

MEDIENINDEX BERLIN-BRANDENBURG 2015

Die Entwicklung der audiovisuellen Medienwirtschaft seit 2004

Eine Untersuchung von House of Research
im Auftrag des Medienboard Berlin-Brandenburg

medienboard
Berlin-Brandenburg GmbH

INHALT

1. EINLEITUNG	1
2. ZUR METHODE	2
3. ERGEBNISSE	4
3.1 DIE MÄRKTE IM ÜBERBLICK	4
3.2 FILM UND TV	8
3.3 WEB UND MOBILE	10
3.4 GAMES	12
4. FAZIT	14

1. Einleitung

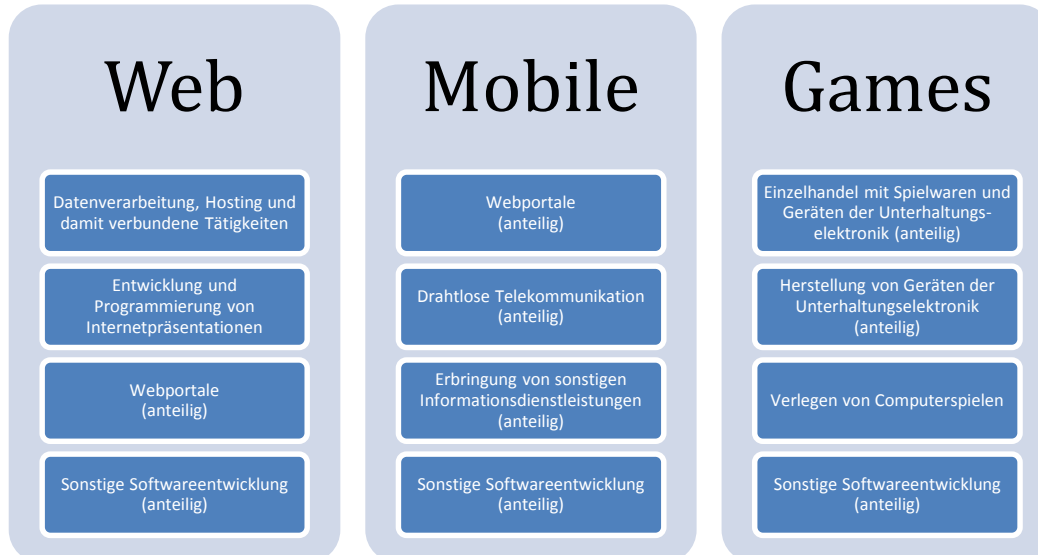
Die Region Berlin-Brandenburg kennzeichnet die Medienlandschaft Deutschlands wie kaum eine andere bundesweit. Vor allem mit den Branchen Film, TV, Web, Mobile und Games kommt ihr als Medienstandort eine besondere Bedeutung zu. Die überaus dynamische Entwicklung dieser Branchen seit 2004 lässt sich unter anderem anhand der Indikatoren Umsatz, Unternehmenszahl und Beschäftigung aufzeigen. Im Rahmen einer Sekundäranalyse wird im Folgenden bereits zum zweiten Mal ein Gesamtbild der audiovisuellen Medienbranchen in der Hauptstadtregion dargestellt, das Entwicklungstendenzen und Wachstumschancen in den einzelnen Branchensegmenten erkennen lässt.

Dabei zeigt sich: Die Branchen der Bewegtbildwirtschaft entwickeln sich weiterhin gut und profitieren grundsätzlich von der zunehmenden Konvergenz und Vernetzung der Medienbranchen. Insbesondere die Analyse der Teilmärkte Web, Mobile und Games führt vor Augen, welche Bedeutung die technologiebasierten Branchen bereits heute für die audiovisuelle Inhalteproduktion haben.

2. Zur Methode

Für die Analyse wurden Umsatz, Unternehmenszahl und Beschäftigung der untersuchten Branchen auf der Basis amtlicher Statistiken ermittelt. Zugrunde gelegt wurden die Umsatzsteuerstatistik 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 definiert. Dabei deckt die Grundgesamtheit der Erhebung die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion über Zulieferungen und Dienstleistungen bis zu Vermarktung und Vertrieb ab. So beinhalten beispielsweise die Branchensegmente Web, Mobile und Games – die bislang nur in dieser Untersuchung als eigene Teilbereiche definiert und analysiert wurden – unter anderem die in Abbildung 1 aufgeführten Bereiche. Aus der Übersicht geht hervor, dass insbesondere die Wirtschaftszweige aus den Bereichen Softwareentwicklung und Kommunikationstechnologie für unterschiedliche Branchen relevant sind. In Vorrecherchen wurde daher bestimmt, wie groß der Anteil dieser Wirtschaftszweige ist, der zur Wertschöpfung in den untersuchten Branchen beiträgt, anschließend wurden sie zu entsprechenden Anteilen der jeweiligen Branche zugerechnet.

Abbildung 1: Die digitalen Teilmärkte und ihre Wirtschaftszweige (Auswahl)



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. Im letzten Schritt der Untersuchung wurden die Resultate der amtlichen Zählungen nochmals über Fachliteratur validiert. Wo dennoch Lücken blieben, wurden diese in eigener Recherche über Geschäftsberichte und

andere Quellen geschlossen, so dass die hier vorgestellten Zahlen lückenlos und vollständig sind.

In die Untersuchung fließen die jeweils neuesten verfügbaren Daten ein, die bei der Umsatzsteuerstatistik das Jahr 2013 und bei der Beschäftigungsstatistik das Jahr 2014 betreffen.

Im Bericht 2015 wurden erstmals auch die auf den TV-Bereich entfallenden Einnahmen aus der sogenannten „Haushaltsabgabe“ bzw. des ehemaligen „Rundfunkbeitrages“ des Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) hinzugezählt.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die Bundesagentur für Arbeit 2014 eine Revision ihrer Zählweise der Beschäftigungszahlen durchführte, die nun rückwirkend auch im vorliegenden Bericht Anwendung fand.¹ Aus diesen Gründen kommt es zu Abweichungen bei den Zahlen des Medienindex 2015 im Vergleich zum Vorjahresbericht.

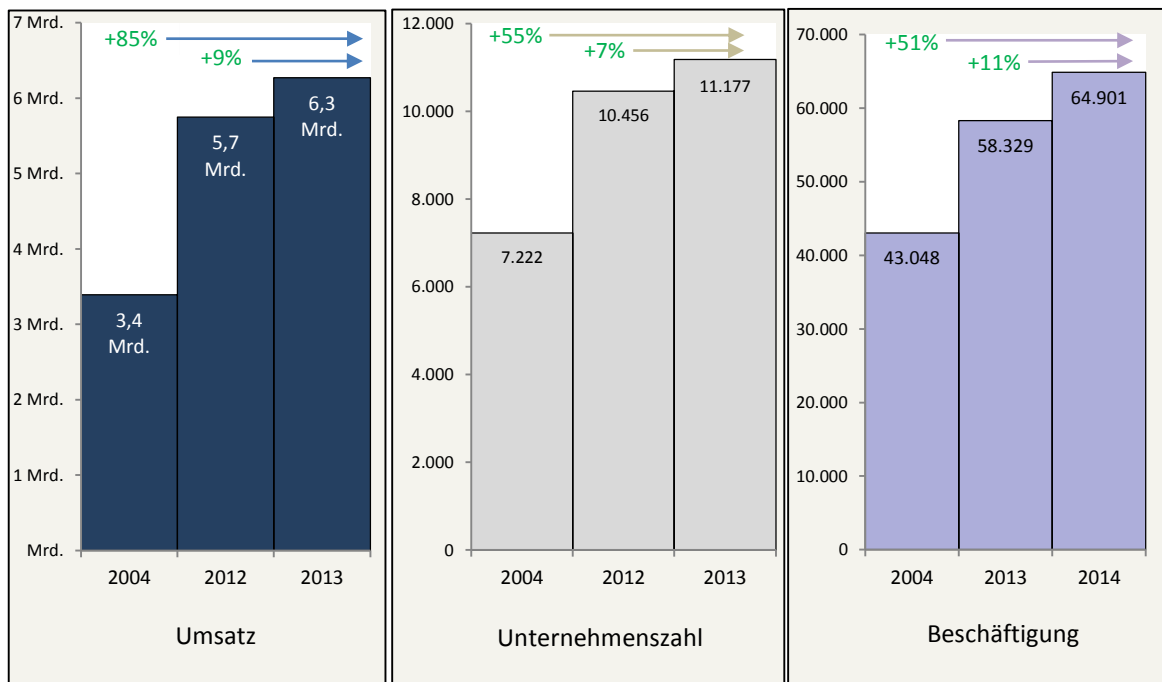
¹ Die Statistik der Bundesagentur für Arbeit hat die Datenaufbereitung für die Beschäftigungsstatistik modernisiert, um genauere Ergebnisse zu erzielen und die Beschäftigungsstatistik weiter ausbauen zu können. Der Datenabgriff wurde präzisiert sowie die Abgrenzung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung überprüft und um neue Personengruppen erweitert.

3. Ergebnisse

3.1 Die Märkte im Überblick

Die Berliner und Brandenburger Unternehmen der Bewegtbildwirtschaft haben im Jahr 2013 einen Gesamtumsatz von rund 6 Mrd. Euro erzielt. Damit schreibt sich die positive Entwicklung seit 2004 fort. Die Umsatzzahlen zeigen, dass die Branchen der audiovisuellen Medien weiterhin eine starke Säule der Medien- und Kreativwirtschaft darstellen. Im Vergleich zum Vorjahr wurde eine Umsatzsteigerung von 9 Prozent erzielt – den öffentlich-rechtlichen Rundfunk Berlin-Brandenburg mitberücksichtigt. Analog zu den gestiegenen Erlösen wuchs auch die Zahl der Unternehmen auf über 11.000 und stieg die Zahl der Beschäftigten im Vorjahresvergleich um 11 Prozent auf nun insgesamt 64.900 sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte.²

Abbildung 2: Der Markt der Bewegtbildwirtschaft im Überblick (Film, TV, Web, Mobile, Games)



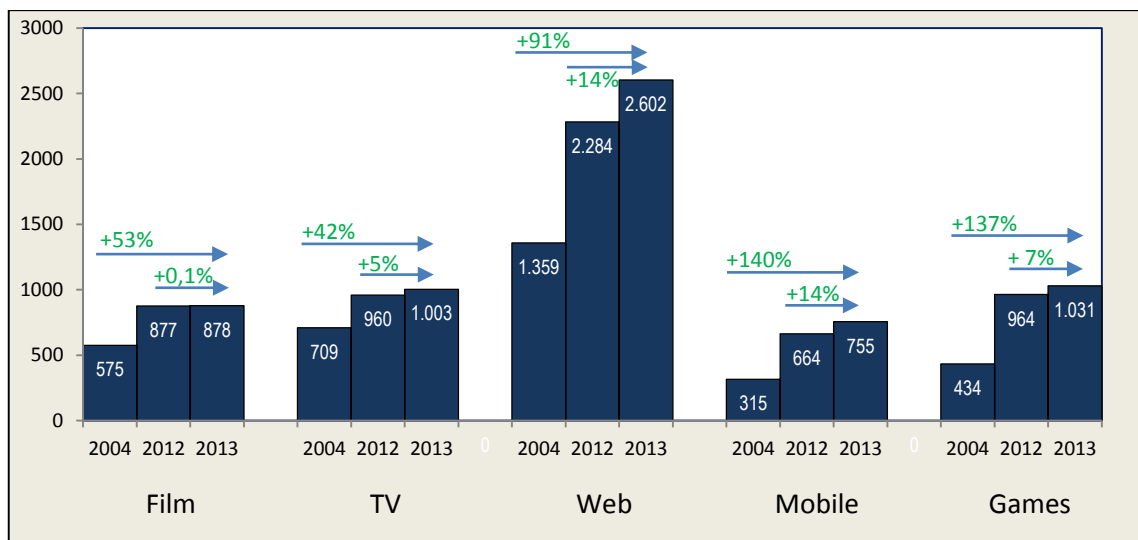
Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2013 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2014 für Berlin-Brandenburg. Die Umsatzzahlen beinhalten auch die auf das Fernsehen entfallenden Gebühreneinnahmen des rbb.

² Die hier dargestellten Zahlen zur Beschäftigung zeigen die verzeichneten Beschäftigungsverhältnisse und nicht die Anzahl der beschäftigten Personen. So ist es möglich, dass eine Person sowohl einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nachgeht und zusätzlich einer geringfügigen (bis 450€ im Monat) im Nebenjob. Diese sehr kleine Gruppe wird in den hier ausgewiesenen Beschäftigtenzahlen also doppelt gezählt.

Der Blick in die Teilbranchen zeigt, dass das insgesamt starke Umsatzwachstum im gesamten Bewegtbildmarkt vor allem auf die digitalen Bereiche Web, Mobile und Games zurückzuführen ist: Die Web- und Mobile-Wirtschaft steigerten ihre Umsätze zum Vorjahr um jeweils 14 Prozent, die Games-Wirtschaft um 7 Prozent. Zusammen erzielten diese drei Bewegtbildzweige Umsätze von knapp 4,4 Mrd. Euro. Aber auch die TV-Branche konnte weiter zulegen und weist eine Umsatzsteigerung von 5 Prozent auf nunmehr 1 Mrd. Euro im Jahr 2013 auf. Der Umsatz der Filmwirtschaft ist mit einer Steigerung von 0,1 Prozent konstant und liegt bei rund 878 Mio. Euro.

Die Umsätze pro Unternehmen lagen 2013 zwischen 364.000 Euro in der Fernseh- und 697.000 Euro in der Games-Branche. Die Webunternehmen erwirtschafteten durchschnittlich 561.000 Euro, die Unternehmen der Mobile-Branche 686.000 Euro. In der Filmwirtschaft wurden Umsätze von 471.000 Euro pro Unternehmen erwirtschaftet, was einem Rückgang von 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. In allen anderen Branchen stiegen die Umsätze pro Unternehmen im Vergleich zum Jahr 2012 an.

Abbildung 3: Umsatz Berlin-Brandenburg (in Mio. €)

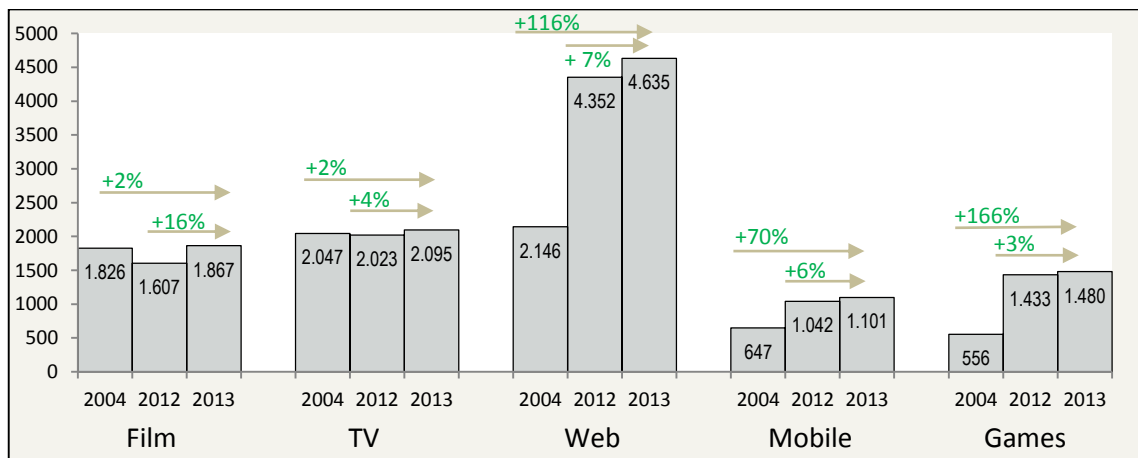


Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2013 für Berlin-Brandenburg

Die Zahl der Unternehmen in den Berlin-Brandenburger Medienbranchen wuchs von 2012 auf 2013 in allen Teilmärkten. Während die TV- und die Games-Branche in diesem Zeitraum jeweils leicht um 4 Prozent bzw. 3 Prozent auf gut 2.000 (TV) bzw. knapp 1.500 (Games) Unternehmen wuchsen, konnte vor allem die Filmbranche nach den rückläufigen Zahlen zwischen 2004 und 2012 mit 16 Prozent wieder einen starken Zuwachs an Unternehmen verzeichnen. Eine anhaltend positive Entwicklung ist in den Märkten Web und Mobile zu beobachten, wo die Anzahl der Unternehmen um 7 Prozent (Web) bzw. 6 Prozent (Mobile) im Vergleich zum Jahr 2012 auf insgesamt mehr als 5.700 anstieg.

In den vergangenen Jahren hat sich die Hauptstadtregion zu einem Zentrum für Start-ups in Deutschland entwickelt, was durch den steten Zuwachs von Unternehmen im Bereich Web, Mobile und Games bestätigt wird.³ Investoren treffen hier auf junge aufstrebende Unternehmen dieser Branchen und treiben die Entwicklung einer lebendigen Start-up Szene voran. National wie international nimmt Berlin damit inzwischen eine Spitzenposition ein, wie das Ranking des aktuellen Global Startup Ecosystem Reports belegt: Hier rangiert Berlin als einzige deutsche Stadt in der Liste von 20 internationalen Städten und belegt hier Platz 9.⁴ Das zieht auch immer mehr erfolgreiche und namhafte Unternehmen an, die Büros in Berlin eröffnen, und steigert damit wiederum die Attraktivität der Region als Wirtschaftsstandort und bereichert die digitale Wirtschaft.

Abbildung 4: Unternehmenszahlen Berlin-Brandenburg



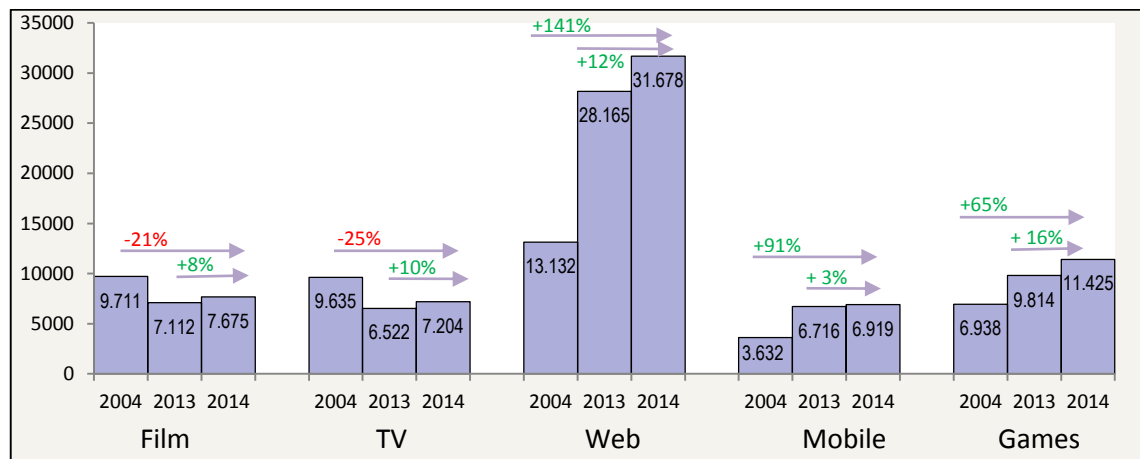
Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 – 2013 für Berlin-Brandenburg

³ Vgl. Pretzel, Claus: „Gründungsboom in den Berliner Zukunftsbranchen“. IBB: Berlin aktuell April 2014, zuletzt aufgerufen: 26.08.15.

⁴ Vgl. „Global Startup Ecosystem Ranking 2015“: <http://startup-ecosystem.compass.co/ser2015/>, zuletzt aufgerufen: 19.09.15.

Mit dem Anstieg von Umsätzen und dem Zuwachs von Unternehmen nahmen auch die Beschäftigtenzahlen zwischen 2013 und 2014 in allen Branchen zu. In der Film- und TV-Wirtschaft stiegen sie nach einer rückläufigen Entwicklung zwischen 2004 und 2013 nun wieder an. Im Teilmarkt Film konnte ein Anstieg der Beschäftigungsverhältnisse in Berlin-Brandenburg um 8 Prozent seit 2013 auf nun 7.675 verzeichnet werden, in der TV-Wirtschaft kam es im selben Zeitraum zu einem Beschäftigungswachstum von 10 Prozent. In der Games-Wirtschaft stiegen die Beschäftigtenzahlen mit 16 Prozent am stärksten auf nun über 11.400 Beschäftigungsverhältnisse, aber auch die Web-Wirtschaft weist mit 12 Prozent ein zweistelliges Wachstum auf knapp 31.700 Beschäftigungsverhältnisse auf. Mit einem Plus von 3 Prozent auf knapp 7.000 Jobs steigt die Beschäftigung in der Mobile-Wirtschaft weniger schnell als in den anderen Bewegtbildmärkten.

Abbildung 5: Beschäftigte Berlin-Brandenburg⁵



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2014 für Berlin-Brandenburg

Nach diesem Überblick über die Branche im Vergleich werden im Folgenden die Branchensegmente im Einzelnen betrachtet.

⁵ Zu den Beschäftigten zählen alle Arbeitnehmer, die der Kranken- oder Rentenversicherungspflicht oder Versicherungspflicht nach dem SGB III unterliegen. Bei einem monatlichem Einkommen bis 450 Euro zählen die Arbeitnehmer zu den geringfügig, ab 450 Euro zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Selbstständige, Beamte oder mit-helfende Familienangehörige zählen nicht zu den Beschäftigten.

3.2 Film und TV

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

Der Umsatz in der Filmbranche blieb 2013 mit 878 Mio. Euro und damit einem Wachstum von 0,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr stabil. Die kurzfristige Erholung, etwa bei Studio Babelsberg, das nach starken Verlusten im Jahr 2012 zumindest 2013 erhebliche Umsatzgewinne von mehr als 70 Mio. Euro verzeichnen konnte, reichten dennoch nicht aus, um den Gesamtumsatz der Branche signifikant zu steigern (vgl. Abb. 5). Die private TV-Wirtschaft erzielte 2013 einen Umsatz von rund 762 Mio. Euro. Hinzu kommt der Teil der Erträge des Rundfunks Berlin-Brandenburg (rbb), der auf das Fernsehen entfällt, und der mit rund 241 Mio. Euro 2013 ca. ein Drittel der Gesamteinnahmen des Berlin-Brandenburger TV-Marktes ausmachte.⁶ Die Fernsehbranche hatte damit 2013 ein Gesamtvolumen von 1 Mrd. Euro und ist im Vergleich zu 2012 um 5 Prozent gewachsen.

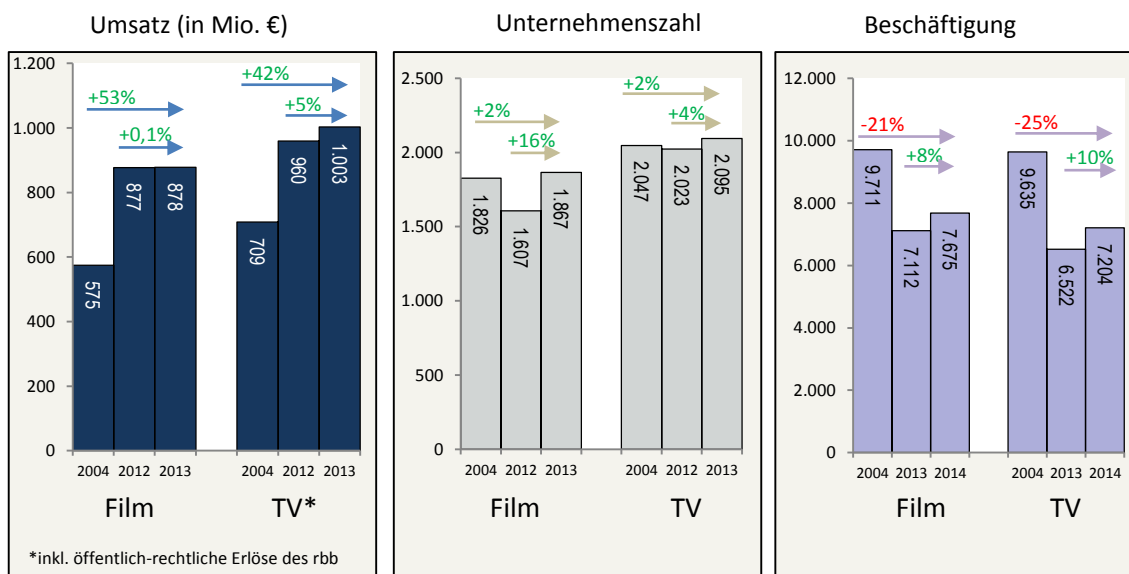
Derzeit gibt es in Berlin-Brandenburg mehr als 2.000 TV-Unternehmen und rund 1.900 Unternehmen in der Filmbranche. Die Anzahl der Unternehmen in der Filmbranche ist zwischen 2012 und 2013 um 16 Prozent gestiegen und somit stärker als in allen anderen hier untersuchten Branchen. Die Unternehmenszahl liegt damit wieder etwas über dem Niveau von 2004. Die Zahl der TV-Unternehmen unterlag weniger starken Schwankungen: 2013 gab es 4 Prozent mehr TV-Unternehmen in Berlin-Brandenburg als 2012 und 2 Prozent mehr als 2004.

Diese Entwicklung schlägt sich auch in den Beschäftigtenverhältnissen nieder: Sowohl in der Film- als auch in der TV-Wirtschaft stiegen die Beschäftigtenzahlen im Vergleich zum Vorjahr an. Im Filmbereich waren 2013 7.675 Beschäftigte tätig und damit 8 Prozent mehr als 2012. Und auch in der TV-Wirtschaft waren es mit 7.204 10 Prozent mehr Beschäftigte als 2012. In beiden Teilmärkten ist die Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette mittlerweile im Wesentlichen abgeschlossen,⁷ in dessen Verlauf es insbesondere um das Krisenjahr 2009 herum auch zu deutlichen Verlusten von sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungen kam. Die hier vorgelegte Analyse legt die Annahme nahe, dass der Turnaround inzwischen geschafft worden ist.

⁶ rbb Berlin- Brandenburg: „Zahlen und Fakten 2014“: http://www.rbb-online.de/unternehmen/der_rbb/zahlenundfakten/zahlen-und-fakten-2014-2.file.html/komplett-20150526.pdf, zuletzt aufgerufen: 28.08.15.

⁷ Vgl. hierzu Martens, Dirk/Barthel, Nadine: Digitalisierung der Filmproduktion und -verwertung. Der Markt und seine Potenziale, Konstanz: UVK 2015.

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



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2013 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2014 für Berlin-Brandenburg

Laut Untersuchung des Dortmunder Formatt-Instituts gibt es in der Region Berlin-Brandenburg 212 Produktionsbetriebe (Stand 2012), davon 199 in Berlin und 13 in Brandenburg.⁸ Damit hat die Region deutschlandweit die meisten Produktionsunternehmen, gefolgt von Nordrhein-Westfalen mit 179 und Bayern mit 163 Firmen. Produktionsfirmen wie Senator Entertainment AG, X Filme Creative Pool, NFP oder Barefoot Film sowie die bundesweit größte Produktionsgruppe UFA/RTL-Gruppe sind in Berlin ansässig.⁹ Aufstrebend sind die zahlreichen VFX-Dienstleister auch in Brandenburg, die sich auf (Spezial-)Effekte, Computeranimationen und 3D-Design spezialisiert haben und für viele internationale Produktionen arbeiten.¹⁰ Durch die exzellente technische Infrastruktur am Standort, den größten Filmstudiotempelkomplex Europas in Babelsberg sowie weitere Studios in Adlershof, Tempelhof und an der Mediaspree erfüllt die Region Berlin-Brandenburg weiterhin alle Anforderungen an eine moderne Filmproduktionsstätte. So kamen 2014 erneut mehrere in Babelsberg gedrehte internationale Produktionen in die Kinos, wie beispielsweise „Monuments Men“ von und mit George Clooney und die Verfilmung des Bestsellers „The Book Thief“. Auch Tom Tykwer und Tom Hanks drehten 2014 gemeinsam in Babelsberg den Film „Hologramm für einen König“.¹¹ Seit Juni 2015 wird zudem die US-amerikanische Fernsehserie „Homeland“ in Babelsberg und Berlin produziert. Die TV- und Filmlandschaft der Region wird durch die hohe Kinodichte in Berlin komplettiert. Berlin war 2013 mit 92 Spielstätten, insgesamt 261 Leinwänden und über 9 Mio. Kinobesuchern Kinohauptstadt.

⁸ Formatt-Institut: „Film- und Fernsehproduktion in Nordrhein-Westfalen im Vergleich zu anderen Bundesländern 2011 und 2012.“ Dortmund, o. J.

⁹ Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung: „3.Kreativwirtschaftsbericht Berlin“: <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft-und-technologie/branchen/ikt-medien-kreativwirtschaft/3-kreativwirtschaftsbericht/>, zuletzt aufgerufen: 19.09.15.

¹⁰ Vgl. „Film- und Fernsehproduktion in Berlin und Brandenburg. Untersuchung des Standorts im regionalen Vergleich“. Berlin 2014.

¹¹ Berlin Tourismus & Kongress GmbH: „Geschichte des Film in Berlin“: <http://www.visitberlin.de/de/feature/geschichte-des-films-in-berlin>, zuletzt aufgerufen 27.08.15.

In Berlin-Brandenburg gibt es neben großen Verleihfirmen wie Sony Pictures, Studio-canal, X Verleih, Senator Filmverleih auch kleinere Verleiher wie Neue Visionen, Salzgeber, Farbfilm und Piffel, die sich schwerpunktmäßig auf Arthouse-Produktionen konzentrieren. Außerdem bieten Plattformen wie Watchever, moviepilot, Just Watch, realeyz.tv oder AllesKino.de Informationen zu Filmen und TV-Sendungen sowie deren Download bzw. Streaming über digitale Anbieter.¹²

Von großer Bedeutung ist ebenfalls die jährlich in Berlin stattfindende Berlinale. Als eines der wichtigsten Filmfestivals zählte sie 2015 über 500.000 Kinobesucher und nahezu 336.000 akkreditierte Fachbesucher.¹³

Für die TV-Wirtschaft bleibt die Region mit dem Sitz von TV-Sendern wie N24, Deutsche Welle oder MTV und den Hauptstadtstudios von ARD, ZDF, RTL, phoenix oder SpiegelTV und dem rbb sowie der gesamten Produktionslandschaft weiterhin ein wichtiger Standort.¹⁴

3.3 Web und Mobile

Die Web- und Mobile-Branchen umfassen 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.

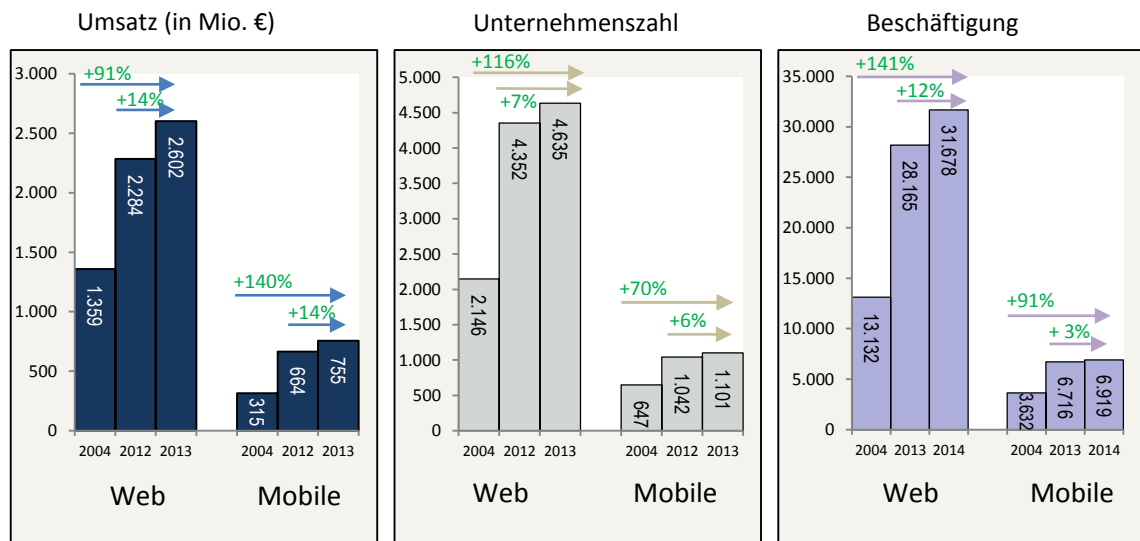
Sowohl die Web- als auch die Mobile-Branche dürfen mit Recht als Wachstumsbranchen bezeichnet werden, stiegen doch die Umsätze und Unternehmenszahlen zwischen 2012 und 2013 um jeweils 14 Prozent. Die Web-Wirtschaft weist nun Erlöse in Höhe von rund 2,6 Mrd. Euro, die Mobile-Branche Erlöse in Höhe von 755 Mio. Euro auf. Dies schlägt sich auch in der Zahl der Beschäftigungsverhältnisse nieder, wobei das Wachstum im Web-Markt mit 12 Prozent größer ausfiel als im Mobile-Markt (3 Prozent). Auch an den Unternehmenszahlen zeigt sich die positive Entwicklung der Branchen. So verzeichnete die Web-Branche 2013 7 Prozent mehr Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr, die Mobile-Branche 6 Prozent.

¹² Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung: „3.Kreativwirtschaftsbericht Berlin“: <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft-und-technologie/branchen/ikt-medien-kreativwirtschaft/3-kreativwirtschaftsbericht/filmwirtschaft/artikel.180720.php>, zuletzt aufgerufen: 27.08.15.

¹³ Internationale Filmfestspiele Berlin: „Die Berlinale in Zahlen“: https://www.berlinale.de/de/das_festival/festivalprofil/berlinale_in_zahlen/index.html, zuletzt aufgerufen: 27.08.15.

¹⁴ Ernst&Young: „Film- und Fernsehproduktion in Berlin und Brandenburg. Untersuchung des Standorts im regionalen Vergleich“. Berlin 2014.

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



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2013 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2014 für Berlin-Brandenburg

Die positive Entwicklung der Web- und Mobile-Branche wird nach wie vor auch von der Entstehung zahlreicher Start-ups vorangetrieben. Viele neugegründete Internetfirmen bringen die digitalen Branchen, insbesondere Berlins, zum Wachsen. App- und Software-Entwickler finden dabei ihren Weg in die Hauptstadtregion und etablieren sich erfolgreich am Markt, wie zum Beispiel SoundCloud, ResearchGate, ImmobilienScout24, MyToys, die Spendenplattform BetterPlace oder die Gründerfabrik Rocket Internet. Zudem haben sich mit Partech und Earlybird zwei internationale Wagniskapitalgeber hier niedergelassen, ebenso wie Digital- und Social Media-Größen wie Twitter, Pinterest, Paymentwall oder UBER.¹⁵

Die ohnehin gut etablierte Web-Branche wird durch Aktivitäten im Bereich Webvideo gestützt. Multi-Channel-Networks (MCN's) wie Divimove (FremantleMedia) oder Studio71 (ProSiebenSat.1-Group) suchen junge Videotalente, unterstützen sie in ihrer Entwicklung, der Professionalisierung ihrer Produktionen und vermarkten sie auf den verschiedenen Videoplattformen.¹⁶

Initiativen wie die Berlin Web Week, bestehend aus Veranstaltungen wie re:publica, Heureka und der MEDIA CONVENTION Berlin, bieten die Möglichkeit einer Zusammenkunft verschiedener Akteure der Web-Branche und regen den Austausch aktueller Trends in der digitalen Wirtschaft an. Als größtes Festival der digitalen Szene Europas setzte sie 2015 mit 30 Veranstaltungen und mehr als 20.000 Besuchern aus der ganzen Welt eine neue Rekordmarke.¹⁷

¹⁵ Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung: „3.Kreativwirtschaftsbericht“; <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft-und-technologie/branchen/ikt-medien-kreativwirtschaft/3-kreativwirtschaftsbericht/filmwirtschaft/artikel.180720.php>, zuletzt aufgerufen: 27.08.15.

¹⁶ <http://prosiebensat1.de/de/redaktion/2014/studio-71>

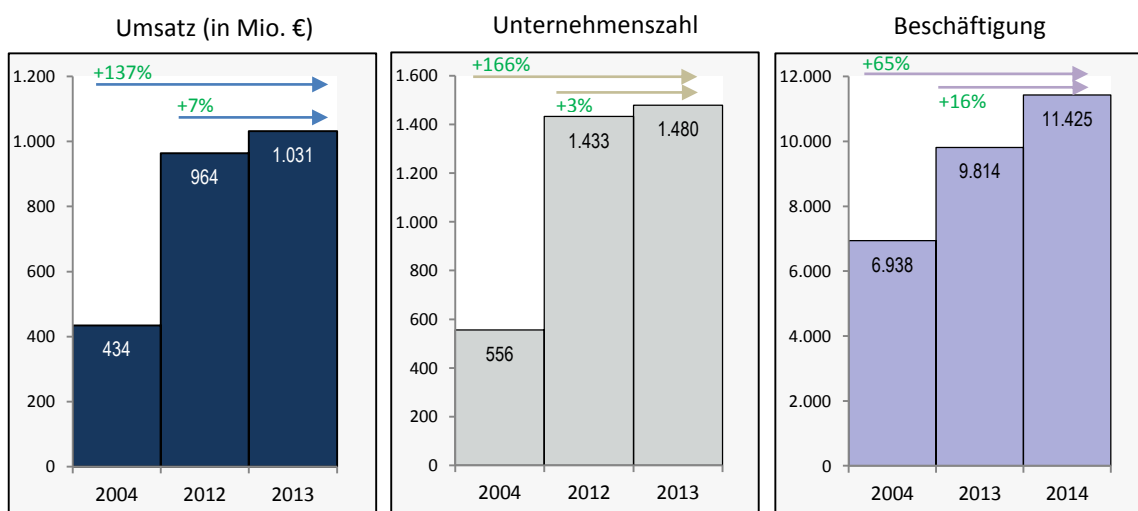
¹⁷ <http://berlinwebweek.de/about/>

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, beispielsweise Videospielekonsolen, Teil der Games-Wirtschaft. Anteilig fließen zudem Webportale, Werbeagenturen und Videotheken in den Markt mit ein. Im Rahmen des Medienindex Berlin-Brandenburg wird der Games-Markt einzeln ausgewiesen, der in der amtlichen Statistik ansonsten nur mit dem Software-Markt kumuliert dargestellt wird.

Die Berlin-Brandenburger Games-Branche erzielte 2013 Umsätze von gut einer Milliarde Euro, was ein Wachstum von 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Auch die Anzahl der Unternehmen wuchs leicht, um 3 Prozent, auf rund 1.500 im Jahr 2013. Mit einer Steigerung der Beschäftigungsverhältnisse um 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf nun fast 11.500 im Jahr 2014 weist die Gamesbranche den momentan am stärksten wachsenden Arbeitsmarkt aller hier untersuchten Branchen auf.

Abbildung 8: Der Games-Markt im Überblick



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2013 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2014 für Berlin-Brandenburg

Wie alle audiovisuellen Medien ist auch die Gamesbranche von der zunehmenden Konvergenz der Branchen und ihrer Vernetzung untereinander geprägt. Der wachsende Markt von Online- und Mobile-Games ist eines von vielen Beispielen dafür – sie gelten als Umsatztreiber und fördern Trends wie Social-Gaming.¹⁸ Von diesem Aufschwung profitiert auch die Spieleindustrie der Hauptstadtregion, die sich immer mehr zum Zentrum der internationalen Internet-Spieleindustrie entwickelt. Mittlerweile sind weltweit agierende Publisher und Distributoren in Berlin anzutreffen. Unternehmen wie

¹⁸ Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung: „3.Kreativwirtschaftsbericht“; <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft-und-technologie/branchen/ikt-medien-kreativwirtschaft/3-kreativwirtschaftsbericht/filmwirtschaft/artikel.180720.php>, zuletzt aufgerufen: 27.08.15

GameGenetics und ad2games vertreiben Mobile- und Online-Games in der ganzen Welt. ProSiebenSat.1 bündelt hier seit 2014 seinen Publisher Seven Games und seine gesamten Spiele-Aktivitäten,¹⁹ und auch die chinesische Firma Shanda zog es in die Hauptstadt. Die größten Spieleproduzenten der Region sind nach wie vor so erfolgreiche wie bekannte Unternehmen wie Wooga (Social- und Mobile-Games), GameDuell (Browser-Games) und Yager (Video-Games). Neben ihnen gibt es aber auch kleine, allerdings schnell wachsende Studios wie Infernum Productions, Skill Games und Stryking Entertainment.²⁰ Die Entwicklerszene ist Impulsgeber für die internationale Spieleindustrie und Innovationstreiber für andere Wirtschaftszweige. Einen großen Beitrag leistet dabei das gute Games-spezifische Aus- und Weiterbildungsangebot der Region.²¹

Während der International Games Week Berlin treffen sich jedes Jahr deutsche und internationale Vertreter der Branche. 2015 wurde in diesem Rahmen der im jährlichen Wechsel mit München ausgetragene, renommierte Deutsche Computerspielpreis verliehen.²² Darüber hinaus wird die Entwicklung der Games-Wirtschaft in Berlin-Brandenburg durch verschiedene branchenbezogene Verbände und Organisationen wie dem Bundesverband interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU), dem Bundesverband der Entwickler von Computerspielen (GAME), dem Firmennetzwerk games.net berlinbrandenburg und dem Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) weiterhin unterstützt und gefördert.²³

¹⁹ Stüber, Jürgen: „Warum Berlin neues Zentrum der Spieleindustrie wird“: <http://www.morgenpost.de/berlin-aktuell/startups/article125434483/Warum-Berlin-neues-Zentrum-der-Internet-Spieleindustrie-wird.html>, zuletzt aufgerufen: 26.08.15.

²⁰ Fehrenbach, Achim: „Von Zombies, Raumschiffen und hüpfenden Katzen“: <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/berliner-spieleindustrie-von-zombies-raumschiffen-und-huepfenden-katzen/10306026.html>, zuletzt aufgerufen: 07.08.2014.

²¹ Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung: „3.Kreativwirtschaftsbericht“; <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft-und-technologie/branchen/ikt-medien-kreativwirtschaft/3-kreativwirtschaftsbericht/filmwirtschaft/artikel.180720.php>, zuletzt aufgerufen: 27.08.15.

²² Booster Space UG: <http://www.gamesweekberlin.com/2015/about>, zuletzt aufgerufen: 28.08.15.

²³ <http://www.businesslocationcenter.de/de/industrie-und-dienstleistungsstandort/branchen-cluster/ikt-medien-und-kreativwirtschaft/games/netzwerke-initiativen-verbaende>, zuletzt aufgerufen: 16.04.2014.

4. Fazit

Die vorliegende Untersuchung der Branchen Film, Fernsehen, Web, Mobile und Games anhand der Faktoren Umsatz, Unternehmenszahl und Beschäftigung hat gezeigt, dass sich die audiovisuelle Medienwirtschaft in der Hauptstadtregion seit 2004 außerordentlich positiv entwickelt hat. Trotz der Krisenjahre und trotz eines sich von Grund auf wandelnden Konsumentenverhaltens durch die voranschreitende Digitalisierung, dem sich gerade die klassischen Branchen Film und Fernsehen zu stellen haben, erweist sich Berlin-Brandenburg als für die digitale Zukunft gut aufgestellter Medienstandort.

Der leichte Anstieg von Umsätzen und Unternehmenszahlen in der Film- und TV-Branche sowie das erneute Wachstum der Beschäftigungsverhältnisse geben Anlass zur Annahme, dass beide Branchen den Herausforderungen der Digitalisierung gewachsen sind und weiterhin eine bedeutende Säule der Berliner und Brandenburger Medienwirtschaft bleiben werden – gilt die Hauptstadtregion doch nach wie vor als wichtigster Produktionsstandort für nationale und internationale Produktionen.

Als Wachstumstreiber dürfen dennoch die Märkte Web, Mobile und Games gelten, die mit stetig steigenden Unternehmenszahlen und Beschäftigungsverhältnissen die wirtschaftliche Entwicklung der audiovisuellen Medienbranche wesentlich mitbestimmen. Sie profitieren in besonderem Maße von der Branchenvernetzung innerhalb der digitalen Medien und schaffen so die Basis für den weiteren Ausbau der Bewegtbildbranche.

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 von House of Research



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.



PROdigitalTV – Interessengemeinschaft digitale Medien e.V. ist ein Zusammenschluss unabhängiger Unternehmen der digitalen Medienwirtschaft.

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