

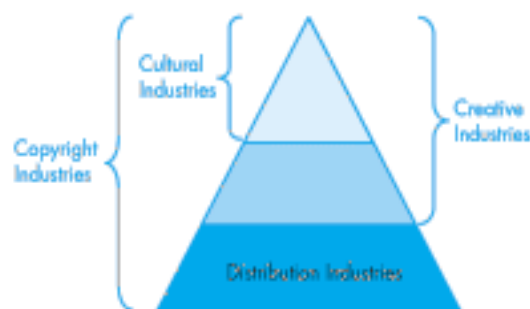
## **KULTURWIRTSCHAFT und CREATIVE INDUSTRIES**

Statistische Eckdaten, veröffentlicht im Oktober 2006

von Michael Söndermann, Arbeitskreis Kulturstatistik e.V., Bonn

Erstmals in Deutschland werden auf der 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft die bundesweiten Umsätze und Firmenzahlen der sog. Creative Industries veröffentlicht. Der aus England stammende und inzwischen international gebräuchliche Begriff der Creative Industries weist für 2004 ein Jahresumsatz in Höhe von 117 Mrd. € sowie ca. 200.000 Firmen aus. Creative Industries erweitert den in Deutschland seit 1990 für Branchen wie Architektur, Musik, Film, Theater, Literatur, Design und Kunst verwendeten Begriff der Kulturwirtschaft (ca. 82 Mrd. €) um die Branchen "Software / Games" (ca. 21,4 Mrd. €) und "Werbung" (ca. 13,7 Mrd. €).

Creative Industries ist Kulturwirtschaft (Cultural Industries) im erweiterten Sinne und steht für eine international vergleichbare Erfassung von Kultur und Kreativität als Wirtschaftsfaktor, der jedoch ständige Forschung und Beobachtung neuer Entwicklung in den Kultur- und Kreativmärkten erforderlich macht. Das auf internationaler Ebene diskutierte „Singapore-Modell“ geht bereits noch weiter und sieht einen Gesamtkomplex Copyright Industries. Ebenso nimmt der Begriff Creative Economy einen im größeren Raum in der internationalen Fachdebatte ein.



### **I. Zu den Kernbranchen der Kulturwirtschaft zählen:**

1. **Verlags-gewerbe** (Buchverlage, Presseverlage, Tonträger- und Musikverlage)
2. **Filmwirtschaft** (Film-, TV-Film-, Video-Produktion, Verleih, Vertrieb, Filmtheater)
3. **Rundfunkwirtschaft** (privater Hörfunk/Fernsehen)
4. **Musik, visuelle und darstellende Kunst** (Freiberufliche Künstler/innen, private Theater-, Kleinkunstszene, Theater-/Konzertdirektionen, bühnentechnische Betriebe)
5. **Journalisten-/Nachrichtenbüros** (Journalisten-/Nachrichtenbüros)
6. **Museumshops, Kunstausstellungen** (kommerzielle Museumsaktivitäten und Kunstausstellungen)
7. **Einzelhandel mit Kulturgütern** (Musikfachhandel, Buchhandel, Galerien, Kunsthandel)
8. **Architekturbüros** (Innen-, Garten-/Gestaltungs-, Hoch-/Tiefbauarchitekten)
9. **Designwirtschaft** (Industrie-, Produkt- mit Mode/Textil- u.ä. Design, Kommunikationsdesign/Werbe-gestaltung, jedoch ohne Fotografisches Gewerbe)

### **II. Neu aufgenommen werden die Kreativbranchen**

10. **Werbung** (Werbevermittlung, etc. ohne Werbedesign)
11. **Software/Games** (Software- und Spieleentwicklung und -beratung, ohne Hardware und DV-Dienste)

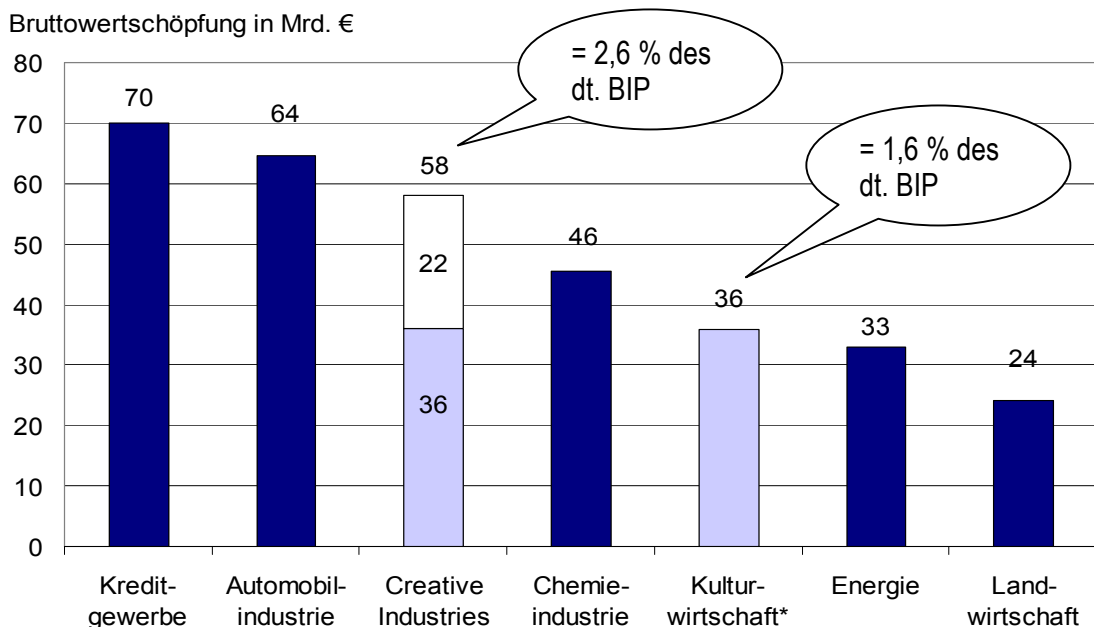
### **I.+II. Creative Industries = 11 Wirtschaftsbranchen**

Vorliegende Zusammenfassung der statistischen Eckdaten zur Kulturwirtschaft und Creative Industries basieren auf Auswertung/Schätzungen von amtlichen Wirtschaftsstatistiken des deutschen Statistischen Bundesamtes (Destatis) und dem Europäischen Statistikamt EUROSTAT.

## 1. Der Beitrag der Kulturwirtschaft und der Creative Industries zur Bruttowertschöpfung in Deutschland 2004

Die Kulturwirtschaft hat im Jahre 2004 einen Beitrag von 36 Milliarden € zur Bruttowertschöpfung in Deutschland geleistet. Dadurch erreicht die Kultur einen Anteil von 1,6 Prozent am Bruttoinlandsprodukt und rangiert vor der Energie-Branche (Anteil 1,5 %) und der Landwirtschaft (Anteil 1,1 %). Bei der Kulturwirtschaft handelt es sich - vergleichbar zur IKT-Branche - um einen Branchenmix von verschiedenen Märkten. So zählen klassischerweise die Musik-, Film, Rundfunk-, Kunst- und Verlagsmärkte sowie die darstellenden Kunstbranchen und die Gestalterbranchen Architektur und Design. In Anlehnung an den aus Großbritannien stammenden und inzwischen international gebräuchlichen Begriff „Creative Industries“ werden in letzter Zeit verstärkt auch der Werbemarkt und Software/Spieleindustrie in den kultur- und kreativbezogenen Branchenmix einbezogen. Dadurch steigt das Gesamtvolumen erheblich und die Bruttowertschöpfung der Kulturwirtschaft einschließlich der neuen Teilbranchen Werbung und Software/Games (22 Mrd. €) kommt auf einen Betrag von nunmehr 58 Mrd. €.

**Beitrag der Kulturwirtschaft und Creative Industries zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2004**



\*ohne öffentlichen Kulturbetrieb (= 6 Mrd. EUR)

Die Schätzungen für die Kulturwirtschaft und Creative Industries basieren auf den Angaben im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen. **Quelle:** Destatis, Schätzung M. Söndermann/Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. 2006

Im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbranchen liegt die Creative Industries mit einem Anteil von 2,6 Prozent ungefähr zwischen der Chemischen Industrie (46 Mrd. € und 2,1% Anteil am BIP) und der Automobilindustrie (64 Mrd. € und 2,9 % Anteil am BIP). Die Creative Industries konnte 2004 gegenüber dem Vorjahr ein Plus von mehr als 2 Prozent erreichen. Während die Chemieindustrie sogar eine Zuwachssteigerung von über 3 Prozent erzielte, blieb die Bruttowertschöpfung der Autobranche mit einer geringen Veränderung von 0,3 Prozent gegenüber 2003 eher auf einem stagnierenden Niveau.

Nach aktuellen Angaben der OECD vom August 2006 hat die jeweilige Creative Industries in Frankreich rund 48 Mrd. € und im Vereinigten Königreich rund 63 Mrd. € Wertschöpfungsbeiträge im Jahr 2003 geschaffen.

## 2. Die Umsatzentwicklung in der Kulturwirtschaft und der Creative Industries in Deutschland 2000 - 2004

Erstmals in Deutschland werden die bundesweiten Umsätze der sog. Creative Industries veröffentlicht. Die Creative Industries weist für 2004 ein Jahresumsatz in Höhe von 117 Mrd. € aus. Creative Industries erweitert den in Deutschland seit 1990 für Branchen wie Musik, Film, Theater, Literatur, Architektur, Design und Kunst verwendeten Begriff der Kulturwirtschaft (ca. 82 Mrd. €) um die Branchen "Software / Games" (ca. 21,4 Mrd. €) und "Werbung" (ca. 13,7 Mrd. €). Creative Industries ist Kulturwirtschaft im erweiterten Sinne und steht für eine international vergleichbare Erfassung von Kultur und Kreativität als Wirtschaftsfaktor, der jedoch ständige Forschung und Beobachtung neuer Entwicklung in den Kultur- und Kreativmärkten erforderlich macht. Nach drei Jahren der Rezession wächst Deutschlands Creative Industries in 2004 wieder wie in den 90er Jahren. Die Umsätze der elf Branchen wuchsen 2003/2004 insgesamt von 114,6 Mrd. € auf 117,1 Mrd. € und damit im Schnitt um 2,2 Prozent. Dabei legte der Umsatz in der Designwirtschaft um 6,5 Prozent und in der Software/Games Industrie um überdurchschnittliche 11,4 Prozent zu. Rückläufig sind Filmwirtschaft/TV Produktion (-4,5%), Architektur (-4,6%), Journalismus (-3,1%) und das Verlagswesen (-0,3%).

**Tab.: Umsätze in der Kulturwirtschaft und Creative Industries 2000 - 2004**

Wirtschaftsgliederung	Umsatz der Unternehmen/r			Veränderung	
	2000 Mio. €	2003 Mio. €	2004 Mio. €	2004/00 in %	2004/03 in %
Verlagsgewerbe, Tonträgerindustrie	40.918	36.974	36.851	-9,9	-0,3
Filmwirtschaft/TV-Produktion	10.000	7.223	6.897	-31,0	-4,5
Rundfunk-/TV-Unternehmen	8.614	7.656	7.880	-8,5	2,9
Darstellende/ bildende Künste, Literatur, Musik	5.678	5.558	5.759	1,4	3,6
Journalisten-/ Nachrichtenbüros	1.667	1.865	1.808	8,5	-3,1
Museumsshops, Kunstaustellungen, etc.	432	521	542	25,4	4,1
Einzelhandel Bücher, Zeitschriften, (50%)	3.980	3.791	3.815	-4,1	0,6
Architekturbüros	8.275	7.058	6.734	-18,6	-4,6
Design (Industrie-,Grafik-,Kommunikation)*	13.239	10.855	11.563	-12,7	6,5
<b>I. Kulturwirtschaft</b>	<b>92.804</b>	<b>81.503</b>	<b>81.849</b>	<b>-11,8</b>	<b>0,4</b>
<b>Erstmals unter Einbeziehung der Kreativbranchen Werbung und Software/Games</b>					
Werbung (nur 74.402)	16.491	13.828	13.771	-16,5	-0,4
Software/Games	17.675	19.288	21.485	21,6	11,4
<b>II. plus Kreativbranchen</b>	<b>34.166</b>	<b>33.115</b>	<b>35.255</b>	<b>3,2</b>	<b>6,5</b>
<b>I.+II. Creative Industries</b>	<b>126.970</b>	<b>114.618</b>	<b>117.105</b>	<b>-7,8</b>	<b>2,2</b>
Alle Wirtschaftszweige (A.-O.)	4.152.927	4.248.074	4.347.506	4,7	2,3
Anteil Kulturwirtschaft an Gesamtwirtschaft	2,2%	1,9%	1,9%	-	-
Anteil Creative Industries an Gesamtwirtschaft	3,1%	2,7%	2,7%	-	-

\*Die Designbranchen umfassen Industrie-, Produkt- und Kommunikationsdesign, im Unterschied zum Vorjahresvergleich wurde das Fotografische Gewerbe durch die Designer der Werbegestaltung ersetzt. **Quelle:** Destatis, eigene Berechnung Michael Söndermann/Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. 2006

Während überwiegend die „klassischen“ Branchen der Kulturwirtschaft nach starken Umsatzverlusten bis 2003 (-11,8%) immerhin ein stagnierendes Niveau im Jahr 2004

erreichen konnten, sind die Branchen Design und Software/Games die neuen Wachstumsmotoren der Creative Industries. Mit einem aktuellen Zuwachs zwischen 2003 und 2004 von plus 6,5% (Design) und 11,4% (Software/Games) ziehen die beiden Branchen das Gesamtumsatzwachstum der Creative Industries immerhin fast auf das gleiche Wachstumsniveau wie das der Gesamtwirtschaft in Deutschland: Die Creative Industries wächst um 2,2%, die Gesamtwirtschaft um 2,3% von 2003 auf 2004. Die gesamte Creative Industries und v.a. hätte allerdings deutlich stärker wachsen müssen (mindesten ein Umsatzplus von 17 Mrd. €), damit wieder die Position des Jahres 2000 erreicht worden wäre. Zu diesem Zeitpunkt hatte die Creative Industries einen Anteil von 3,1% an der Gesamtwirtschaft, während sie zum Jahre 2004 lediglich bei 2,7% liegt.

### 3. Die Entwicklung der Unternehmen in der Kulturwirtschaft und der Creative Industries in Deutschland 2000 - 2004

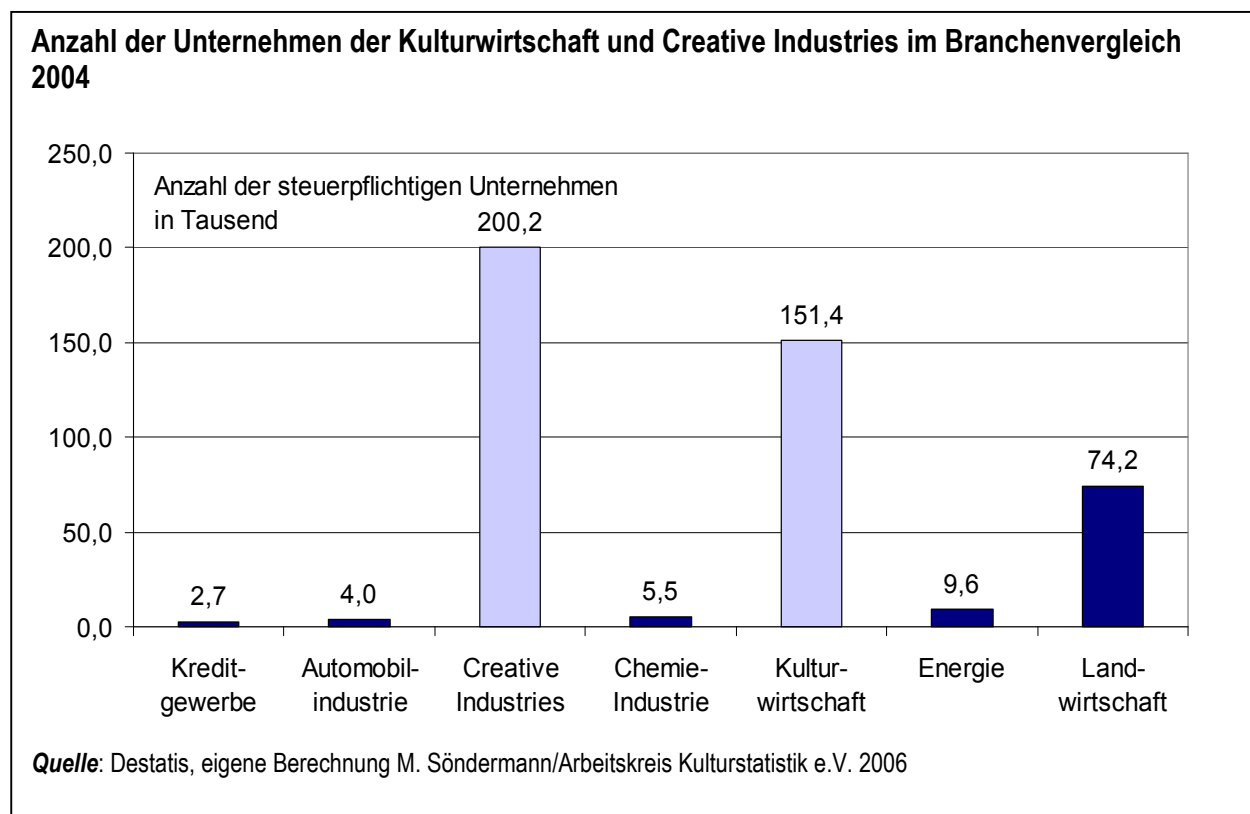
In der Kulturwirtschaft waren im Jahr 2004 mehr als 151.000 steuerpflichtige Unternehmen einschließlich Künstlerateliers/ Journalistenbüros, die einen Jahresumsatz von mindestens 17.500 EUR erreichen, bei den Steuerbehörden registriert. Der weitaus überwiegende Teil dieser Unternehmen agiert als Einzelunternehmer bzw. ist als Freiberufler im Kulturmarkt tätig. Daneben existiert eine kleinere Zahl von Kleinunternehmen mit durchschnittlich 2-5 Beschäftigten je Betrieb und wenigen mittelständischen Firmen, wie Buchverlage oder Tonträgerfirmen. Zusätzlich sind Freiberufler mit weniger als 17.500 EUR Jahresumsatz im Markt, deren Zahl auf weitere 210.000 Personen geschätzt werden muss, die jedoch nicht über die Statistik der Steuerbehörden nachgewiesen werden können.

**Tab.: Anzahl der Unternehmen/r in der Kulturwirtschaft und Creative Industries 2000 - 2004**

Wirtschaftsgliederung	Anzahl der Unternehmen/r			Veränderung	
	2000	2003	2004	2004/00	2004/03
	abs.	abs.	abs.	in %	in %
Verlagsgewerbe, Tonträgerindustrie	9.375	9.356	9.544	1,8	2,0
Filmwirtschaft/TV-Produktion	7.535	8.134	8.225	9,2	1,1
Rundfunk-/TV-Unternehmen	751	826	839	11,7	1,6
Darstellende/ bildende Künste, Literatur, Musik	35.008	35.305	36.672	4,8	3,9
Journalisten-/ Nachrichtenbüros	12.441	13.931	14.910	19,8	7,0
Museumsshops, Kunstausstellungen, etc.	1.096	1.187	1.242	13,3	4,6
Einzelhandel Bücher, Zeitschriften, (50%)	8.191	7.712	7.698	-6,0	-0,2
Architekturbüros	38.727	36.789	37.233	-3,9	1,2
Design (Industrie-,Grafik-,Kommunikation)*	30.897	32.893	35.029	13,4	6,5
<b>I. Kulturwirtschaft</b>	<b>144.021</b>	<b>146.133</b>	<b>151.392</b>	<b>5,1</b>	<b>3,6</b>
<b>Erstmals unter Einbeziehung der Kreativbranchen Werbung und Software/Games</b>					
Werbung	20.059	18.231	17.977	-10,4	-1,4
Software/Games	21.482	27.633	30.783	43,3	11,4
<b>II. plus Kreativbranchen</b>	<b>41.541</b>	<b>45.864</b>	<b>48.760</b>	<b>17,4</b>	<b>6,3</b>
<b>I.+II. Creative Industries</b>	<b>185.562</b>	<b>191.997</b>	<b>200.152</b>	<b>7,9</b>	<b>4,2</b>
Alle Wirtschaftszweige (A.-O.)	2.909.150	2.915.482	2.957.173	1,7	1,4
Anteil Kulturwirtschaft an Gesamtwirtschaft	5,0%	5,0%	5,1%	-	-
Anteil Creative Industries an Gesamtwirtschaft	6,4%	6,6%	6,8%	-	-

\*Die Designbranchen umfassen Industrie-, Produkt- und Kommunikationsdesign, im Unterschied zum Vorjahresvergleich wurde das Fotografische Gewerbe durch die Designer der Werbegestaltung ersetzt. **Quelle:** Destatis, eigene Berechnung M. Söndermann/Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. 2006

Die größte Einzelgruppe bilden die Architekten mit rund 37.200 Büros und die Gruppe darstellende u. bildende Künste einschließlich Musik mit knapp 36.700 Ateliers, Büros und GbRs, gefolgt von den Designern (35.000) und den Software-/Games-entwickler (30.700). Insgesamt ist die Zahl der Unternehmen in den Jahren zwischen 2000 und 2004 insgesamt um knapp 8 Prozent angestiegen, darunter mit zweistelliger Wachstumsentwicklung vor allem den Gruppen: Software/Games, Journalisten- u. Designerbüros oder Museumsshops / Kunstausstellungen. Selbst die Zahl der (kleinen) Rundfunkanbieter wuchs im Zeitraum 2000 bis 2004 um knapp 12 Prozent an. Allein der Buch-Einzelhandel und die Architektenbüros haben weiterhin Verluste und schrumpfen im Vergleichszeitraum von minus vier bis sechs Prozent, die Werbebranche mit der Werbevermittlung sogar um minus 10 Prozent. Aktuell hat sich die Unternehmensstruktur der Kulturwirtschaft und Creative Industries 2004 im Vergleich zu 2003 in positiver Richtung bewegt. Insgesamt sind 3,6 Prozent vorwiegend neue Kleinstunternehmen in den Kulturmarkt eingetreten, in der Creative Industries durch den starken Wachstumsdrang der Software/Games-Firmen sogar 4,2 Prozent. Die Creative Industries wächst dreimal schneller als die Gesamtwirtschaft (plus 1,4 %) und erreicht dadurch eine neue Höchstzahl von über 200.000 Unternehmen/r.

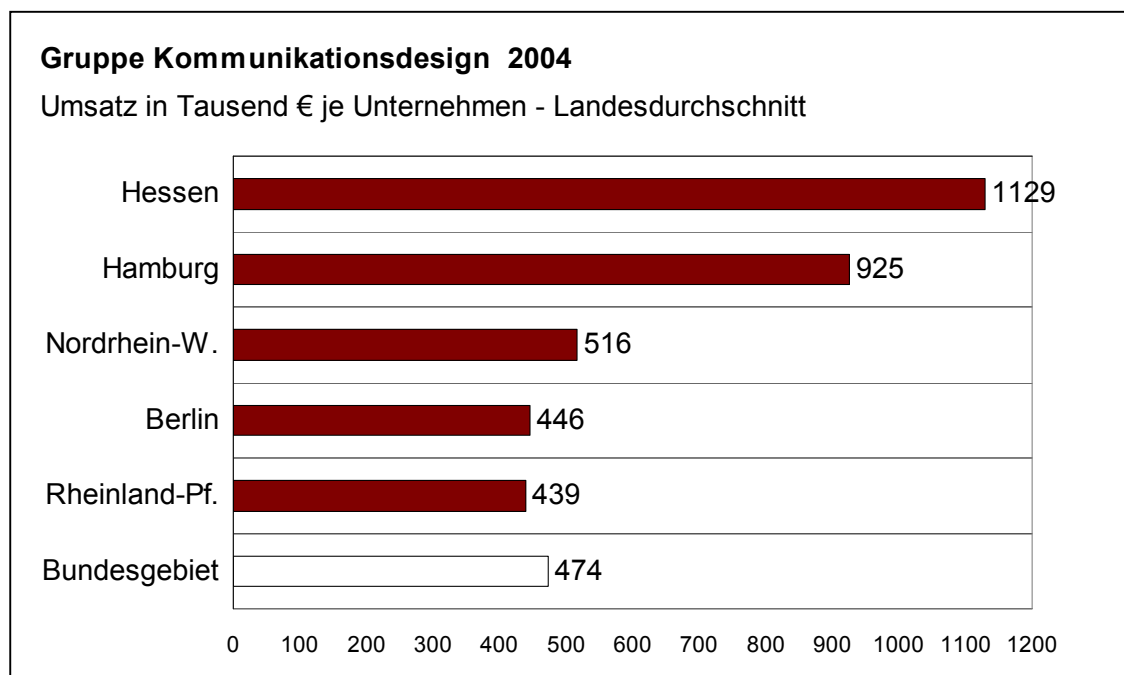


**4.a. Kulturwirtschaft Spezial: Designwirtschaft in Deutschland 2004**

(Kernbereich mit ausgewählten Designzweigen: Industrie-, Produkt- u. Kommunikationsdesign)

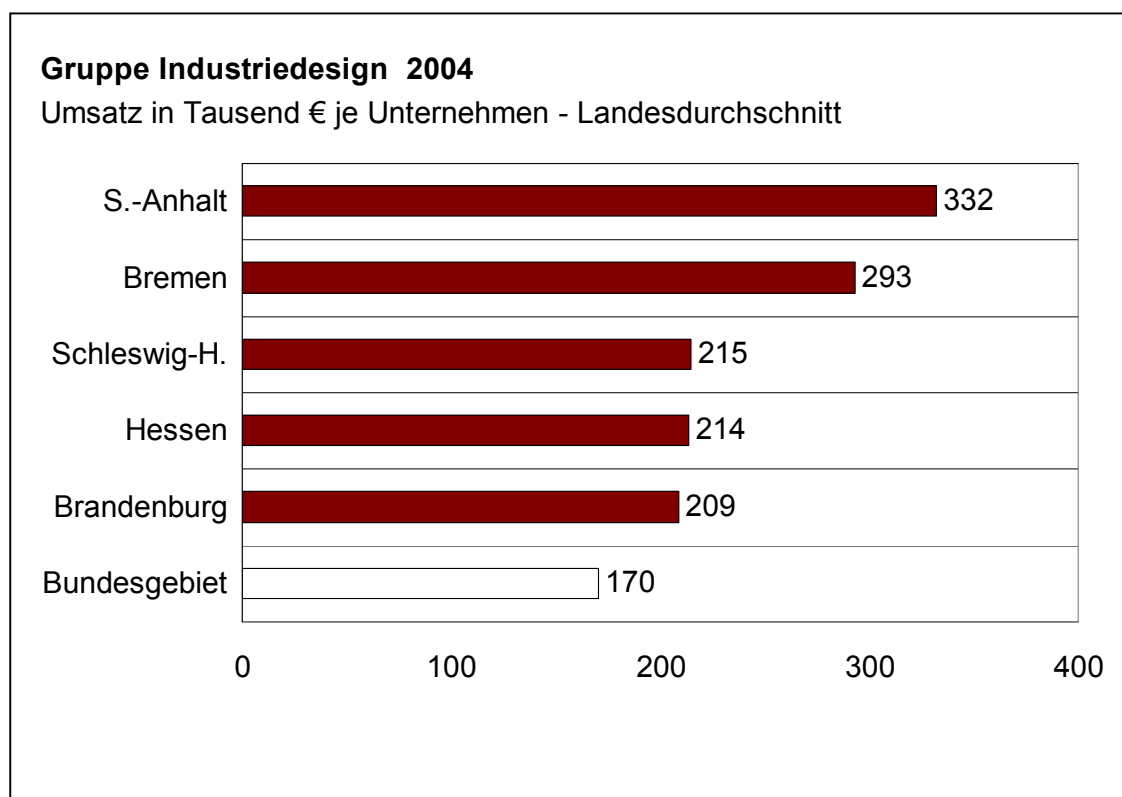
Im Kernbereich der deutschen Designwirtschaft arbeiten rund 35.000 Designunternehmen mit einem gesamten Umsatzvolumen von 11,6 Mrd. € im Jahre 2004. Die überwiegende Anzahl ist als Einzelunternehmer tätig oder existiert in freiberuflichen Designerbüros. Im Durchschnitt erzielt ein Designbüro/unternehmen einen Jahresumsatz von 330.000 € (ohne MwSt.). Die Verteilung der Standorte der Designunternehmen entspricht in etwa der allgemeinen Unternehmensstruktur in Deutschland mit den Schwerpunkten in NRW, BY und BW (Anteil zwischen 15% u. 23%).

Die wirtschaftlich erfolgreichsten Designunternehmen (gemessen am Umsatzpotenzial) liegen jedoch einerseits in den Ballungsräumen Hessen (Rhein/Main), Hamburg (Metropolregion) oder NRW/Düsseldorf, soweit sie kundennahe Nachfragemärkte brauchen (v.a. Kommunikationsdesign). Andererseits läßt sich ebenso eine erstaunliche Substanz erfolgreicher Designunternehmen in strukturschwachen Regionen wie Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Brandenburg oder Thüringen beobachten. Dies gilt v.a. für auf industrielle Designproduktion spezialisierte Unternehmen, deren Nachfragemärkte nicht konsumentennah sondern überregional bis international sein können.



In der Designgruppe **Kommunikationsdesign** sind vorwiegend Aktivitäten enthalten, die sich mit der Gestaltung von Kommunikations- oder grafischen Produkten bzw. Dienstleistungen befassen. Im Jahr 2004 existieren mindestens 20.000 Designbüros/-Unternehmen mit einem Gesamtumsatz von insgesamt 9,6 Mrd. €. Im Durchschnitt erzielt ein Unternehmen in dieser Designgruppe ca. 474.000 € mit einer extremen Streubreite von 125.000 € (Mecklenburg-Vorpommern) bis 1,1 Mio. € (Hessen,).

In der Designgruppe **Industriedesign** sind vorwiegend Aktivitäten enthalten, die sich auf Gestaltung und Entwurf von Maschinen und Industrieanlagen spezialisieren. Sie bildet mit rund 2.800 Unternehmen zahlenmäßig die kleinste Gruppe in der deutschen Designwirtschaft und erzielt ein Gesamtvolumen von 484 Mio. € im Jahr 2004. Das durchschnittliche Umsatzvolumen je Unternehmen liegt bei 170.000 € im Jahr, deren Spannweite deutlich enger ausfällt als im Kommunikationsdesign. Sie reicht von 107.000 € in Niedersachsen bis 332.000 € in Sachsen-Anhalt.



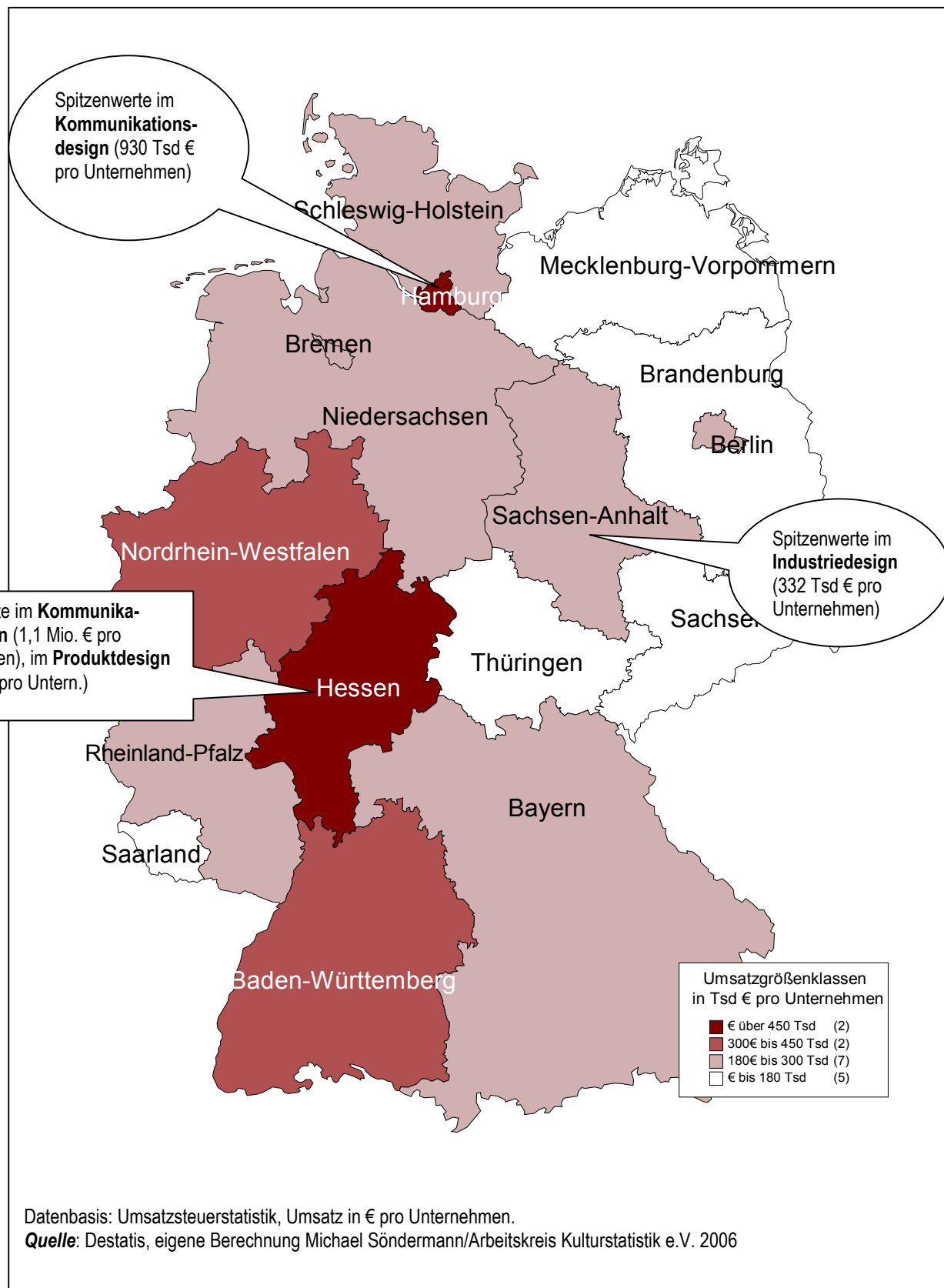
In der Designgruppe **Produktdesign/Vermischtes** sind unterschiedliche Aktivitäten enthalten. Sie reichen vom Textil-, Schmuck-, Möbeldesign über Textil- und Modedesign bis zu Foto- und Grafikdesign. Hier arbeiten rund 12.000 Designerbüros mit einem Umsatz von 1,5 Mrd. €.

Über den Kernbereich der Designwirtschaft hinaus lassen sich weitere designrelevante Aktivitäten erfassen, die in der amtlichen Statistik anderen Wirtschaftszweigen zugeordnet werden. Schätzungen aus ersten Untersuchungen bringen ein zusätzliches Designpotenzial von weiteren 25.500 Designbüros/-unternehmen mit einem geschätzten Gesamtumsatz von 5,5 Mrd. €.

Zusammen dürfte die deutsche Designwirtschaft danach ein Unternehmenspotenzial von 60.500 Unternehmen mit einem Gesamtumsatz von mehr als 17 Mrd. € im Jahr 2004 erreicht haben. Das wären bereits 7,4% sämtlicher Unternehmen in den so genannten unternehmensnahen Dienstleistungen.

**4.b. Kulturwirtschaft Spezial: Designwirtschaft in den Bundesländern 2004**  
**Regionale Schwerpunkte bezogen auf den Umsatz je Design-Unternehmen**

(Kernbereich mit ausgewählten Designzweigen: Industrie-, Produkt- u. Kommunikationsdesign mit insgesamt 35.000 Unternehmen und 11,6 Mrd. €; Umsatzdurchschnittswert je Unternehmen: 330.000 €)

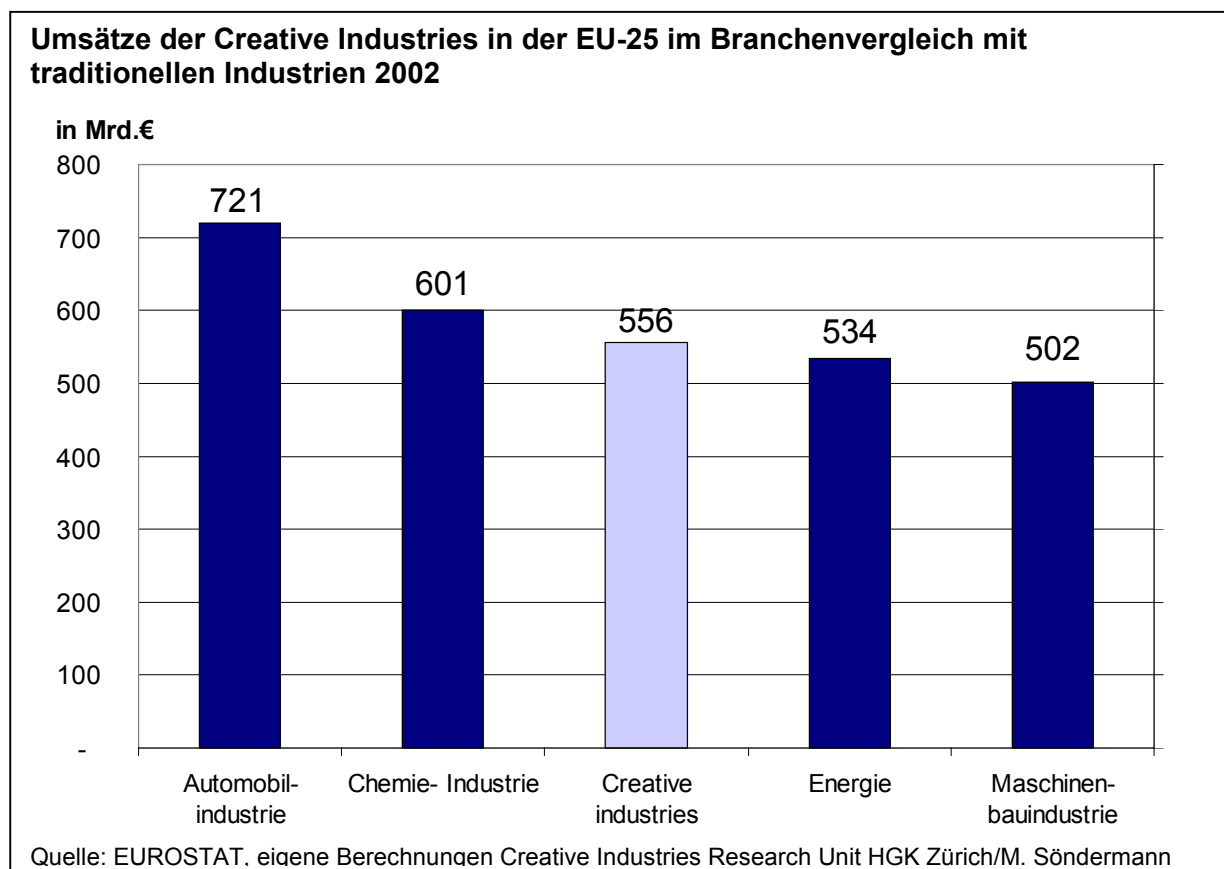


## 5. Ausblick auf Europa: Creative Industries im Europa der 25

Im Rahmen der Creative Industries Research Unit an der Hochschule für Gestaltung und Kunst und in Zusammenarbeit mit der Forschungsgruppe „EU-Kulturwirtschaft“ bei der EU Generaldirektion Kultur hat der deutsche Kulturwirtschaftler Michael Söndermann einen Branchenvergleich der Creative Industries für die EU-25 im Jahre 2002 vorgenommen.

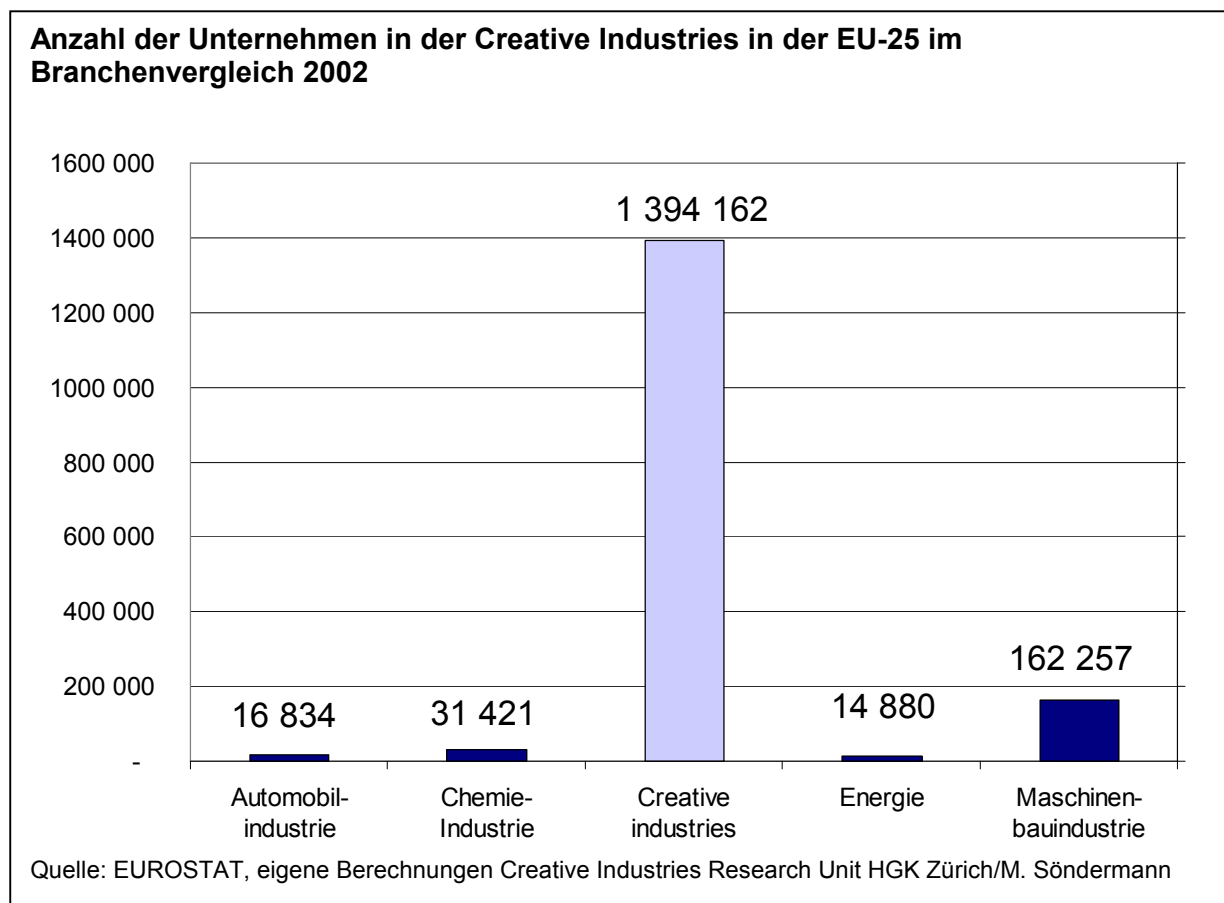
Im Jahr 2002 beschäftigte die Creative Industries in EU-25 rund 6,4 Millionen Menschen. Rund 1,4 Millionen Unternehmen einschließlich Kleinunternehmen u. freiberuflichen Büros erzielten einen Gesamtumsatz von 556 Milliarden €. Die auf der Basis der strukturellen Unternehmensstatistik von EUROSTAT ermittelte Wertschöpfung liegt schätzungsweise bei rund 215 Milliarden €.

Diese Eckdaten bedeuten inzwischen für die Creative Industries, dass sie sich mit den wichtigsten Industriebranchen Europas vergleichen kann. Denn die traditionellen Branchen wie die Chemieindustrie, die Automobilindustrie, der Maschinenbau oder auch das Ernährungsgewerbe erreichen nur noch Umsatzwerte in ähnlicher Größenordnung wie die Creative Industries, dies ist an der Grafik deutlich zu erkennen.



Dieses beachtliche Umsatzvolumen der Creative Industries ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass es sich bei der Creative Industries um einen Branchenkomplex handelt, der mehrere Teilbranchen umfasst, der in Anlehnung an die eingangs dargestellte Definition zur Creative Industries der britischen Regierung gegliedert wird.

Durch die extrem kleinteiligen Branchenkomplexe mit den zum Teil über 100.000 Kleinunternehmen in den einzelnen nationalen Märkten erreicht der Branchenkomplex eine Gesamtunternehmenszahl, die weit jenseits der Größenverhältnisse der traditionellen Industrien liegt.

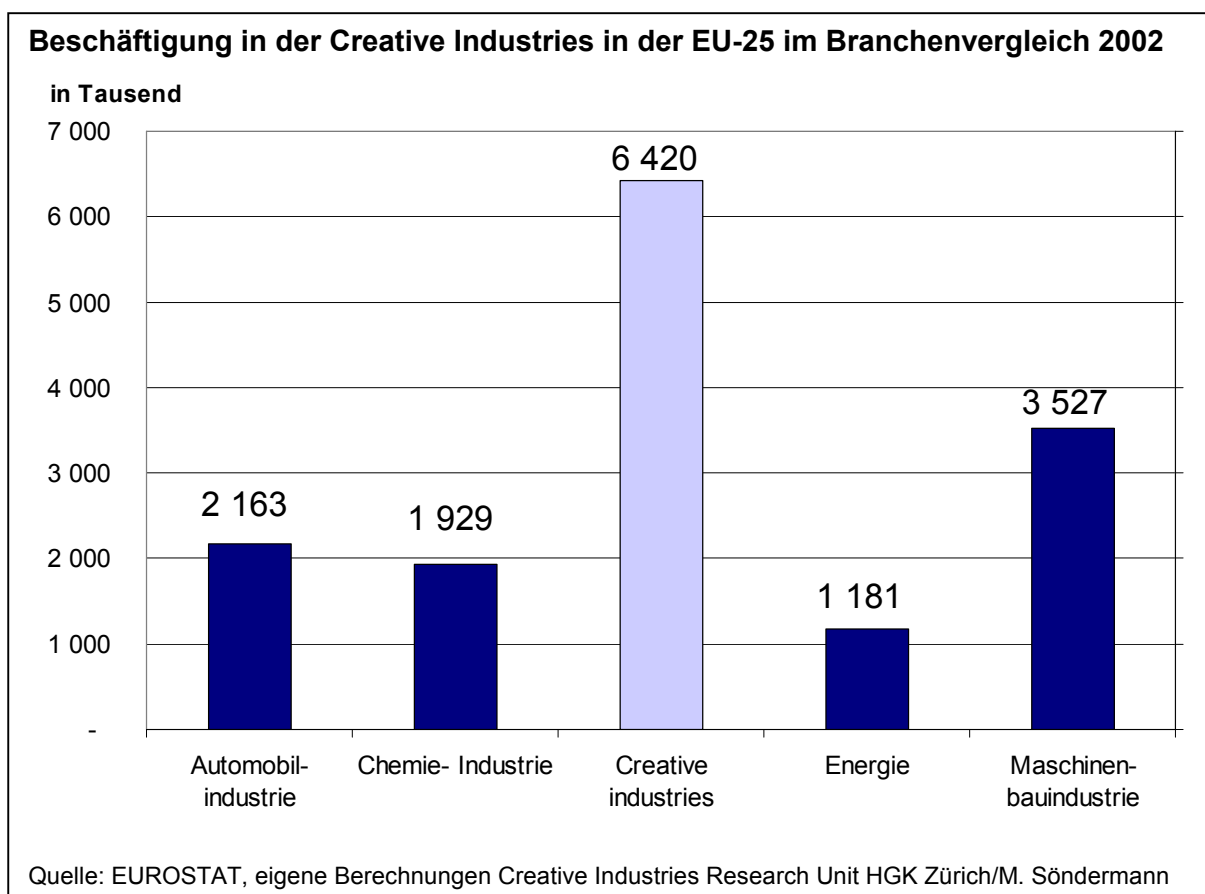


Die Unternehmen der Creative Industries beschäftigen im Schnitt nur 5 Personen, während die traditionellen Industriebranchen wie die Chemische Industrie oder die Autoindustrie Vergleichswerte von 61 bis 128 Beschäftigte je Betrieb aufweisen. Auch andere Kennzahlen, wie die so genannte sichtbare Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigter), zeigen relativ geringe Werte für die Creative Industries. So liegt hier die Wertschöpfung bei lediglich 33.000 € je Beschäftigter, während die Energieversorgung (122 000 €/Beschäftigter), die Chemie (88.000 € / Beschäftigter) oder die Autoindustrie (55.000/Beschäftigter) erwartungsgemäß deutlich höhere Werte erreichen.

Insgesamt handelt es sich bei der Creative Industries um eine stark „fragmentierte Industrie“, die vorwiegend in nationalen oder regionalen Märkten aktiv ist, wie zahlreiche Studien bereits heraus gearbeitet haben. Ebenso gibt es eine Reihe besonderer Merkmale, die die Creative Industries deutlich von den traditionellen Industrien unterscheiden:

- zusammengesetzte Branchenkomplexe
- extrem kleinteilige Branchenstruktur („cottage industry“)
- keine oder nur schwache Lobby in Politik und Zivilgesellschaft
- vorwiegend der Dienstleistungswirtschaft zugeordnet
- einzelne Global Player (= Vertriebsmacht)

- Hochrisikobereich mit extrem schwankendem Markterfolg
- starker Einfluss durch technologische Innovationen
- rapide Veränderungen in schnelllebigen Branchen
- sowohl in urbanen Regionen konzentriert,2 als auch in regionalen strukturschwachen Regionen vorhanden
- einer extremen Vielfalt an kultureller und kreativer Angebotsproduktion steht eine auffallend schwach ausgeprägte Nachfragesituation in nahezu allen Teilbranchen des Kreativsektors gegenüber.
- Labor und Experimentierfelder auf dem Gebiet der so genannten „nicht-technologischen Innovation“
- Teil der immateriellen Wirtschaft



Die Creative Industries zeigt in der Entwicklung von Wertschöpfung im Vergleich zu den traditionellen klassischen Industrien noch deutliche Schwächen – in einem Aspekt jedoch ist sie diesen Industrien bereits heute voraus: Ihr Beschäftigungspotenzial liegt überdurchschnittlich hoch über jenem der Automobil- und Chemieindustrien. Diese erreichen jeweils nur noch ein Drittel des Beschäftigungsumfangs der Creative Industries. Während die klassischen Altindustrien zunehmend Schwächen in der Schaffung von Arbeitsplätzen zeigen, können zukünftig die Creative Industries bei entsprechender politischer Beachtung zu einem relevanten Wachstumsmotor für die Beschäftigung von Menschen in Europa werden. Insofern gehört die Creative Industries längst auf die Agenda der Lissabon-Strategie.