

MEDIENINDEX BERLIN-BRANDENBURG 2017

Die Entwicklung der audiovisuellen Medienwirtschaft seit 2004

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

medienboard
BerlinBrandenburg

© Medienboard Berlin-Brandenburg / House of Research: Medienindex Berlin-Brandenburg 2017 - Die Entwicklung der audiovisuellen Medienwirtschaft seit 2004. Berlin / Potsdam 2017

INHALT

1.	EINLEITUNG	1
2.	METHODE	2
3.	ERGEBNISSE	5
3.1	DIE ENTWICKLUNG DER BEWEGTBILDWIRTSCHAFT INSGESAMT	5
3.2	DIE TEILMÄRKTE DER BEWEGTBILDWIRTSCHAFT	7
3.3	DIE BEWEGTBILDWIRTSCHAFT IM VERGLEICH	9
3.4	DIE ENTWICKLUNG DER TEILMÄRKTE IM ÜBERBLICK	14
3.5	FILM UND TV	16
3.6	WEB UND MOBILE	20
3.7	GAMES	23
4.	DURCHFÜHRENDES INSTITUT	26

1. Einleitung

Der *Medienindex* wurde erstmals 2014 durchgeführt und untersucht nun bereits zum vierten Mal die Entwicklung der Bewegtbildwirtschaft in der Region Berlin-Brandenburg hinsichtlich ihrer Umsatz-, Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen. Da verschiedene Branchen zur Erschaffung und Verbreitung von Bewegtbild beitragen, widmet sich der *Medienindex* den einzelnen Teilmärkten. Hierzu zählen Entwicklung, Produktion und Vermittlung sowohl im Segment der klassischen TV- und Filmmärkte als auch in den jüngeren audiovisuellen Branchen Web, Mobile und Games. Darüber hinaus berücksichtigt der *Medienindex* zuliefernde sowie an der Vermarktung, Distribution und Verwertung von Bewegtbildern beteiligte Geschäftsfelder.

In den Vorjahren zeigte sich ein größtenteils beständiges Wachstum der einzelnen Teilmärkte. 2014/15 wurde allerdings erstmals ein leichter Rückgang für einzelne Kennzahlen, vor allem in der Filmbranche, verzeichnet. Im vorliegenden *Medienindex*, der die Geschäftsjahre 2015 (Umsatz- und Unternehmenszahlen) und 2016 (Beschäftigtenzahlen) abbildet, setzt sich dieser Rückgang jedoch nicht fort. Stattdessen befinden sich nun alle Teilmärkte der audiovisuellen Wirtschaft auf deutlichem Wachstumskurs. Immer wichtiger werden dabei vor allem die Teilmärkte Mobile und Games.

2015 verzeichnete der gesamte Bewegtbildmarkt in Berlin-Brandenburg einen Umsatz von 7,5 Mrd. Euro und damit 14,7 Prozent mehr als noch 2014. Die Gesamtwirtschaft in der Region ist dagegen um lediglich 2,7 Prozent angewachsen. Zudem wachsen die untersuchten Teilmärkte der audiovisuellen Branche in Berlin-Brandenburg schneller, als es im gesamten Bundesdurchschnitt der Fall ist. Die Region beweist damit ihre enorme Anziehungskraft und ihre strukturellen Vorzüge für die Produktion und Verwertung von Bewegtbildern.

2. Methode

Die Datengrundlagen für den alljährlichen *Medienindex* sind die jeweils aktuell verfügbaren Daten der Umsatzsteuerstatistik des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg sowie der Beschäftigungsstatistiken der Bundesagentur für Arbeit. Anhand der Umsatzsteuerstatistik lassen sich sowohl die Anzahl aller Privatunternehmen und Selbstständigen ermitteln, die in der Region ihre Umsätze versteuern¹, als auch deren Gesamtumsätze, die sich aus den anfallenden Steuern ergeben. Ergänzt werden diese Daten anhand von Recherchen der Umsätze relevanter öffentlich-rechtlicher Unternehmen über weitere Quellen², um somit die gesamte Wirtschaftskraft abschätzen zu können. Die Anzahl der in den jeweils relevanten Branchen beschäftigten Personen wird über die Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit ermittelt. Diese bilden alle sozialversicherungspflichtig³ und geringfügig⁴ Beschäftigten der Region ab.⁵

Die Angaben in diesen Statistiken erfolgen nach einer Unterteilung in Wirtschaftsklassen, die zuletzt 2008 revidiert wurde und daher neuste Entwicklungen in einzelnen Bereichen des Marktes oder neu entstandene Branchenzweige nicht immer eindeutig abbildet. Eigene Definitionen der Bewegtbildbranche und deren Teilmärkte Film, TV, Mobile, Web und Games ermöglichen es, zugehörige Wirtschaftszweige selbst ausfindig zu machen und zuzuordnen. Dabei wird die gesamte Wertschöpfungskette der einzelnen Branchen, vom kreativen Entwurf über die Produktion bis hin zur Vermarktung, berücksichtigt. Einen groben Überblick

¹ Zu den umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen zählen sämtliche Privatunternehmen mit Lieferungen und Leistungen (Umsätzen) über 17.500 Euro pro Jahr.

² In den letzten Berichten sowie in diesem Bericht wurde zur Abschätzung der gesamten TV-Wirtschaft inklusive der TV-Erträge des rbb die Broschüre *Rundfunk Berlin-Brandenburg, „Zahlen und Fakten 2016“* herangezogen.

³ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte umfassen alle Arbeitnehmer, die kranken-, renten-, pflegeversicherungspflichtig und/oder beitragspflichtig nach dem Recht der Arbeitsförderung sind oder für die Beitragsanteile zur gesetzlichen Rentenversicherung oder nach dem Recht der Arbeitsförderung zu zahlen sind. Dazu gehören insbesondere auch Auszubildende, Altersteilzeitbeschäftigte, Praktikanten, Werkstudenten und Personen, die aus einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis zur Ableistung von gesetzlichen Dienstpflichten (z. B. Wehrübung) einberufen werden. Nicht zu den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zählen dagegen Beamte, Selbstständige, mithelfende Familienangehörige, Berufs- und Zeitsoldaten, sowie Wehr- und Zivildienstleistende. (Methodische Hinweise - Sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte. Bundesagentur für Arbeit).

⁴ Zu den geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen zählen Arbeitsverhältnisse mit einem niedrigen Lohn (geringfügig entlohnte Beschäftigung) oder mit einer kurzen Dauer (kurzfristige Beschäftigung). (Methodische Hinweise - Sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte. Bundesagentur für Arbeit).

⁵ Die Beschäftigungszahlen im *Medienindex* sind dabei ein Maß für den Umfang der Beschäftigung und entsprechen nicht exakt der Zahl beschäftigter Personen. So gibt es eine kleine Schnittmenge von Personen, die sowohl einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung als auch einer geringfügig entlohnten (monatliches Einkommen unter 450 Euro) bzw. einer kurzfristigen Beschäftigung im Nebenjob nachgehen (2013 waren es etwa 0,7 Prozent aller Beschäftigten). Diese Personen werden im *Medienindex* doppelt gezählt. (Vgl. Bundesagentur für Arbeit, „Methodenbericht. Beschäftigungsstatistik. Revision 2014.“ S.5).

über die (teilweise anteilig) eingeflossenen Branchen in die jeweiligen Teilmärkte gibt Abbildung 1.

Einzelne Unternehmen der zugeordneten Wirtschaftszweige werden anschließend unter Zuhilfenahme von Firmendatenbanken genauer untersucht. So kann geprüft werden, zu welchem Anteil ein Wirtschaftszweig dem jeweiligen Teilmarkt zuzurechnen ist. Anteilig stärker eingeflossene Branchen werden in der schematischen Darstellung mittels größerer Schriftart verdeutlicht. Die Summen der Umsatz-, Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen der einzelnen Teilmärkte werden aus diesen (anteiligen) Wirtschaftszweigen errechnet. Anschließend lassen sich hieraus wiederum die wirtschaftlichen Gesamtzahlen für die Bewegtbildbranche als Ganzes errechnen.

Die von den Ämtern öffentlich zur Verfügung gestellten Zahlen weisen aus Datenschutzgründen an einigen Stellen Lücken auf. Diese werden im Rahmen des *Medienindex* durch gesondert beantragte Auswertungen der Ämter geschlossen, bei denen relevante Wirtschaftszweige in branchenaggregierter Form ausgegeben werden.

Mittels Fachliteratur werden die amtlichen Zählungen abschließend nochmals validiert und letzte Lücken über Geschäftsberichte und weitere Quellen geschlossen, sodass die hier vorliegenden Zahlen vollständig sind.

Als Basis der Untersuchung dienen die jeweils aktuellsten verfügbaren Daten. Dies sind bei der Umsatzsteuerstatistik die Daten des Jahres 2015⁶ und bei der Beschäftigtenstatistik die Zahlen des Jahres 2016.

⁶ Die Daten der Umsatzsteuerstatistik erscheinen in der Regel knapp 1,5 Jahre nach Ende des Berichtsjahres.

Abbildung 1: Die Teilmärkte und ihre Wirtschaftszweige (Auswahl)



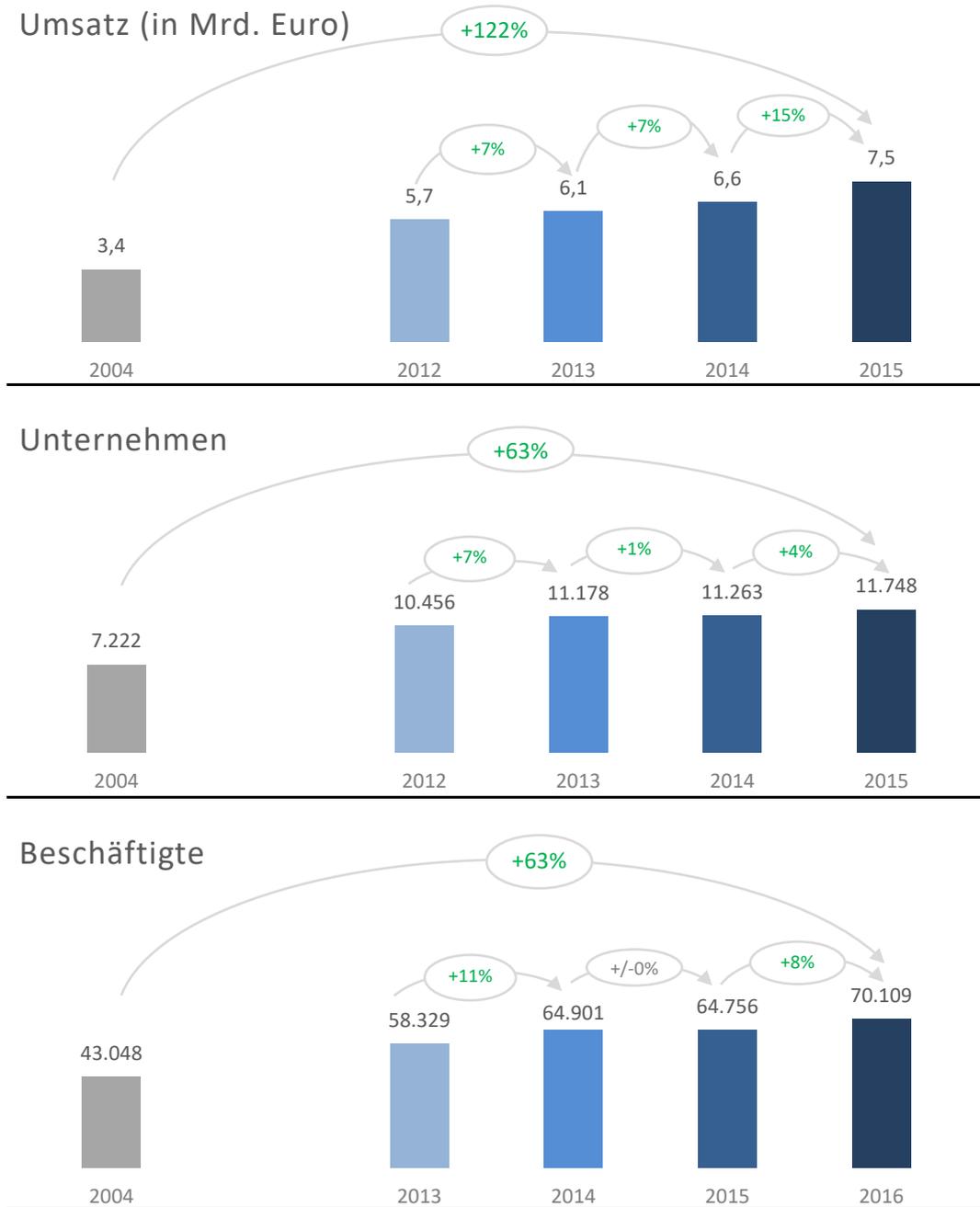
3. Ergebnisse

3.1 Die Entwicklung der Bewegtbildwirtschaft insgesamt

Die Bewegtbildbranche in der Region Berlin-Brandenburg knüpft auch im diesjährigen *Medienindex* an die Entwicklungen der letzten Jahre an und zeigt in allen Bereichen ein deutliches Wachstum (Abbildung 2). Gegenüber jeweils 7 Prozent Umsatzwachstum in den Vorjahren, hat sich diese Entwicklung nun sogar mehr als verdoppelt, sodass die Bewegtbildbranche nach einer Steigerung um knapp 15 Prozent für das Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von 7,5 Mrd. Euro verzeichnete. Auch die Zahl der Unternehmen stieg mit 4 Prozent deutlich stärker an als im Vorjahr. Die Zahl der Beschäftigten stagnierte 2015, erfuhr 2016 jedoch wieder ein Wachstum von etwa 8 Prozent. Insgesamt waren damit 2016 über 70.000 Menschen in der Bewegtbildbranche beschäftigt.

Als sehr gutes Zeichen für die Etablierung der Bewegtbildwirtschaft als beschäftigungsrelevanter Wirtschaftssektor kann das starke Wachstum an sozialversicherungspflichtigen Vollzeitbeschäftigten gesehen werden. 2016 arbeiteten rund 63.000 Menschen, und damit 9 Prozent mehr als noch 2015, in hauptberuflicher Ausübung für Wirtschaftszweige der Bewegtbildwirtschaft. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten hat sich dagegen kaum sichtbar erhöht und ist seit 2004 sogar um 19 Prozent zurückgegangen. Die Bewegtbildwirtschaft entwickelt sich damit weiterhin zu einem Sektor, der für reguläre Beschäftigung sorgt.

Abbildung 2: Entwicklung des Bewegtbildmarktes in Berlin-Brandenburg



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2015 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2016 für Berlin-Brandenburg.

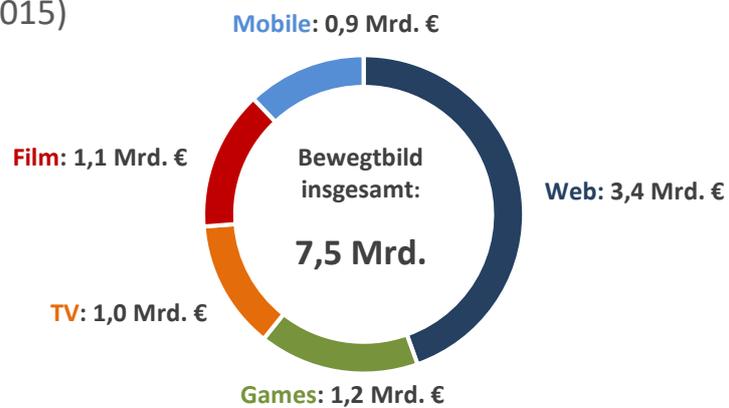
3.2 Die Teilmärkte der Bewegtbildwirtschaft

Sowohl die Umsatz- und Unternehmenszahlen 2015 als auch die Beschäftigtenzahlen 2016 zeigen in allen Teilmärkten eine steigende Entwicklung gegenüber dem Vorjahr. Der Gesamtumsatz der Bewegtbildwirtschaft betrug 7,5 Mrd. Euro und gut 70.000 Arbeitnehmer waren in etwa 11.700 Unternehmen beschäftigt (Abbildung 3).

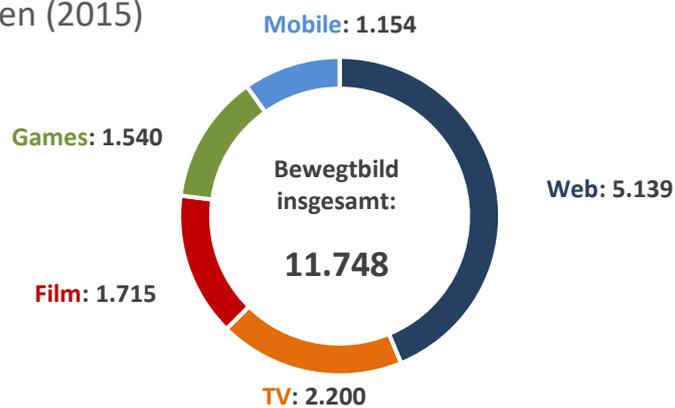
Den größten Anteil nahm dabei in allen drei Bereichen die Web-Branche (audiovisuelle Internetwirtschaft) ein. Wie bereits im Vorjahr stellte dieser Teilmarkt auch 2016 mit nunmehr über 36.000 Arbeitnehmern etwas über die Hälfte aller Beschäftigungsverhältnisse in der Bewegtbildbranche. Die Teilmärkte Film und TV haben 2015 mit ihrem Umsatz die Milliardengrenze überschritten und auch der Teilmarkt Mobile steuert mit gut 900 Mio. Euro Umsatz weiter darauf zu. Die Games-Branche ist 2015 um 34 Unternehmen auf eine Gesamtzahl von 1.540 Unternehmen am Standort Berlin-Brandenburg angewachsen und erwirtschaftete einen Gesamtumsatz von 1,2 Mrd. Euro. Sie beschäftigte 2016 über eintausend Mitarbeiter mehr als im Vorjahr (insgesamt 12.165) und zeigt damit bei den Beschäftigungsverhältnissen das verhältnismäßig größte Wachstum aller Teilmärkte.

Abbildung 3: Der Bewegtbildmarkt in Berlin-Brandenburg 2015/2016 im Überblick

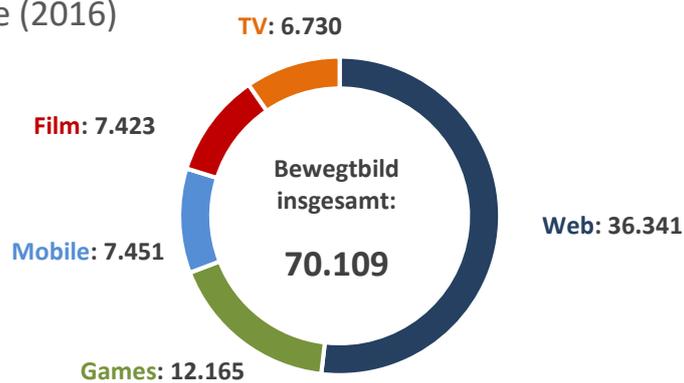
Umsatz (2015)



Unternehmen (2015)



Beschäftigte (2016)



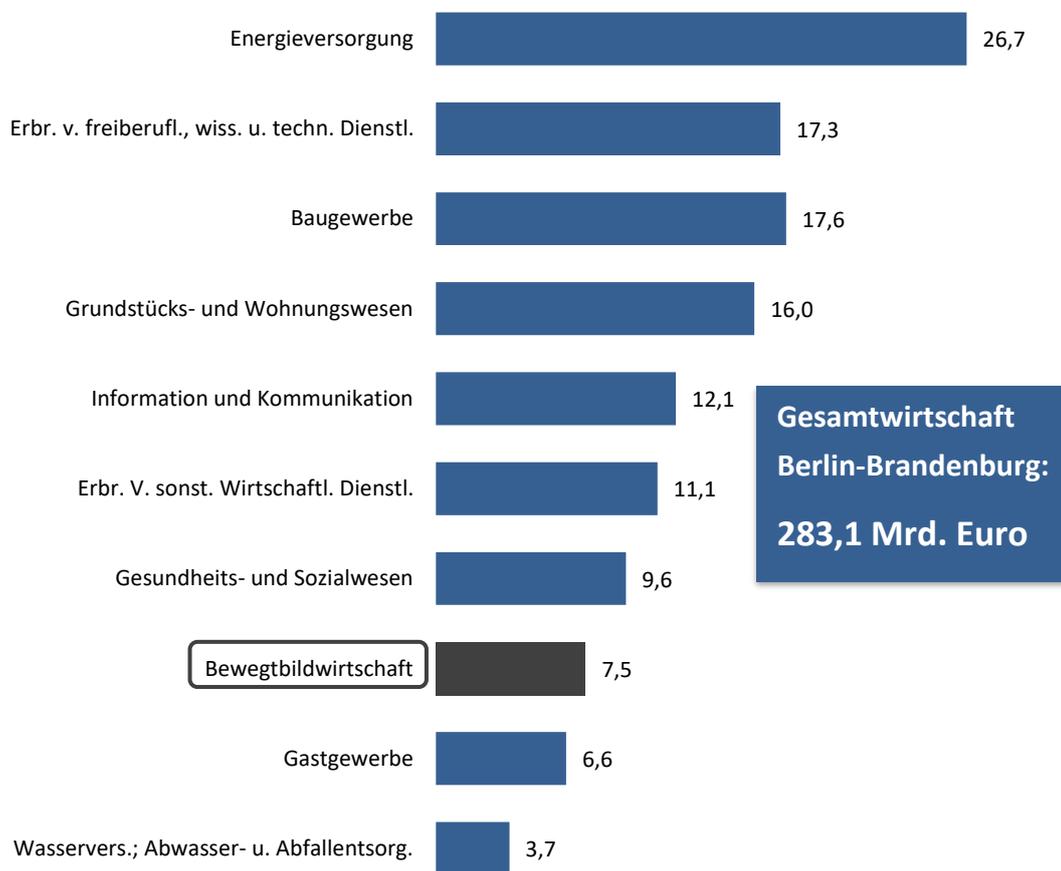
Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2015 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2016 für Berlin-Brandenburg.

3.3 Die Bewegtbildwirtschaft im Vergleich

Vergleich der Bewegtbildwirtschaft mit anderen Branchen in Berlin-Brandenburg

2015 hatte die Bewegtbildwirtschaft in der Region Berlin-Brandenburg mit einem Gesamtumsatz von 7,5 Mrd. Euro einen Anteil von 2,6 Prozent an der gesamten regionalen Wirtschaftskraft (283 Mrd. Euro). Sie lag damit dicht hinter wichtigen Wirtschaftszweigen wie dem Sozial- und Gesundheitswesen und noch vor dem in der Hauptstadtregion prosperierenden Gastgewerbe.

Abbildung 4: Umsätze der Bewegtbildwirtschaft und anderer Wirtschaftszweige in Berlin-Brandenburg 2015 (in Mrd. Euro)



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2015 für Berlin-Brandenburg.

Anmerkung: Der Umsatz der Bewegtbildwirtschaft (hier 7,5 Mrd. Euro) errechnet sich als Summe der Teilmengen ausgewählter Wirtschaftszweige aus den restlichen hier dargestellten Wirtschaftsabschnitten. Zur Bildung der Gesamtsumme aller Umsätze (Gesamtwirtschaft) ist das Summieren der Bewegtbildwirtschaft zu den restlichen Wirtschaftsabschnitten nicht zulässig.

Vergleich der Bewegtbildwirtschaft mit der Gesamtwirtschaft Berlin-Brandenburgs

Seit 2004 ist die Gesamtwirtschaft Berlin-Brandenburgs um 69 Prozent gewachsen. Die Bewegtbildwirtschaft hat sich noch schneller entwickelt und steigerte ihre Umsätze seit 2004 um 122 Prozent. Abzulesen ist diese besondere Entwicklung der Bewegtbildwirtschaft an deren prozentualem Anteil an der Gesamtwirtschaft in Berlin-Brandenburg. 2004 erwirtschafteten die Unternehmen der Bewegtbildwirtschaft noch 2 Prozent aller in Berlin-Brandenburg erzielten Umsätze. Dieser Anteil wuchs seitdem kontinuierlich an und betrug 2015 bereits 2,7 Prozent der Gesamtwirtschaft in der Region (Abbildung 5).

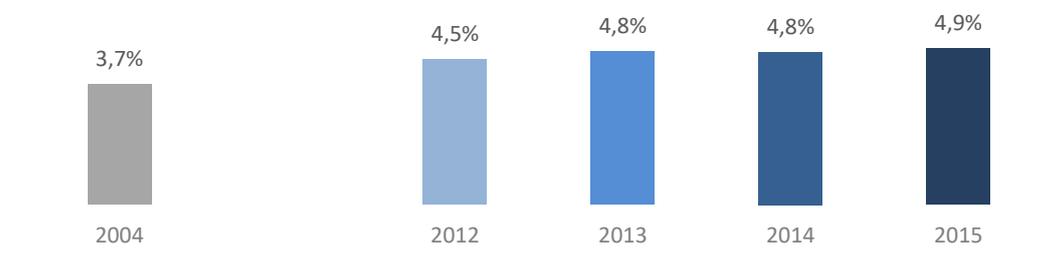
Auch die Zahl der Unternehmen der Bewegtbildwirtschaft wächst deutlich schneller als die Zahl aller Unternehmen der Region. 2004 betrug der Anteil der Unternehmen aus der Bewegtbildbranche an allen Unternehmen noch 3,7 Prozent. 2015 machten die audiovisuellen Unternehmen fast 4,9 Prozent der Gesamtunternehmenszahl aus. Gleiches gilt für die Zahl der Beschäftigten. Auch hier ist der Anteil der Beschäftigten aus der Bewegtbildwirtschaft an allen Beschäftigten der Region von 2,1 Prozent im Jahr 2004 auf 2,8 Prozent im Jahr 2016 angestiegen.

Abbildung 5: Anteil der Bewegtbildwirtschaft an der Gesamtwirtschaft in Berlin-Brandenburg

Umsatzanteil



Unternehmensanteil



Beschäftigungsanteil



Basis: Umsätze, Unternehmenszahlen und Beschäftigungszahlen der Gesamtwirtschaft in Berlin-Brandenburg in den jeweiligen Jahren.

Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2015 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2016 für Berlin-Brandenburg.

Vergleich der Bewegtbildwirtschaft in Berlin-Brandenburg mit der Bewegtbildwirtschaft in ganz Deutschland

Die Bewegtbildwirtschaft ganz Deutschlands, wie sie im *Medienindex* definiert ist, konnte sich in den letzten Jahren stetig steigern und erwirtschaftete 2015 einen Gesamtumsatz von 125,4 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die audiovisuelle Wirtschaft Berlin-Brandenburgs hat mit einem Wachstum um 15 Prozent auf insgesamt 7,5 Mrd. Euro Umsatz mehr als die doppelte Steigerung erzielt und erreichte damit 2015 einen Anteil von knapp über 6 Prozent am gesamtdeutschen Bewegtbildmarkt.

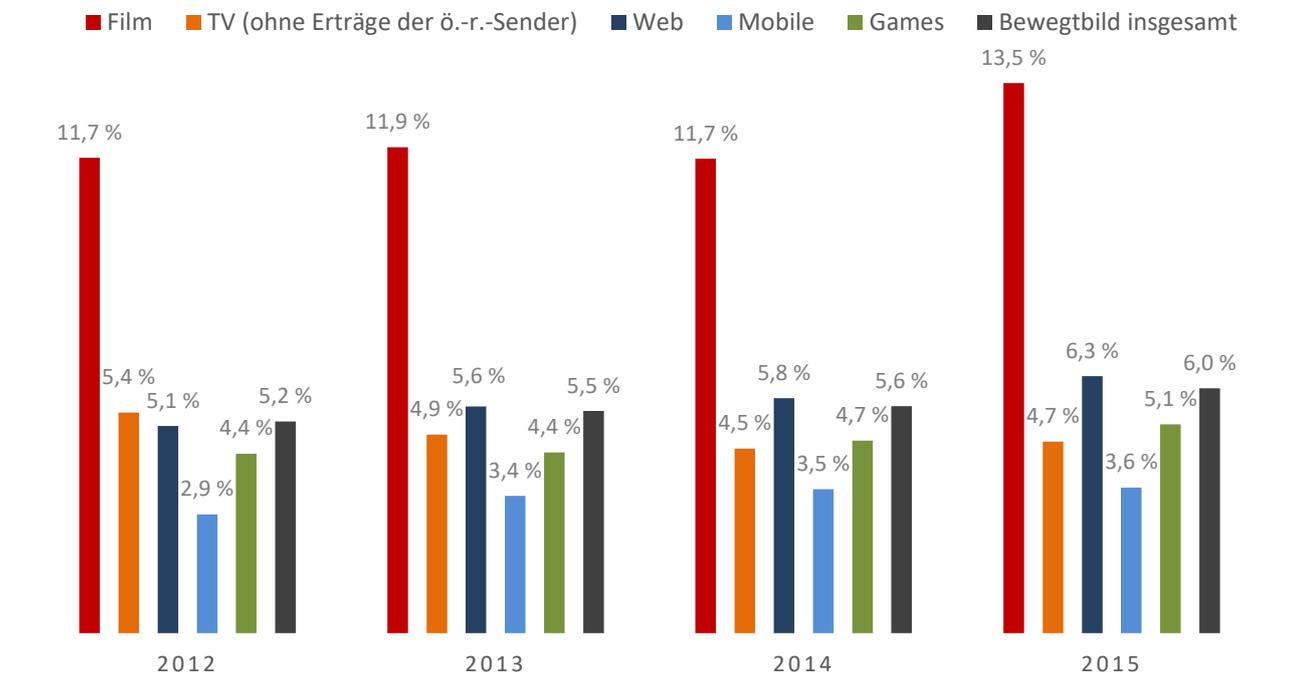
Alle im *Medienindex* definierten Teilmärkte der Bewegtbildwirtschaft sind seit dem Vorjahr deutschlandweit gewachsen. Auffällig ist, dass in Berlin-Brandenburg jeder dieser Zweige stärker gewachsen ist als im bundesweiten Durchschnitt. In dieser Region entwickelt sich der Bewegtbildmarkt demnach stärker und sein Anteil an der gesamtdeutschen Bewegtbildwirtschaft wächst.

Besonders positiv fällt der Teilmarkt Film auf, der 2015 in der Region Berlin-Brandenburg ein Umsatzwachstum von 22,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnete. Hier ist auch mit 13,5 Prozent der Anteil an der gesamtdeutschen Filmwirtschaft am größten. Der Berlin-Brandenburger TV-Markt war 2015 mit 4,7 Prozent Umsatzanteil an der deutschen TV-Wirtschaft beteiligt, dies entspricht einer Steigerung von 0,2 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (Abbildung 6).

Mit einer Steigerung auf 6,3 Prozent Umsatzanteil wächst auch der Teilmarkt Web in Berlin-Brandenburg stetig. Dasselbe gilt für den Teilmarkt Mobile, der 3,6 Prozent des gesamtdeutschen Mobile-Marktes ausmacht. Der Umsatzanteil am deutschen Games-Markt stieg auf 5,1 Prozent an.

Die Bedeutung Berlin-Brandenburgs wächst somit für alle Teilmärkte der Bewegtbildwirtschaft. Immer mehr Firmen siedeln sich in der Hauptstadtregion an, schaffen neue Arbeitsplätze und sorgen für weiteres Umsatzwachstum.

Abbildung 6: Anteil der Umsätze in Berlin-Brandenburg an bundesdeutschen Umsätzen der einzelnen Teilmärkte



Basis: Umsätze der Teilmärkte der Bewegtbildwirtschaft und der gesamten Bewegtbildwirtschaft in ganz Deutschland und in den jeweiligen Jahren.

Lesebeispiel: Die Berlin-Brandenburger Filmwirtschaft erwirtschaftete 2014 11,7 Prozent der Umsätze der gesamtdeutschen Filmwirtschaft.

Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2015 für Berlin-Brandenburg und für ganz Deutschland.

3.4 Die Entwicklung der Teilmärkte im Überblick

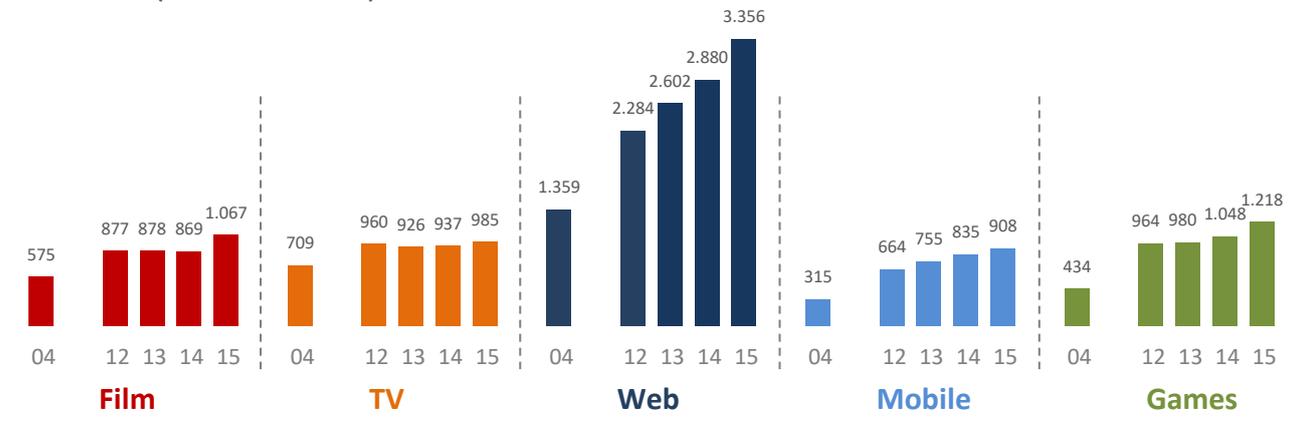
Die Betrachtung der Teilmärkte in ihrer Gesamtheit zeigt, dass besonders der digitale Markt in der Region Berlin-Brandenburg stark wächst (Abbildung 7). Vor allem in den Umsatzzahlen zeigen die Teilmärkte Web, Mobile und Games ein kontinuierliches Wachstum, während die Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten zwar ebenfalls steigt, jedoch nicht gleichermaßen stark wie die wirtschaftliche Leistung. Der Umsatz pro Unternehmen hat demnach zugenommen.

Auch die Teilmärkte Film und TV befinden sich im Aufschwung. Nachdem sie in den letzten Jahren eher mit sinkenden Umsatzzahlen zu kämpfen hatten, übertreffen die Werte 2015 erstmals den jeweiligen Gesamtumsatz von 2012. Die Filmbranche erreicht noch nicht den Spitzenwert der Unternehmensanzahl von 2013, scheint sich aber 2015 vom schwächeren Vorjahr zu erholen. Die Zahl der Beschäftigten schwankt in beiden Teilmärkten leicht von Jahr zu Jahr, weist für 2016 aber einen leicht höheren Wert zum Vorjahr auf und ist insgesamt weiterhin als stabil anzusehen.

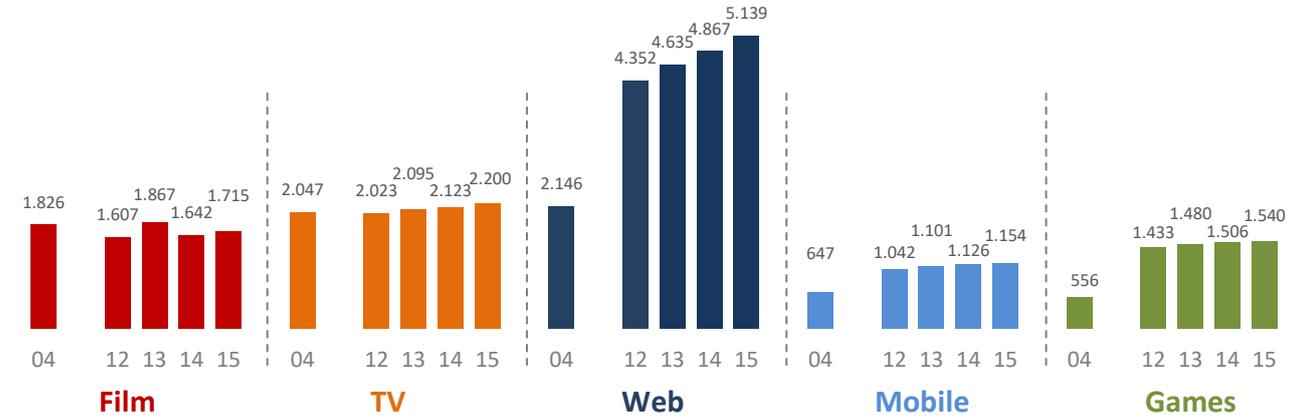
Die Entwicklung aller Teilmärkte ist demnach insgesamt als positiv anzusehen und zeigt in allen Bereichen eine Steigerung zum Vorjahr.

Abbildung 7: Die Entwicklung der Teilmärkte im Überblick

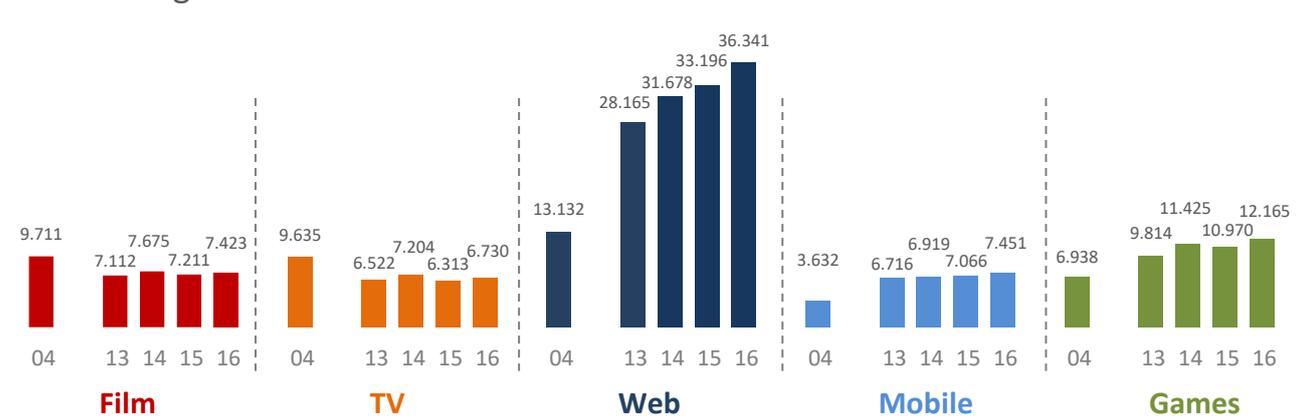
Umsatz (in Mio. Euro)



Unternehmen



Beschäftigte



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2015 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2016 für Berlin-Brandenburg.

3.5 Film und TV

Der Gesamtumsatz der TV- und Filmwirtschaft in Berlin-Brandenburg im Jahr 2015 betrug 2,1 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Besonders die Filmbranche hat mit einem Umsatzwachstum von 23 Prozent stark zu dieser Steigerung beigetragen. Erwirtschaftet wurde der Gesamtumsatz von insgesamt 3.915 Unternehmen der Region. Im Jahr 2016 wurden rund 14.000 Beschäftigte in der TV- und Filmwirtschaft Berlin-Brandenburgs registriert.

Der Teilmarkt Film umfasst auf Vertriebs- und Verbreitungsseite Videotheken, Kinos sowie den Einzelhandel mit Filmen und sonstige Leistungen des Vertriebs und Verleihs. Der Produktionsseite der Filmwirtschaft lassen sich die Darstellende Kunst und andere kreative Leistungen sowie die Herstellung und Nachbearbeitung von Filmen und Videofilmen zuordnen. Der Teilmarkt TV beinhaltet auf Vertriebsseite die verschiedenen Fernsehveranstalter und den Einzelhandel mit TV-Geräten. Die Herstellung von Fernsehprogrammen und Fernsehgeräten, die Darstellende Kunst und weitere Leistungen der Fernsehfilmproduktion und Nachbearbeitung sowie der TV-Journalismus gehören der Produktionsseite der TV-Branche an.

Nach dem Rückgang der Zahlen im Vorjahr kann die Berlin-Brandenburger Filmbranche nun wieder eine positive Entwicklung verzeichnen. Die Unternehmens- und Beschäftigtenzahlen trugen mit einem Jahreswachstum von 4 beziehungsweise 3 Prozent zur Stärkung der Filmwirtschaft bei. Besonders auffällig sind aber die Umsatzzahlen. Sie lassen mit einer Steigerung von 23 Prozent auf fast 1,1 Mrd. Euro ein deutliches Wachstum erkennen. Dazu beigetragen hat maßgeblich der Wirtschaftszweig des Filmverleihs und -vertriebs. Dieser weist ein Umsatzwachstum von 67 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf, das mit einem Wachstum der Unternehmenszahlen von 60 Prozent in diesem Wirtschaftszweig einhergeht. Während es sich bei den hinzugekommenen Unternehmen überwiegend um kleinere Verleihfirmen handelt, wurde der Großteil des Umsatzwachstums von den bereits länger in der Region ansässigen, großen Unternehmen erwirtschaftet. Laut *FFA* hat das Jahr 2015 für deutsche Filme einen Rekordumsatz eingefahren. Rund 13 Mio. Besucher unter den Top 20 lassen sich Berliner Verleihfirmen zuordnen (2014 waren es noch 8 Mio.). Allein die Einnahmen aus Ticketerlösen sind um 19,1 Prozent gestiegen und dürften sich unmittelbar auf den Umsatz des Filmverleihs ausgewirkt haben. 2015 wurden der *FFA* zufolge auch insgesamt 15,7 Prozent mehr Kinotickets für deutsche Filme verkauft als im Vorjahr. Unter anderem sorgten dabei Produktionen wie *Fack ju Göhte 2* oder *Honig im Kopf* mit jeweils mehr

als 7 Mio. Kinobesuchern 2015 für diese Rekordwerte.⁷ Doch auch alle anderen Zweige der Filmwirtschaft konnten 2015 eine Umsatzsteigerung verzeichnen.

Abgesehen von dieser Entwicklung profitiert die Region auch weiterhin von den guten Produktionsbedingungen für Film und Fernsehen. So gibt es in Berlin-Brandenburg sowohl bedeutende Filmstudios, wie das *Studio Babelsberg* und das *Studio Adlershof*, als auch wichtige Verbände und Netzwerke der Filmbranche. Das *Studio Babelsberg* begann 2016 mit den Dreharbeiten für eine der aufwändigsten deutschen Serien aller Zeiten: *Babylon Berlin*. Die Serie ist eine Zusammenarbeit der *ARD* sowie des Pay-TV-Senders *Sky* und wird ab Oktober 2017 zunächst auf *Sky* ausgestrahlt. Auch internationale Filme wie *Mute*, ein Science-Fiction-Thriller unter Regie von Duncan Jones, wurden 2016 in Berlin gedreht. Insgesamt sind 2016 rund 300 nationale und internationale Produktionen in Berlin-Brandenburg entstanden.⁸ Des Weiteren gibt es in Berlin eine Reihe an nationalen und internationalen Filmfestspielen. So konnte die *Berlinale 2016* mit über 335.000 verkauften Eintrittskarten einen neuen Besucherrekord erzielen und die internationale Aufmerksamkeit noch stärker auf die Hauptstadtregion ziehen.⁹ Dies trägt zur positiven Entwicklung der Filmwirtschaft Berlin-Brandenburgs ebenso bei wie die Film- und Serienproduktion vor Ort.

Auch der Teilmarkt TV weist insgesamt eine positive Entwicklung auf. Die Unternehmenszahl der gesamten TV-Branche Berlin-Brandenburgs ist im Vergleich zum Vorjahr um 4 Prozent gewachsen, die Beschäftigtenzahlen um 7 Prozent. Eine fünfprozentige Steigerung auf 985 Mio. Euro konnten die Umsatzzahlen dieser Branche verzeichnen. Erklären lässt sich dies in Teilen mit der immer noch sehr hohen Nutzung des Fernsehers. Das TV-Gerät ist in der deutschen Gesamtbevölkerung nicht nur das wichtigste Endgerät zur Videonutzung, sondern gar das meistgenutzte Medium überhaupt¹⁰ (wenngleich für die meisten Jüngeren das Smartphone mittlerweile wichtiger, als das TV-Gerät ist). So betrug die Sehdauer des klassischen TV 2015 täglich im deutschen Durchschnitt 223 Minuten. Die durchschnittliche Tagesreichweite lag bei 69,2 Prozent der deutschen Bevölkerung.¹¹ Davon profitierte der Handel mit TV-Geräten und Ergänzungen der Unterhaltungselektronik, wie zum Beispiel Blu-Ray-Player. Auch das Aufkommen immer neuer

⁷ FFA (2016): FFA-info. Zahlen aus der Filmwirtschaft 1/2016, S. 5 ff.

⁸ Berlin Brandenburg Film Commission, „Filmplandkarte Brandenburg 2016“.

⁹ https://www.berlinale.de/de/archiv/jahresarchive/2016/01_jahresblatt_2016/01_jahresblatt_6.html.

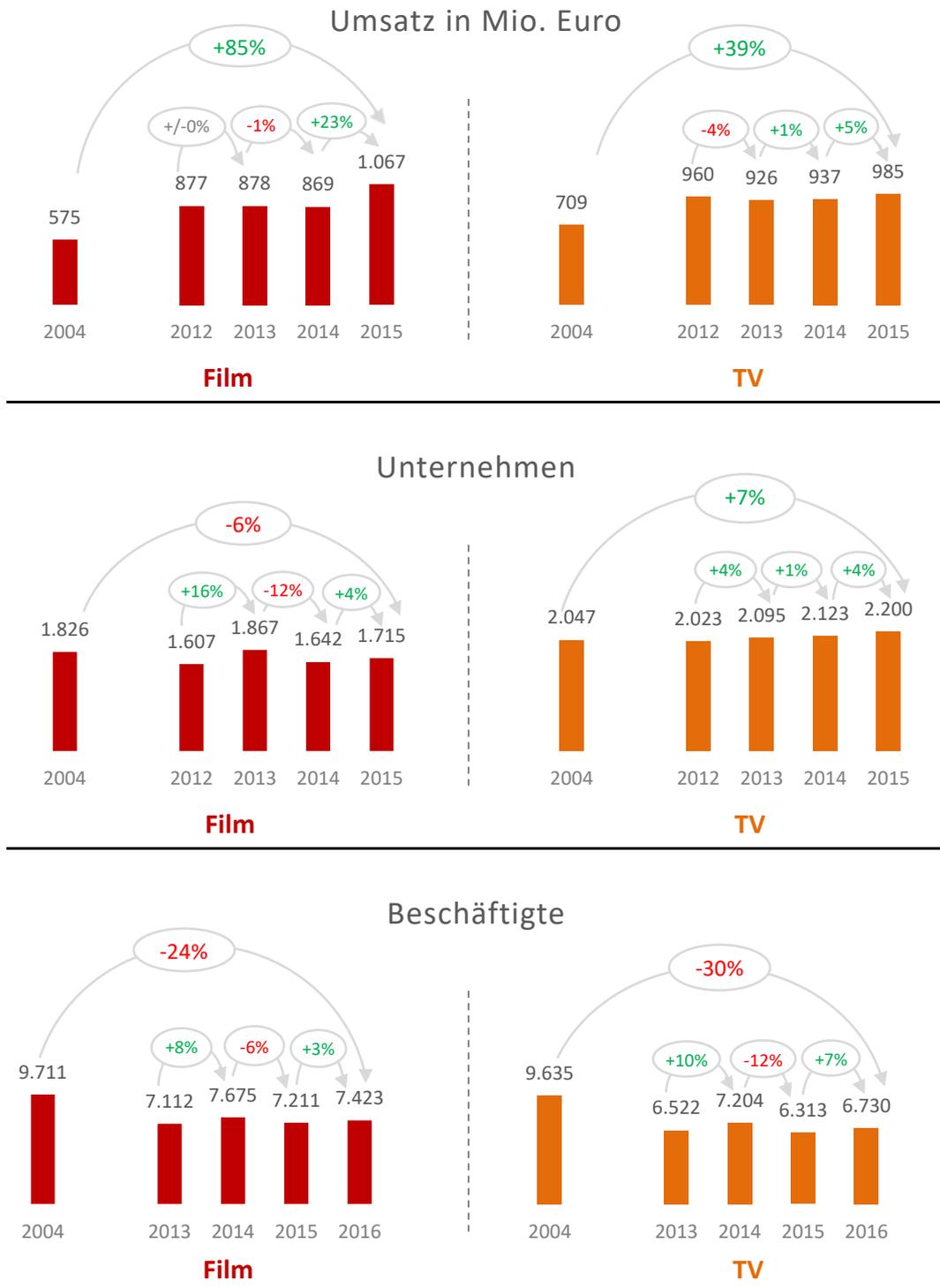
¹⁰ Die Medienanstalten / TNS Infratest (2016): Digitale Entwicklung in Berlin und Brandenburg - Digitalisierungsbericht 2016, S. 89.

¹¹ vprt: Mediennutzung in Deutschland 2015.

Technologien wie HD oder Ultra-HD spielen für dieses Wachstum eine Rolle. Im Juni 2015 waren ein Zehntel aller verkauften Fernseher bereits Ultra HD-Geräte. Diese haben laut GfK 25 Prozent des Umsatzes mit TV-Geräten ausgemacht.¹²

¹² <http://www.gfk.com/de/insights/press-release/weltweiter-markt-fuer-unterhaltungselektronik-waechst-dank-ultra-hd-fernsehern-und-bluetooth/>

Abbildung 8: Film- und TV-Wirtschaft in Berlin-Brandenburg



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2015 für Berlin-Brandenburg, Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2016 für Berlin-Brandenburg sowie Rundfunk Berlin-Brandenburg, „Zahlen und Fakten 2016“.

3.6 Web und Mobile

Die Bereiche Web und Mobile umfassen als Online-Bewegtbildwirtschaft 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. Der Schwerpunkt der Web-Branche liegt dabei auf der Entwicklung für den stationären Gebrauch für PC oder Mac, während die Mobile-Branche sich auf den mobilen Gebrauch auf Smartphones und Tablets konzentriert.

Mit einem Gesamtumsatz von 3,4 Mrd. Euro erreichte der Teilmarkt Web 2015 ein Umsatzplus von 17 Prozent und damit das größte Wachstum der vergangenen Jahre. Auch der Teilmarkt Mobile weist erneut eine Steigerung auf und hat 2015 einen Gesamtumsatz von 900 Mio. Euro in der Region erwirtschaftet, was einem Umsatzplus von 9 Prozent gegenüber 2014 entspricht.

Die Zahl der Unternehmen wuchs 2015 zwar ebenfalls, folgt aber vor allem im Teilmarkt Web mit einem Plus von 6 Prozent nicht dem starken Umsatzwachstum. Demnach begründet sich der hohe Gesamtumsatz 2015 nicht mit einer Zunahme neuer Unternehmen in Berlin-Brandenburg, sondern vor allem mit einem wirtschaftlichen Wachstum der bereits bestehenden. Dies lässt sich auch für den Teilmarkt Mobile beobachten. Die Beschäftigtenzahlen 2016 stiegen ebenfalls in beiden Teilmärkten weiterhin leicht an. Auch hier zeigt sich im Teilmarkt Web mit 9 Prozent ein größerer Anstieg als im Teilmarkt Mobile mit 5 Prozent. Beide Teilmärkte zusammen beschäftigen fast 44.000 Personen in rund 6.300 Unternehmen. Das sind 4.000 Mitarbeiter und 300 Unternehmen mehr als noch im Vorjahr.

Bewegtbildnutzung wird insgesamt zunehmend digitaler und mobiler. Studien belegen, dass im Zuge der Digitalisierung auch Videoinhalte immer öfter an Smart-TV, Tablet oder Smartphone konsumiert werden. Zwar bleibt der Fernseher beim Bewegtbildkonsum das meistgenutzte Endgerät der deutschen Gesamtbevölkerung, für über die Hälfte der unter 29-Jährigen ist das Smartphone mittlerweile aber das wichtigste Gerät zur Nutzung von Videoinhalten¹³. Die Bewegtbildnutzung findet bei dieser Altersgruppe vermehrt online statt, und zwar

¹³ Die Medienanstalten / TNS Infratest (2016): Digitale Entwicklung in Berlin und Brandenburg - Digitalisierungsbericht 2016, S. 83.

sowohl auf dem Smartphone, insbesondere für kürzere Videos, als auch zeitversetzt auf dem Smart-TV und anderen Geräten. In der Region existiert eine bedeutende Produktionslandschaft, die nicht mehr nur für Film und Fernsehen tätig ist, sondern vermehrt auch im stark gewachsenen Video-on-Demand-Sektor. Sowohl kostenlose beziehungsweise werbefinanzierte Angebote wie *YouTube* werden von den Jüngeren immer intensiver genutzt, als auch Bezahlangebote wie *Netflix* oder *Amazon Prime Video*¹⁴, die sich vermehrt über exklusive Serienproduktionen gegeneinander abgrenzen wollen, die sie auch in der Region produzieren lassen. Seit Oktober 2016 lässt *Netflix* beispielsweise in Berlin die Mysterie-Serie *Dark* drehen und *Amazon Prime Video* feierte im März 2017 mit dem deutschen Serienhighlight *You Are Wanted* bereits Premiere.

Zahlreiche Veranstaltungen am Standort bieten den Unternehmen des Teilmarkts Web und Mobile Gelegenheit, sich zu vernetzen und zum aktuellen digitalen Geschehen auf dem neuesten Stand zu bleiben. So hat beispielsweise die jährlich in Berlin stattfindende *re:publica* in Kooperation mit der *Media Convention Berlin*, einem der weltweit größten Kongresse für Medien und das Web 2.0, auch 2017 wieder eine große Besucherzahl angezogen. Rund 1.000 Redner widmeten sich an den drei Messtagen verschiedensten Bereichen der digitalen Wirtschaft und zeigten die Trends in der digitalen Mediennutzung auf. Mit über 9.000 Gästen aus 70 verschiedenen Ländern wurde erneut ein Besucherrekord erzielt.¹⁵ Auch die weltweit größte Fachmesse für Elektronik und Medien findet in Berlin statt: Jedes Jahr werden auf der IFA (Internationale Funkausstellung) unter anderem die neuesten Technologien zur Mediennutzung präsentiert.

Als Meilenstein der digitalen Entwicklung in der Region Berlin-Brandenburg kann die Ernennung Potsdams zum „MediaTech Hub“ durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gesehen werden. Diese Initiative dient der Stärkung eines medientechnologischen Netzwerks zwischen etablierten Unternehmen, Wissenschaft und Start-Ups in Potsdam. Insgesamt gibt es in Deutschland zwölf verschiedene „Digital Hubs“, die das Ziel haben, innovative Zusammenarbeit zu fördern.¹⁶ Auch Berlin ist bereits seit Ende 2016 als „IoT & FinTech Hub“¹⁷ vertreten.

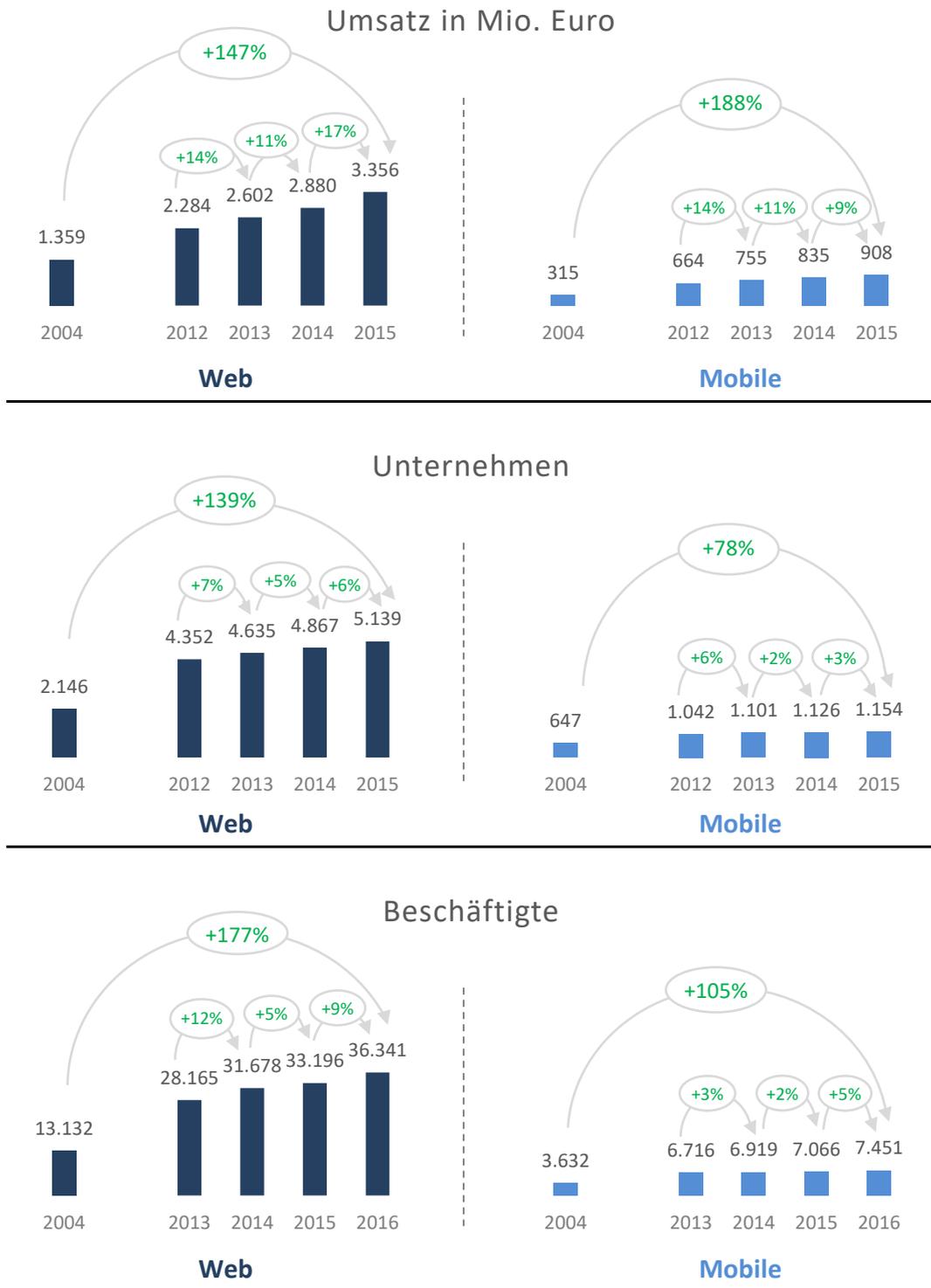
¹⁴ Die Medienanstalten (Hrsg.) (2016): Digitalisierungsbericht 2016. S. 37.

¹⁵ <http://www.horizont.net/medien/nachrichten/republica-2017-Veranstalter-freuen-sich-ueber-Rekord-bei-Besucher-und-Frauenquote-158025>.

¹⁶ <https://www.medienboard.de/infothek/aktuelle-meldungen/aktuelles/News/detail/News/potsdam-wird-zum-neuen-media-tech-hub/>.

¹⁷ Digital Hub für „Internet of Things“ & „Innovative Finanztechnologie“.

Abbildung 9: Web- und Mobile-Wirtschaft in Berlin-Brandenburg



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2015 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2016 für Berlin-Brandenburg.

3.7 Games

Um die gesamte Wertschöpfungskette der Games-Branche darzustellen, wird der Games-Markt im *Medienindex* Berlin-Brandenburg einzeln ausgewiesen, während er in der amtlichen Statistik mit dem Software-Markt kumuliert dargestellt ist. Als Elemente der Games-Branche wurden anteilig sowohl die kreative Konzeption, die Programmierung und Vervielfältigung der Software als auch die Entwicklung und Produktion der entsprechenden Endgeräte und die Vermarktung und der Vertrieb von Spielen, Spielekonsolen und anderen spieletauglichen Endgeräten eingerechnet. Dies ermöglicht eine weitreichendere Beachtung der beteiligten Wirtschaftszweige als es beim Kernbereich der Games-Wirtschaft der Fall ist, der lediglich das Entwickeln und Verlegen von Spielen einbezieht.

Die Zahl der in der Games-Branche tätigen Unternehmen hat sich in Berlin-Brandenburg 2015 leicht erhöht und zeigt, wie bereits im Vorjahr, ein Wachstum von 2 Prozent (Abbildung 10). Demgegenüber lässt sich beim Umsatz dieser Unternehmen eine Zunahme von 16 Prozent erkennen. Dieses Wachstum schlägt sich auch in den Beschäftigtenzahlen nieder. Während im Vorjahr hier ein Rückgang um 4 Prozent zu verzeichnen war, nahm die Beschäftigtenzahl 2016 um 11 Prozent zu, sodass nunmehr rund 12.000 Personen im regionalen Games-Markt tätig sind.

Wie in den Vorjahren ist in der hier untersuchten Bewegtbildwirtschaft auch 2015 der Teilmarkt Games beim Jahresumsatz der zweitgrößte nach dem Teilmarkt Web. Nachdem er bereits 2014 die Milliardengrenze überschritten hatte, weist er nun 1,2 Mrd. Euro Jahresumsatz auf. Die Steigerung resultiert vor allem aus dem Handel mit Endgeräten, die teilweise oder ganz dem Games-Markt zuzuordnen sind, während die Verleger von Computerspielen einen Umsatzrückgang verzeichnen. Insgesamt entspricht das dem bundesdeutschen Trend: Während der Kauf von Spielen leicht rückgängig ist, stieg der Umsatz mit entsprechender Hardware von 2014 zu 2015 leicht an.¹⁸ Der Trend geht außerdem weg vom Kauf kompletter Spiele auf CD oder via Download und hin zu Abonnements und Mikrotransaktionen – eine Entwicklung, die vor allem in der immer weiteren Verbreitung von Smartphones und Tablets und dem App-System begründet liegt.¹⁹

¹⁸ BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V. (Hrsg.) (2016): Jahresreport der Computer- und Videospielebranche in Deutschland 2016, S. 7.

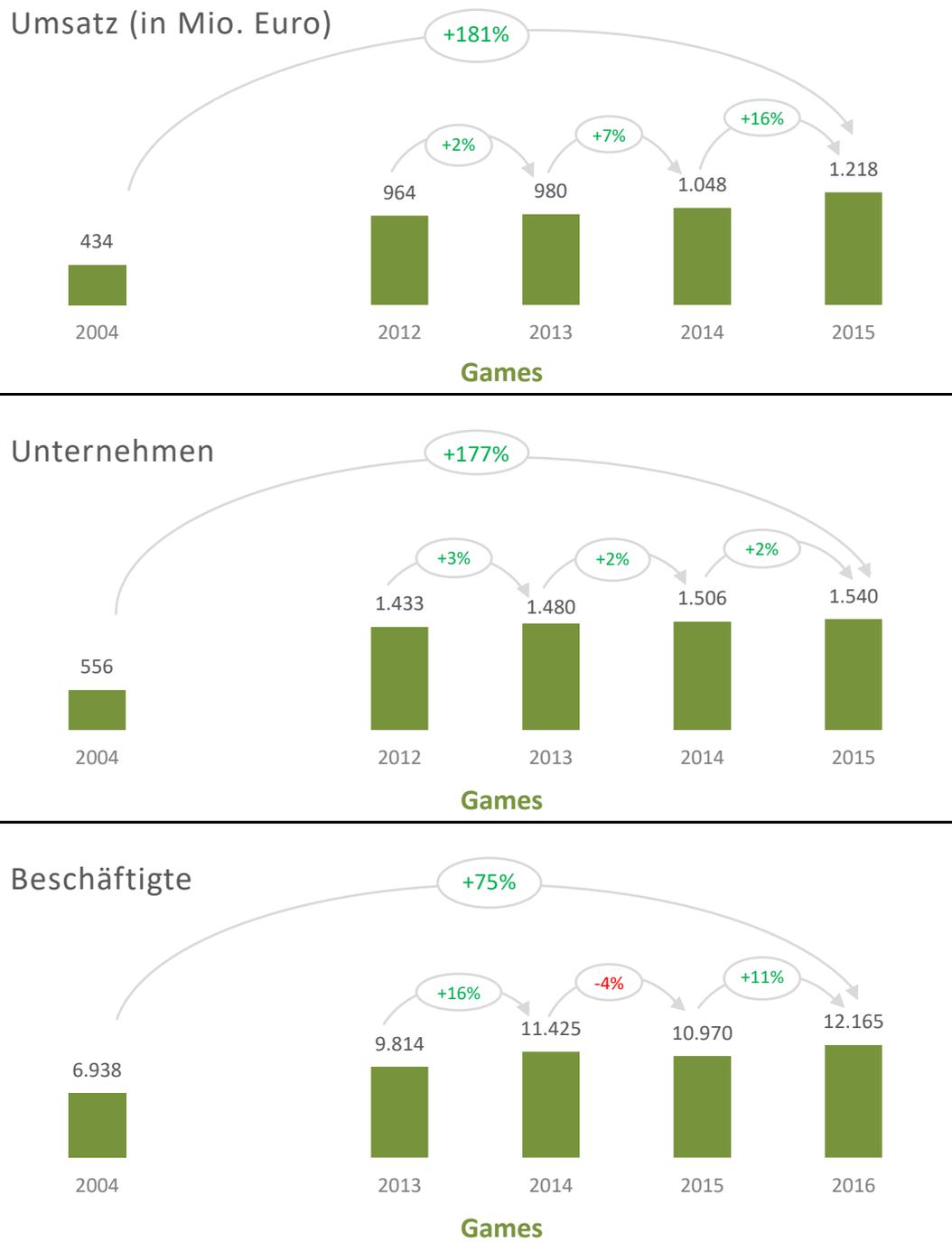
¹⁹ BIU – Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V. (Hrsg.) (2016): Jahresreport der Computer- und Videospielebranche in Deutschland 2016, S. 9 ff.

Berlin-Brandenburg ist vor allem bei Gründern beliebt, die unter anderem von den niedrigeren Lebenshaltungskosten in der Region angezogen werden. Die finanzielle Hürde für Start-Ups ist damit in der Hauptstadt niedriger, als in vielen anderen deutschen Städten. Hinzu kommt eine gute Infrastruktur innerhalb der Games-Branche. Es sind bereits zahlreiche Unternehmen der unterschiedlichen Teilmärkte am Standort ansässig und verschiedene Branchenveranstaltungen in der Region, wie beispielsweise die alljährliche *International Games Week Berlin*, erleichtern gerade neuen Unternehmen das Netzwerken.

Aber auch weltweit etablierte Unternehmen der Games-Branche zieht es zunehmend in die Hauptstadtregion. Ende 2014 gründete das US-amerikanische Unternehmen *Riot-Games* eine Zweigstelle in Berlin und trug Anfang 2015 erstmals das E-Sports Championship des MMORPG *League of Legends* auf deutschem Boden aus. Für 2017 hat nun der Spieleriese *Ubisoft* angekündigt, ebenfalls in Berlin ansässig zu werden und 50 neue Arbeitsplätze am Standort zu schaffen.²⁰ Es darf demnach auch in den kommenden Jahren mit einem Wachstum des Teilmarktes Games in der Region gerechnet werden.

²⁰ <http://www.gameswirtschaft.de/wirtschaft/blue-byte-berlin-studio-2017/> (abgerufen am 23.05.2017)

Abbildung 10: Games-Wirtschaft in Berlin-Brandenburg



Quelle: House of Research, Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004-2015 für Berlin-Brandenburg sowie Sonderauswertung der Beschäftigungsstatistik 2004-2016 für Berlin-Brandenburg.

4. 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.



Der im Mai 2016 gegründete Virtual Reality e. V. Berlin-Brandenburg (VRBB) dient der Förderung von Wissenschaft und Forschung, dem Wissenstransfer zwischen Forschung und Wirtschaft sowie der Vernetzung der Marktteilnehmer in dieser Branche.

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