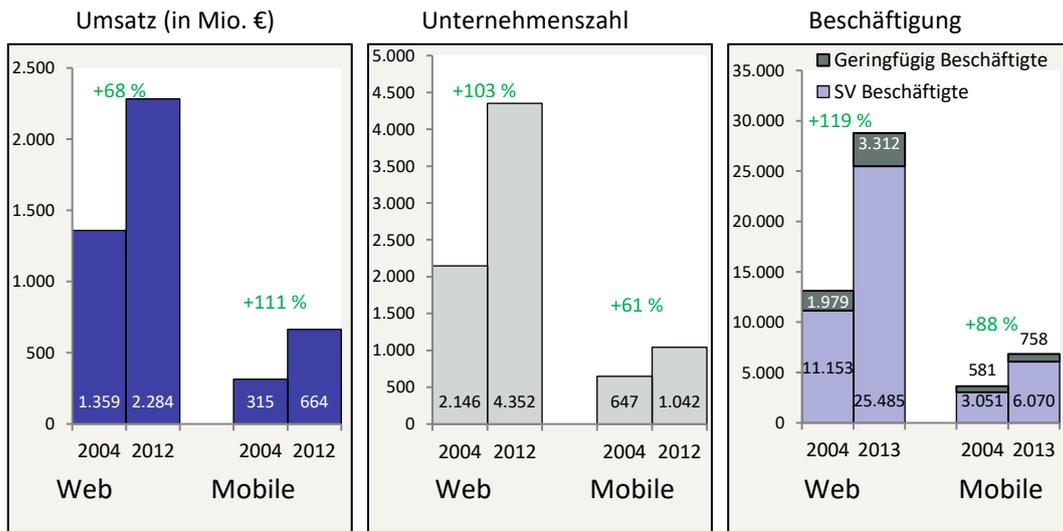
⁴ Vgl. Söndermann, Michael & Strittmatter, Thomas (2007): Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg. Empirischer Grundlagenbericht im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg. S. 13.

⁵ <http://www.studiobabelsberg.com/unternehmen/ueber-uns/> (Stand 16.04.2014)

⁶ <http://www.morgenpost.de/kultur/berlin-kultur/article123581627/Filmstudio-Babelsberg-schreibt-wieder-schwarze-Zahlen.html> (Stand 16.04.2014)

Mit Umsatzzahlen von knapp 2,3 Mrd. Euro in der Web-Branche und 664 Mio. Euro in der Mobile-Branche konnten diese beiden Wirtschaftszweige ihren Erlös von 2004 bis 2012 stark steigern. Dieses Muster spiegelt sich auch in den Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen, insbesondere der Web-Branche wieder.

Abbildung 7: Der Web- und Mobile-Markt im Überblick



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2012 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004 – 2013 für Berlin- Brandenburg

Die Hauptstadtregion zeichnet sich durch seine innovative Gründerszene aus und ist ein attraktiver Standort für Startups. Hier wurden Unternehmen wie SoundCloud, 6Wunderkinder, brands4friends, Amen, Newtracks, Gidsy, MyHammer, Groupon oder Zalando gegründet.⁷ Während Berlin noch vor 7 Jahren für Internet-Investoren als wenig attraktiv galt, fließt mittlerweile mehr als die Hälfte aller Venture Capital Investitionen in Startups aus dem Bereich der internetbasierten Wirtschaft nach Berlin: insgesamt 136,2 Mio. Euro in 2013. Und Brandenburg steht mit 9,4 Mio. Euro im bundesdeutschen Vergleich an fünfter Stelle hinter Berlin, Bayern (45,7 Mio. Euro), Hamburg (13,3 Mio. Euro) und NRW (12,1 Mio. Euro).⁸

Auch App-Entwickler wie Jesta Digital, MTV Mobile, Vivendi Mobile, Futurice und iconmobilewie scheinen in Berlin die nötige Inspiration zu finden. Mit seinen 700 WLAN-Hotspots nimmt die Region außerdem eine relevante Rolle für Mobile Content und Mobile TV in Europa ein.⁹ Damit werden in der Region nun verstärkt neue Unternehmenskonzepte der IT erprobt und verbreitet.

⁷ Investitionsbank Berlin (2013): Digitale Wirtschaft – Standortanalyse im Städtevergleich. S. 30

⁸ Quelle: BITKOM und Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften: http://www.bvkap.de/privateequity.php/cat/144/aid/875/start/10/title/BITKOM_und_BVK:_Venture-Capital-Investitionen_in_IT-Start-ups_legten_leicht_zu.

⁹ <http://www.businesslocationcenter.de/de/industrie-und-dienstleistungsstandort/branchen-cluster/ikt-medien-und-kreativwirtschaft/informations-und-kommunikationstechnik/mobile-business> (Stand 16.04.2014)

Seit 2007 ist in Berlin die Berlin Web Week entstanden und zum größten Festival der digitalen Szene geworden, auf dem aktuelle Entwicklungen und Trends der Internetwelt präsentiert werden.¹⁰ Dieses Jahr fand im Rahmen der Berlin Web Week zum ersten Mal die neue Media Convention Berlin statt, zeitgleich mit der renommierten re:publica. Seit 2009 findet die internationale Android-Konferenz droidcon sowie die Augmented Reality Business Conference Europe in Berlin statt.¹¹

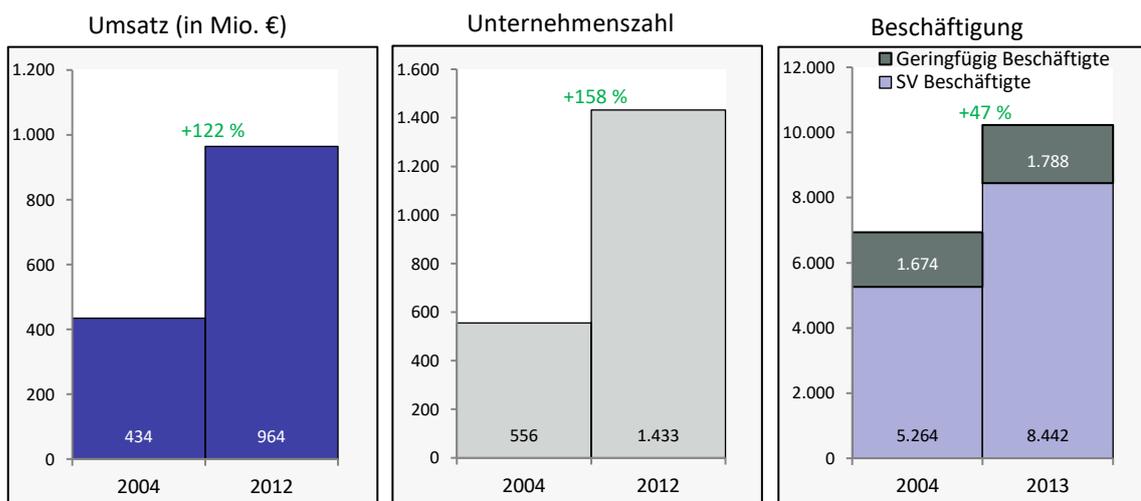
Internet-Konzerne wie Google, das 2011 gemeinsam mit der Humboldt-Universität Berlin das Institut für Gesellschaft und Internet gegründet hat, setzen ebenso auf die Metropole wie die Deutsche Telekom, die mit ihrem Inkubator hub:raum nach jungen Talenten sucht und Startups fördert.

3.4 Games

Die Games-Branche umfasst die Entwicklung, das Verlegen, die Vervielfältigung sowie den Einzelhandel mit Computerspielen. Außerdem sind die Herstellung und der Handel mit entsprechenden elektronischen Geräten, wie z.B. Videospielekonsolen, Teil der Games-Wirtschaft. Anteilig fließen auch Webportale, Werbeagenturen oder Videotheken in den Markt mit ein.

Mit einem Umsatz von 964 Millionen Euro im Jahr 2012 wuchs die Games-Branche seit 2004 um 122 Prozent. Auch die Zahl der ansässigen Unternehmen vervielfachte sich, sodass im Jahr 2012 1.433 Unternehmen mit Bezug zur Games-Branche in der Region Berlin-Brandenburg angesiedelt waren. Mit diesen Zahlen lässt sich in Berlin-Brandenburg das bundesweit stärkste Wachstum der Spieleindustrie verzeichnen.

Abbildung 8: Der Games-Markt im Überblick



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2012 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004 – 2013 für Berlin- Brandenburg

¹⁰ <http://berlinwebweek.de/about/?lang=de> (Stand: 16.04.2014)

¹¹ <http://www.businesslocationcenter.de/de/industrie-und-dienstleistungsstandort/branchen-cluster/ikt-medien-und-kreativwirtschaft/informations-und-kommunikationstechnik/mobile-business> (Stand: 16.04.2014)

Berlin stellt einen attraktiven Standort für zahlreiche Entwicklerstudios und Publisher dar. Nennenswerte Unternehmen sind u.a. goodbeans, YAGER Development, KIDDINX Entertainment, GameDuell, Wooga, Exozet oder Bigpoint. Seit 2013 sind auch die international tätigen Softwareentwickler King und Kabam in Berlin vertreten.

Neueste Entwicklungen werden auf wichtigen Events der Branche vorgestellt, wie beispielsweise der International Games Week (bis 2013: „Deutsche Gamestage“), die jährlich in Berlin stattfindet. In diesem Rahmen werden auch die renommierten Auszeichnungen Deutscher Computerspielpreis und Deutscher Games Award „LARA“ verliehen.¹²

Außerdem ist Berlin-Brandenburg Sitz wichtiger branchenbezogener Verbände und Organisationen, wie dem Bundesverband interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU), dem Bundesverband der Entwickler von Computerspielen (G.A.M.E.), dem Firmennetzwerk games.net berlinbrandenburg und dem Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM), die die Entwicklung der Games-Wirtschaft in der Region unterstützen.¹³

¹² <http://www.creative-city-berlin.de/de/creative-sector/games-and-interactive/> (Stand: 16.04.2014)

¹³ <http://www.businesslocationcenter.de/de/industrie-und-dienstleistungsstandort/branchen-cluster/ikt-medien-und-kreativwirtschaft/games/netzwerke-initiativen-verbaende> (Stand: 16.04.2014)

4. Fazit

Der Langzeit-Vergleich wirtschaftlicher Kennzahlen hat gezeigt, dass sich die einzelnen Branchen audiovisueller Medien in der Hauptstadtregion im Zeitraum von 2004, dem Gründungsjahr des Medienboard Berlin-Brandenburg, bis 2012 positiv entwickelt haben. Sowohl der Umsatz als auch die Anzahl der Unternehmen in der Film-, TV-, Web-, Mobile- und Games-Branche zeugen von stabilem Wachstum. Während sich diese Entwicklung im Web-, Mobile- und Games-Markt auch positiv auf die Beschäftigung ausgewirkt hat, ist die Film- und TV-Branche in der Personalentwicklung noch zurückhaltend. Mit durchschnittlich siebenprozentigem jährlichem Umsatzwachstum ist der Film- und Fernsehmarkt jedoch wirtschaftlich stabil und stellt mit insgesamt ca. 1,8 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2012 eine bedeutende Größe dar.

Die Webbranche wächst ebenfalls mit durchschnittlich sieben Prozent jährlich, wenn auch auf sehr viel höherem Niveau, als der Film- und Fernsehmarkt. Zudem konnte die stationäre Internetwirtschaft ihre Unternehmenszahl in der Region verdoppeln, was ein Zeichen für sehr gute Gründungsbedingungen ist. Der hier zu beobachtende Rückgang der Umsätze pro Unternehmen belegt diese Tendenz zusätzlich. Auch die Entwicklung und der Vertrieb von mobilen Inhalten findet in Berlin-Brandenburg offenbar ein gutes Klima vor und gedeiht mit durchschnittlich 10 Prozent jährlichem Umsatzzuwachs so schnell wie keine andere audiovisuelle Branche. Zudem gelang es sowohl der Web- als auch der Mobile-Branche, ihre Beschäftigtenzahlen in Berlin und Brandenburg annähernd zu verdoppeln. Auch die Games-Wirtschaft wächst in Berlin-Brandenburg mit fast 11 Prozent jährlich und nähert sich 2013 der Schwelle zum Milliardengeschäft.

Durchführendes Institut

House of Research GmbH

Fischerhüttenstr. 81a
14163 Berlin
www.house-of-research.de
Ansprechpartner: Dirk Martens
Tel. +49 (30) 700 103-111

Mitgliedschaften:



ESOMAR is the world association of research professionals. Founded in 1948 as the European Society for Opinion and Marketing Research - ESOMAR unites 5,000 members in 100 countries, both users and providers of opinion and marketing research. ESOMAR's mission is to promote the use of opinion and market research for improving decision-making in business and society world-wide.



Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.



Das media.net berlinbrandenburg ist das branchenübergreifende Bündnis für Unternehmen der Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion - von Musik und Film über TV und Multimedia bis hin zu Werbung und Design.

House of Research arbeitet nach den Qualitäts- und Datenschutzbestimmungen der Verbände für Markt- und Sozialforschung.