

## Zusammenfassung 3. Bayerischer Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht

### Einleitung und Überblick

Der 3. Bayerische Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht beleuchtet eine Branche in unruhiger Zeit. Bayern, Deutschland und die Welt stehen vor großen Transformationsaufgaben und immer stärker wird die ästhetische Kreativität in Anspruch genommen bei deren Bewältigung.

**Bayern, so ordnet es Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger im Interview ein, „ist ein kreatives Kraftzentrum und wir arbeiten daran, die Branche weiter zu stärken und nach außen zu öffnen. Der Freistaat steht für Spitzentechnologie und Spitzenkreativität. Kommt beides zusammen, entstehen hochinnovative Lösungen und neue Geschäftsfelder.“**

Der Bericht thematisiert also eine Zeit der Übergänge und hält nicht nur aktuelles Zahlenmaterial bereit, das erstmalig verlässliche Aussagen über das Ausmaß der Betroffenheit der Branche durch die COVID-19 Pandemie erlaubt, sondern reflektiert auch branchenrelevante Entwicklungen. Versammelt wurden Gastbeiträge aus dem kultur- und kreativwirtschaftlichen Raum, die sowohl die Ebene der Akteurinnen und Akteure, aber auch der Intermediäre abbilden. Über den Bericht spannt sich die Transformation, die Ausdruck findet in den Ergebnissen des ersten Trendradars für die bayerische Kultur- und Kreativwirtschaft, den einzelnen Beiträgen der Gastautorinnen und -autoren ebenso wie den abschließenden Handlungsempfehlungen. Erörtert wird die Reifung der Branche selbst, ihre Funktion als forschende, erkenntnisbringende Kraft, die Bedeutung der Transdisziplinarität in der Beantwortung zunehmend komplexer Fragen, der Einfluss der Kultur- und Kreativwirtschaft auf eine sich ausformende Kultur der Digitalität und das Neue in seinen branchenspezifischen Ausprägungen. Dazu zählen eine neue Verantwortung der Kultur- und Kreativwirtschaft als gesellschaftliche Akteurin sowie Merkmale und Bedingungen unternehmerischer Praxis, die sich konkretisieren in einer neuen Gemeinschaftlichkeit hinsichtlich der Verfolgung kultur- und kreativwirtschaftlicher Interessen, in der Ausbildung neuer transformationsbefähigender Kompetenzen ebenso wie der Bereitstellung neuer Räume, die das Explorative, Experimentelle und unternehmerisch Neue fördern.

### Auf dem Weg der Erholung – statistische Betrachtung

Der 3. Bayerische Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht betrachtet den Zeitraum 2018-2022 und schließt nahtlos an den vorherigen an. Die Coronakrise war eine Zäsur für die bayerische Kultur- und Kreativwirtschaft. Maßnahmen zur Eindämmung des pandemischen Geschehens bedeuteten erheblichen Einschränkungen in der wirtschaftlichen Entwicklung der Branche. Das zeigen die vorliegenden Zahlen. Etwa drei Viertel der 63 Wirtschaftszweige der bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaft verzeichneten Umsatzeinbußen, zum Teil im dreistelligen Millionenbereich.

Umso erstaunlicher ist, dass die Erholung der Branche schneller voranschreitet als zu erwarten war. Im Jahr 2022 erwirtschaftete die Gesamtbranche mit 344.845 Erwerbstätigen einen Umsatz von rund 44,4 Mrd. Euro, was einem Anteil von 2,9 Prozent der Umsätze der bayerischen Wirtschaft entsprach und einer Umsatzsteigerung von 16,4 % gegenüber dem Jahr 2018. Bereits im Jahr 2021 erreichte die bayerische Kultur- und Kreativwirtschaft das Umsatzniveau des Vor-Corona-Jahres 2019. Festzustellen bleibt aber auch, dass die Erholung der Branche zu großen Teilen auf die besondere Stärke der Software-/Games-Industrie und hier vor allem zweier Wirtschaftszweige zurückzuführen ist, sonstige Softwareentwicklungen und Webportale, die mittlerweile 34 Prozent der Umsätze in der bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaft ausmachen und dabei zunehmende Leistungen beinhalten, die nicht-

kultureller, nicht-kreativer Art sind. Neben der Software- und Gamesindustrie war es allein der Architekturmarkt, der ohne Umsatzeinbußen die Pandemie durchlebt hat.

Im Gesamtbild positiv entwickelt hat sich trotz krisenbedingter Störungen auch die Bruttowertschöpfung der bayerischen KKW. Das Gesamtvolumen stieg im untersuchten Zeitraum 2018-2022 um 4,0 Mrd. Euro auf rund 21,4 Mrd. Euro, was einem Wachstum von 23,2 Prozent entspricht. Der Bruttowertschöpfungsanteil der bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft Bayerns lag im Jahr 2022 bei schätzungsweise 3,5 Prozent. Aber auch der Beitrag Bayerns zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland ist erheblich. Der Bruttowertschöpfungsanteil lag hier bei 23,0 Prozent, der Umsatzanteil bei 22,9 Prozent und der Anteil der Erbstätigen bei 19,5 Prozent. Die Anteile der bayerischen Gesamtwirtschaft an der bundesweiten Wirtschaft lagen demgegenüber bei 18,5 Prozent Bruttowertschöpfung, 17,2 Prozent Umsatz und 17,3 Prozent Erwerbstätigkeit.

Besonders hervorzuheben ist die pionierhafte Erweiterung des statistischen Standardmodells der Monitoringberichte um die Gruppe der Soloselbstständigen. Damit hat der 3. Bayerische Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht wichtige Strukturinformation zur Verfügung stellt, die in der Coronakrise als Mangel erkannt wurden. Etwa drei Viertel (77 Prozent) der rund 41.300 Selbstständigen und Unternehmen in der bayerischen KKW oder aber rund 31.900 Personen sind solo-selbstständig, d. h. sie betreiben ihr Geschäft ohne feste Angestellte mit Umsätzen von bis zu 250.000 Euro. Weitere rund 19 Prozent, knapp 7.700 Unternehmen, zählen zur Kategorie der Kleinstunternehmen und nur 4 Prozent oder etwa 1.700 Unternehmen bilden die Gruppe der kleinen, mittleren und großen Unternehmen. Zusammen verantworten die KKMUs (inkl. Kleinstunternehmen) und großen Unternehmen jedoch 94 % der Branchenumsätze und haben damit erhebliches wirtschaftliches Gewicht. Dennoch konnten sich, darauf sei hingewiesen, vor Corona viele der „kleinen“ Künstlerinnen, Künstler und Kreativen am Markt behaupten. Das ist umso bedeutender, da sie als kulturell-experimentelle Akteure einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung von Ideen und innovativen Lösungen zu leisten vermögen, die von größeren Unternehmen dann aufgegriffen und wirtschaftlich verwertet werden können. Auch wenn die Studienlage hier unzureichend ist, lassen anekdotische Hinweise erkennen, dass es auch und gerade die kleineren Akteure am Markt sind, die im kulturellen und kreativen Feld beständig neue Ideen entwickeln und verwirklichen. Die KKW verfügt hier wie kaum eine andere Branche mit der Gruppe der Solo-Selbstständigen über ein enormes Ausgangspotenzial für Innovation, wirtschaftlichen Ertrag und Vielfalt im künstlerisch-kreativen Ausdruck. Umso schwerer wiegt der starke Einbruch von knapp 17 Prozent bei der Zahl der Solo-Selbstständigen im Zeitraum 2018-2021, die während der Pandemie vom Markt verschwunden sind.

Die KKW ist eine wachsende immaterielle Wirtschaft, die auf neuen kreativen Ideen basiert. Innovationen in der KKW sind inhärent, aber oft empirisch schwer nachweisbar, was Herausforderungen bei der Bewertung und Anerkennung mit sich bringt.

**Kultur- und Kreativwirtschaftsstatistiker Michael Söndermann resümiert im Gespräch: „Gelingt es der bayerischen KKW, die kleineren Akteure bei ihrer Integration in den Markt und bei der Sicherstellung einer langfristigen Perspektive zu unterstützen, können Vielfalt und Dynamik des Marktes erhalten bleiben und kann gleichzeitig die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Branche gesichert werden.“**

### **Die Kultur- und Kreativwirtschaft als bewegende Kraft – ein qualitativer Blick**

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern und darüber hinaus arbeitet sich durch eine Zeit großer Umbrüche und wird dabei selbst immer stärker in Anspruch genommen bei der

Bewältigung der großen Transformationsaufgaben. Gerin Trautenberger, Vorsitzender der Kreativwirtschaft Austria (KAT), zeichnet den Weg der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft von einer politischen Idee zu einem bedeutenden Wertschöpfungskomplex in groben Strichen nach und zeigt auf, wie die Branche zuletzt sichtbar Kontur gewonnen hat in der Ausgestaltung europäischer Forschungs-, Wirtschafts- und Innovationspolitik. Die Industriestrategie der Europäischen Union hat die Kultur- und Kreativwirtschaft im Frühjahr 2020 als strategisch relevantes Ökosystem anerkannt und damit die ästhetische Kreativität als kritische Ressource einer auf die Bedürfnisse der Menschen ausgerichteten Innovationspraxis im Kontext der Transformation betont. Die neu gegründete Wissens- und Innovationsgemeinschaft „Kultur und Kreativität“ des Europäischen Innovations- und Technologieinstituts (EIT), EIT Culture and Creativity, so Trautenberger, verdichtet nun die europäischen Unterstützungsmaßnahmen (von Horizon Europe bis zur European Skills Agenda) und trägt zum Ausbau des kultur- und kreativwirtschaftlichen Ökosystems und der Verbindung von Bildung, Forschung und Wirtschaft innerhalb Europas bei. Bayern beteiligt sich hier aktiv, auch über den Verein für Forschung und Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands „ICE Germany“, wodurch die Rolle der bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaft in der Forschungs- und Entwicklungsarbeit perspektivisch gestärkt wird.

Welche Potenziale hierin stecken, erläutert Dr. Kilian Steiner, Leiter Öffentlichkeitsarbeit beim Internationalen Kompetenzzentrum für Wissenstransfer und Kollaborationen rund um Design in Bayern, bayern design. Mit dem EIT CC rückt die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht nur als innovative Partnerin der Forschung in den Fokus, sondern zugleich als legitime Ressource der Welterschließung und Erkenntnisgewinnung selbst (-> artistic research). Im Kontext des Designs bedeutet Forschung *durch* Design, dass die Gestaltenden unmittelbar in den Forschungsprozess involviert sind und den Forschungsgegenstand durch Anwendung spezifischer Methoden aus der Design- und Wissenschaftspraxis ergründen. Sie schaffen dabei neues Wissen aus der Designpraxis – sowohl prozessual wie zum Beispiel bestimmte Dienstleistungen als auch gegenständlich in Form von Objekten.

Immer stärker kommt dabei eine Form der forschenden Praxis zur Anwendung, die auf Transdisziplinarität hin ausgerichtet ist. Gemeint ist eine lebensdienliche Forschung, die sich nicht isoliert innerhalb der Wissenschaft, sondern in enger Verständigung mit der Gesellschaft vollzieht. Der eigentliche Forschungsgegenstand wird dabei im Dialog mit eben jenen gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteuren geformt (Politik/Verwaltung, Wirtschaft, Bildung, Alltag usw.), in deren Lebenswirklichkeit sich bestimmte untersuchungswürdige Phänomene konkretisieren. Das 2018 gegründete Fraunhofer-Netzwerk »Wissenschaft, Kunst und Design (WKD)« greift diesen Ansatz auf und entwickelt ihn in besonderer Verschränkung eben mit den Gewerken Kunst und Design weiter. Camilla Geier, Leiterin des Netzwerks WKD und Prof. Dr. Jens Krzywinski, Professor für technisches Design an der Technischen Universität Dresden geben Einblick in die Arbeit des Netzwerks, das so neue Realitätszugänge und Sichtweisen auf gemeinschaftlich formulierte Fragestellungen ermöglicht. Derzeit gehören 28 Institute und Einrichtungen sowie die Zentrale der Fraunhofer-Gesellschaft dem Netzwerk an. Bayern ist hier allein mit 17 Instituten vertreten, darunter dem Fraunhofer-Institut für Grenzflächen- und Bioverfahrenstechnik IGB oder dem Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS.

### **Die bayerische Kultur- und Kreativwirtschaft im Kontext**

Die kleinteiligen Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft erlauben es den Akteurinnen und Akteuren zügig auf Umweltveränderungen zu reagieren und sich gestaltend produktiv in Prozesse des Wandels einzubringen. Gleichwohl wird es auch für Kultur- und Kreativschaffende zunehmend wichtiger, ein Sensorium für die großen Wandlungsprozesse unserer Zeit und den sich daraus ergebenden Herausforderungen auszubilden. Der in diesem Bericht vorgestellte **erste Trendradar für die bayerische Kultur- und Kreativwirtschaft** soll hierbei unterstützen und als Sammlung

von Trends, eingeordnet und abgewogen durch die Akteurinnen und Akteure selbst, unternehmerische Orientierung geben. Besonders starke und weitreichende Trends wurde in den Feldern Technologie, Ökologie und Ökonomie identifiziert, zu denen etwa die Ausbreitung künstlicher Intelligenz (KI), die Bewegungen hin zur Zirkularität oder aber die Ausbildung hybrider Kompetenzen zählten. Die Kultur- und Kreativwirtschaft erscheint hier im Schatten der Corona-Pandemie und stetig voranschreitenden Digitalisierung als Querschnitt gesamtwirtschaftlicher Herausforderungen.

Wie etwa die Digitalisierung Niederschlag findet in einer sich ausformenden **Kultur der Digitalität**, beeinflusst auch und gerade durch das Wirken der Kultur- und Kreativwirtschaft, veranschaulicht der Aufsatz der ausgebildeten Musikerin, Balletttänzerin und promovierten Architektin Dr. Vesna Petresin. Unsere Lebenswelt, so argumentiert sie, und wie wir ihr begegnen, sie uns erschließen, auf sie einwirken, unterliegt einem grundsätzlichen Wandel, der auf eine unbekannte, durch neue Technologien hervorgerufene Form der Nicht-Linearität, Gleichzeitigkeit und Interdependenz zuläuft. Hieraus ergeben sich gänzlich neue Konstellationen der Zusammenarbeit und Wertschöpfung, die nicht zuletzt eine sehr viel breitere gesellschaftliche Teilhabe an Prozessen der kulturell-kreativen Produktion ermöglichen. Petresin plädiert dafür, die Potenziale neuer Technologien konsequent(er) zu erschließen und sie gezielt in die kultur- und kreativunternehmerische Praxis (von der Ideengenerierung bis hin zur Vermarktung) zu integrieren.

### **Schwerpunkte der Entwicklung**

Der letzte Teil des Berichts fokussiert darauf, Entwicklungen zu beleuchten, die als Merkmale und Bedingungen (befähigende Faktoren) der Veränderung innerhalb der bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaft zu erkennen sind. Die Stärkung der Branche auf politischer Ebene ist zunächst einmal eng verbunden mit einer **neuen Verantwortung**, die ihr als gesellschaftlicher Akteurin zugeschrieben wird. Anna Heringer, Architektin und Preisträgerin des New European Bauhaus Award 2021 in der Kategorie „Solutions for the Co-evolution of Built Environment and Nature“ lässt im Gespräch erkennen, wie die Architektur beispielhaft für die Kultur- und Kreativwirtschaft eine solche neue Verantwortung wahrzunehmen vermag. Heringer ist Mitautorin des „Laufen Manifesto for a Humane Design Culture“, das eine am Menschen und seinen Bedürfnissen ausgerichtete Form der Gestaltung fordert, eine Gestaltung, die den Menschen als Teil der Natur und nicht als herausgestellten Organismus begreift. Wesentlicher Aspekt dieser Hinwendung zum Menschen ist die Ästhetik und damit die Betonung wahrnehmungs- und empfindungsbezogener Aspekte des Bauens (jenseits funktional-formaler Erwägungen) und schöpferischen Tätigseins allgemein. Ziel ist das harmonische Ganze, das sich nicht in dem Erscheinungsbild des fertigen Objekts, der gewählten Form, der Auswahl der Materialien, der Anbindung an die Umgebung usw. erschöpft, sondern den Entstehungsprozess als Verständigungs- und Teilhaberaum mit einbezieht. Neues kann dabei nur entstehen, so Heringer, „wenn man auch Risiken eingeht und Verantwortung übernimmt.“

Angesichts der komplexen Herausforderungen wächst das Bewusstsein, dass eine solche Verantwortungsübernahme und darüber hinaus die Unterstützung der Branche eine intensiviertere Form teilmärktübergreifender Verständigung, eine **neue** Form von **Gemeinschaftlichkeit** verlangt. Konkret betrifft das auch die Ebene der Interessenvertretung. Das lässt die Arbeit der im Schatten der Pandemie gegründeten „Ständigen Konferenz für Kunst und Kultur in Bayern – SK<sup>3</sup>“ erkennen, die sich zur Aufgabe gemacht hat, kunstformunabhängig die Interessen der Branche zu vertreten. Ihr Vorsitzender Walter Heun und Philipp Ernst, Vizevorsitzender des Bayerischen Landesverbands für Kultur- und Kreativwirtschaft (BLVKK) unterstreichen im Interview die Dringlichkeit des Erfahrungs- und Wissensaustauschs, des Ab- und Zusammenstimmens von Anliegen, die (zunächst einmal)

genre- oder kunstformunabhängig die Branche betreffen, angefangen bei der Ausgestaltung von Förderprogrammen bis hin zur Handhabung neuer Technologien wie künstlicher Intelligenz. Vor allem geht es auch darum, aus der Selbstbezogenheit der Teilmärkte herauszutreten und politisch als Einheit sichtbar zu sein/werden.

Die besondere Dynamik des Wandels, angetrieben durch neue Technologien und dem Bestreben einer nachhaltigen Ausrichtung von Wirtschaft und Gesellschaft, beeinflusst auch das Repertoire der erforderlichen, **neuen Kompetenzen**, insbesondere an der Schnittstelle von Kultur und Technik. Um sich produktiv in den Arbeitszusammenhang der Transformation einbringen und die technischen Entwicklungen unternehmerisch erschließen zu können, spielt die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung der Akteurinnen und Akteure eine zentrale Rolle. Dabei sind wichtige Qualifikationen einer resilienten und anpassungsfähigen Gesellschaft in der Kultur- und Kreativwirtschaft bereits angelegt. Transformation, darauf weist Carola Kupfer, Präsidentin des Bayerischen Landesverbands für Kultur- und Kreativwirtschaft (BLVKK), hin, ist für die Branche „alles andere als neu: Veränderung gehört hier zum kreativen Lebenszyklus dazu. Immer wieder hinterfragen, analysieren, bewerten, verwerfen und neu ansetzen – das sind typische Vorgehensweisen im schöpferischen, kreativen Prozess, und zwar in allen Teilmärkte dieser heterogenen Gruppe.“ Entsprechend plädiert sie für die Stärkung dieser transformationsbefähigenden Kompetenzen im Sinne einer berufsbildmäßigen Einordnung und dessen Weiterentwicklung zu einem unternehmerischen Konzept, an das wiederum neue Qualifizierungsbedarfe, Förderkulissen und Ansprüche der sozialen Absicherung gekoppelt sind.

Ein zentraler und in dieser Reihe der Schwerpunktthemen letzter Aspekt bei der Förderung kultur- und kreativwirtschaftlicher Aktivität ist die Schaffung **neuer Räume**. Die kommunalen Förderer Dr. Olaf Kranz, Leiter des Kompetenzteams Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München und Sebastian Knopp, Leiter der Kreativbehörde Regensburg ebenso wie Steffen Zimmermann, Leiter der Betreibergesellschaft des Kreativortes „Z-Bau Nürnberg“ reflektieren umfassend und erfahrungsreich, konzeptionell sowie handlungspraktisch, die Beschaffenheit konkret jener Räume, die kultur- und kreativwirtschaftliches Forschen, Entwickeln, Produzieren und Vermarkten ermöglichen. Genauer: Wie kann man durch die bewusste Gestaltung von Räumen die ästhetische Kreativität (lies: den schöpferischen Akt) unterstützen und befördern, um im Sinn der aktuellen Industriestrategie der Europäischen Kommission sowie der Ziele des gerade neu konstituierten EIT KIC Culture & Creativity mehr und disruptivere marktschaffende Innovationen schneller zu realisieren?

## Handlungsempfehlungen

Der Bericht schließt, wie schon der vorherige, mit einem Katalog an Handlungsempfehlungen, die sich aufgliedern in **vier Handlungsfelder**: i. Verankerung der Ästhetik im bayerischen Innovationssystem, ii. Strategische Profilierung (der Branche), iii. Stärkung kultur- und kreativwirtschaftlicher Wettbewerbsfähigkeit und iv. Forscherische Begleitung (der KKW). Die Handlungsfelder stehen nicht isoliert, sondern knüpfen inhaltlich, da wo geboten, an den Empfehlungen des vorherigen Berichts an, die in Kapitel 3 des vorliegenden Berichts entsprechend gewürdigt wurden. Zu den Empfehlungen im Einzelnen zählen, 1. die Erweiterung der Transformation zur ästhetischen Aufgabe, 2. die intensivierte Verschränkung von Kultur und Technik, 3. die Entwicklung einer bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaftsstrategie, 4. die Verankerung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der bayerischen Innovationsstrategie, 5. die Ausbildung neuer Kompetenzen, 6. die Kultivierung einer neuen Gemeinschaftlichkeit, 7. die Schaffung neuer Räume, 8. die Erschließung der Perspektive Europa und 9. der Aufbau von Forschungsinfrastruktur im Feld der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Handlungsempfehlung sind als Debattenbeitrag zu lesen und dazu angelegt, die Branche in ihrer

Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, ihr Zugang zu relevanten Netzwerken, kritischem Wissen, neuen Märkten und erforderlichem Kapital zu ermöglichen.