

## **Mitteilung**

### **der Landesregierung**

#### **Bericht der Landesregierung zu einem Beschluss des Landtags; hier: Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg**

##### Landtagsbeschluss

Der Landtag hat am 28. Februar 2008 folgenden Beschluss gefasst (Drucksache 14/2340 Nummer 7 Ziffer 1 i. V. m. Drucksache 14/836):

*Die Landesregierung zu ersuchen,*

*jährlich<sup>\*)</sup> einen aktuellen kurzen Bericht über die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg vorzulegen.*

##### Bericht

Mit Schreiben vom 8. August 2025, Az.: WM36-34-16/18/3. berichtet das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus im Namen der Landesregierung wie folgt:

---

<sup>\*)</sup> Der Ausschuss für Finanzen und Wirtschaft hat sich in seiner 36. Sitzung am 17. Oktober 2013 darauf verständigt, dass der Bericht zukünftig in einem Zweijahresrhythmus vorzulegen ist.

## **8. Bericht der Landesregierung zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg**

### **1. Vorbemerkung**

Der Landtag hat am 28. Februar 2008 den Beschluss gefasst, die Landesregierung zu ersuchen, jährlich einen aktuellen kurzen Bericht über die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg vorzulegen (Drucksache 14/2340 Nr. 7 Ziffer 1 i. V. m. Drucksache 14/836). Er wird daher in regelmäßigen Abständen über die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg unterrichtet. Der Ausschuss für Finanzen und Wirtschaft hat sich in seiner 36. Sitzung am 17. Oktober 2013 darauf verständigt, dass der Bericht zukünftig in einem Zweijahresrhythmus vorzulegen ist. Seit 2016 findet diese Unterrichtung daher alle zwei Jahre statt (Drucksache 16/225). Der letzte bzw. 7. Bericht der Landesregierung zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg erfolgte am 8. September 2023.

Um der zunehmenden Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihren sehr unterschiedlichen Entwicklungen in den zahlreichen Teilmärkten insbesondere nach der Coronapandemie gerecht zu werden, erstellt Goldmedia im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus seit 2023 jährlich eine „Standortstudie zur Kultur- und Kreativwirtschaft“ mit allen relevanten statistischen Daten. Diese bildet die wesentliche Datengrundlage des 8. Berichts an den Landtag und soll auch künftig als Informationsgrundlage der Berichterstattung dienen.

In der Standortstudie 2024 lag ein zusätzlicher Schwerpunkt auf den Auszubildenden und Gründungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Basis war eine Auswertung der Zahl der Auszubildenden und Neugründungen für den kreativen, künstlerischen und digitalen Bereich der von den 12 Industrie- und Handelskammern in den 12 Regionalverbänden vorgelegten Zahlen für den Zeitraum ab 2014. Die Ergebnisse dieser Sonderauswertung finden im 8. Bericht entsprechend Berücksichtigung.

Da in der amtlichen Statistik die Games-Branche gemeinsam mit der Software-Branche ausgewiesen wird, erfolgt im Rahmen der Standortstudie eine gesonderte Auswertung für den Games-Markt auf Basis der Angaben des Game-Verbandes (game e. V.). Neben dieser Sonderauswertung für Games umfasst der 8. Bericht eine Sonderanalyse der wirtschaftlichen Kennzahlen der VFX-, Animations-, und Games-Branche, die von der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg 2024 ebenfalls bei Goldmedia in Auftrag gegeben worden war.

Der Bericht enthält darüber hinaus die wesentlichen Ergebnisse einer in 2024 und 2025 erstellten Studie zur Rolle der Nachtökonomie in Baden-Württemberg. Die Kurz-Fassung der im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Prognos-Studie „NightLÄND BW“ ist dem Bericht ebenfalls beigelegt.

Der Bericht gliedert sich im Weiteren wie folgt:

- Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg
- Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg
- Prognose der weiteren Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land
- Maßnahmen der Landesregierung
- Handlungsempfehlungen
- Fazit

## **2. Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg: Umsatz, Anzahl Unternehmen, Beschäftigte**

Zur Kultur- und Kreativwirtschaft gehören die elf Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt sowie die Software-/Games-Industrie.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg erwirtschaftete im Jahr 2023 einen Gesamtumsatz in Höhe von rund 30,5 Milliarden Euro. Gegenüber dem Jahr 2022 bedeutet dies ein Umsatzwachstum von fast 5 Prozent. Insgesamt 28 229 Unternehmen waren 2023 in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig, dies entspricht einem Wachstum von rund einem Prozent gegenüber 2022. Hinzu kommen etwa 45 500 Kleinunternehmen mit einem Jahresumsatz von jeweils maximal 22 000 Euro. Leicht rückläufig waren hingegen die Beschäftigtenzahlen: 2024 waren in Baden-Württemberg rund 165 000 Personen sozialversicherungspflichtig im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt (-0,6 Prozent gegenüber 2023). Hinzu kommen rund 45 000 geringfügig Beschäftigte (-2,7 Prozent gegenüber 2023). Zwar entsprach dies gegenüber 2019 immer noch einem Wachstum um 3 Prozent, die Tendenz bei den Beschäftigtenzahlen ist dennoch rückläufig.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine sehr heterogene Branche, in der sich die Anteile der verschiedenen Teilmärkte in Baden-Württemberg deutlich unterscheiden. Der mit großem Abstand umsatzstärkste Teilmarkt war 2023 weiterhin die Software-/Games-Industrie mit rund 16,6 Milliarden Euro, was mehr als der Hälfte der Gesamteinnahmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg entspricht. Mit insgesamt rund 4,9 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2023 in Deutschland trägt SAP maßgeblich zum hohen Gesamtumsatz der Branche bei. Rechnet man den Anteil von SAP an der Software-/Games-Industrie heraus, liegt dieser Teilmarkt aber immer noch mit einem Umsatz von rund 11,7 Milliarden Euro und einem Umsatz pro Unternehmen von rund 2 Milliarden Euro auf dem ersten Platz der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land. Es folgen der Pressemarkt mit einem tendenziell rückläufigen Umsatz von rund 3,5 Milliarden Euro sowie die Teilmärkte Design, Werbung, Architektur und Buch mit jeweils rund 2 bis 3 Milliarden Euro Umsatz.

Über alle Teilmärkte hinweg liegt der durchschnittliche Umsatz pro Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg bei rund 1,1 Millionen Euro. Im Ländervergleich positioniert sich Baden-Württemberg bei der Höhe des Umsatzes pro Unternehmen damit auf dem ersten Platz und liegt deutlich über dem Bundesschnitt (857 000 Euro Umsatz pro Unternehmen). Ohne den Umsatzanteil von SAP läge der Umsatz pro Unternehmen bei rund 0,9 Millionen Euro und Baden-Württemberg würde sich im Ländervergleich immer noch auf dem 4. Platz und weit über dem Länderdurchschnitt bewegen.

Der nach wie vor relativ hohe Anteil des wichtigen Pressemarktes (auf Rang 2 nach Software/Games) darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass es hier in den letzten Jahren auch in Baden-Württemberg zu erheblichen Einbrüchen kam. Der Pressemarkt in Baden-Württemberg verzeichnete im Jahr 2023 einen deutlichen Umsatzrückgang um über 10 Prozent auf rund 3,5 Milliarden Euro. Damit setzt sich der langfristige Negativtrend im gesamten Bundesgebiet fort, der bereits vor der Pandemie durch sinkende Printauflagen und rückläufige Werbeeinnahmen eingesetzt hatte und nur durch ein leichtes Wachstum im Jahr 2022 unterbrochen wurde. Am stärksten betroffen war in Baden-Württemberg das Verlegen von Zeitschriften mit einem Umsatzrückgang von rund 525 Millionen Euro, gefolgt vom Zeitungsverlagswesen.

Mit über 28 000 Unternehmen und Umsätzen i. H. v. rund 30,5 Milliarden Euro (2023) sowie rund 210 000 Beschäftigten (2024) ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ein bedeutsamer Wirtschaftsfaktor des Landes mit einer wichtigen Rolle im wirtschaftlichen Transformationsprozess für alle Branchen und enormen Umsatz- und Wachstumswerten vor allem in den Teilmärkten Software/Games, Film, aber auch Design, Architektur, Presse und Darstellende Kunst. Die Unternehmen

der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg repräsentieren etwa 12 Prozent aller Unternehmen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft und rund 7 Prozent der insgesamt etwa 428 000 Unternehmen in Baden-Württemberg.

Rund 192 000 Menschen<sup>1</sup> sind im Jahr 2024 in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg beschäftigt. Das sind mehr Personen als in der Pharmaindustrie, der Energieversorgung und der Chemischen Industrie zusammen (insgesamt rund 114 000). Im Jahr 2024 erreichte die Beschäftigtenzahl etwa 86 Prozent des Gastgewerbes. Gegenüber 2019 entspricht dies einem leichten Wachstum (+3 Prozent). Der Maschinen- und Fahrzeugbau sowie das Gastgewerbe verzeichneten im selben Zeitraum jeweils einen leichten Rückgang um 1 bis 2 Prozent.

Der Anteil der Beschäftigten im Verhältnis zur Bevölkerungszahl in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft war im Jahr 2024 mit 7 Prozent in der Universitätsstadt Ulm am höchsten. Es folgen die Landeshauptstadt Stuttgart mit 5,7 Prozent und die Stadt Karlsruhe mit 5,5 Prozent. Damit konzentrieren sich die kreativen Zentren Baden-Württembergs erwartungsgemäß in urbanen Ballungsräumen, die zugleich bedeutende Bildungs- und Ausbildungsstandorte der Branche sind. Insgesamt ist die Kultur- und Kreativwirtschaft jedoch landesweit in allen Raumtypen Baden-Württembergs vertreten.

Der Anteil der Gesamtbeschäftigten je Kreis bzw. kreisfreier Stadt an der Anzahl Gesamtbeschäftigter der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg war im Jahr 2024 in der Landeshauptstadt Stuttgart mit gut 18 Prozent am höchsten. Auf Rang 2 und 3 finden sich der Rhein-Neckar-Kreis mit knapp 13 Prozent sowie die Stadt Karlsruhe mit knapp 9 Prozent. Dabei sind 59 Prozent der Gesamterwerbstätigen im urbanen Raum, 27 Prozent im Übergangsraum und 14 Prozent im Ländlichen Raum beschäftigt.

Eine Auswertung der Zahl der Auszubildenden und Neugründungen für den kreativen, künstlerischen und digitalen Bereich im Jahr 2024 ergab einen leichten Rückgang bei den Auszubildenden-Zahlen (-2 Prozent). Dem stand eine Gründungsdynamik in den kreativen, künstlerischen und digitalen Bereichen in Baden-Württemberg gegenüber, die deutlich über dem Bundestrend lag.

### 2.1. Sonderauswertung Games bzw. Games/Animation und VFX

Die Software-/Games-Industrie ist mit einem Umsatzvolumen von rund 16,6 Milliarden Euro (2023) und einem Wachstum von rund 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr der mit Abstand größte Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Trotz hoher Energiepreise und wirtschaftlicher Unsicherheiten setzte dieser sein starkes Wachstum fort. Laut der Standortstudie ist davon auszugehen, dass der Teilmarkt seine Rolle als Innovationstreiber weiter ausbauen und seine Spitzenposition langfristig sichern wird. Vor allem Effizienzsteigerungen durch den zunehmenden Einsatz von Künstlicher Intelligenz und Gamification-Ansätzen sowie eine engere Zusammenarbeit zwischen Software- und Games-Industrie sind entscheidende Faktoren dieser positiven Zukunftserwartungen.

Zwischen 2018 und 2023 verzeichnete die Software- und Games-Industrie ein sehr starkes Wachstum von insgesamt rund 4,7 Milliarden Euro. Die sonstige Softwareentwicklung ist mit einem Marktanteil von rund 93 Prozent und Umsätzen in Höhe von über 15,4 Milliarden Euro (davon SAP: 4,9 Milliarden Euro) Umsatz pro Jahr (2023) der mit Abstand größte Wirtschaftszweig des Teilmarkts. Auch die Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen, das Verlegen von sonstiger Software wie auch die Webportale konnten ihren Umsatz stark steigern. Der Umsatz der Webportale stieg dabei am stärksten um rund 300 Prozent auf 202 Millionen Euro. Einzig die Computerspiel-Publisher ver-

<sup>1</sup> Hinweis: Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Dies verhindert das Double-Counting von Beschäftigten gegenüber der zuvor verwendeten Definition (Summe aus sv-pflichtig und allen geringfügig Beschäftigten).

zeichneten 2023 – trotz eines weiter wachsenden Marktes – Umsatzverluste gegenüber 2018. Die Software-/Games-Industrie ist – trotz der Umsatzverluste bei den Games-Publishern – neben der Film-Industrie auch der einzige Teilmarkt, der zwischen 2018 und 2023 (trotz veränderter Erfassung in der amtlichen Statistik) einen Zuwachs bei der Unternehmenszahl verzeichnen konnte (+11 Prozent).

Die Software-/Games-Industrie ist im Jahr 2024 mit insgesamt knapp 97 500 Beschäftigten der größte Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Mit rund 21 000 Beschäftigten liegt der Rhein-Neckar-Kreis (mit SAP in Walldorf) an der Spitze. Die Landeshauptstadt Stuttgart (15 736) sowie Karlsruhe (11 825) bilden weitere Beschäftigungszentren der Software-/Games-Industrie. Mit größerem Abstand folgen die Städte Esslingen (5 715) und Ulm (4 638).

Eine gesonderte Untersuchung des Games-Marktes, basierend auf Daten des deutschen Games-Verbandes (game e. V.), zeigt die regionalen Cluster des Games-Marktes in Baden-Württemberg. Stand Mai 2025 wies „gamesmap.de“ insgesamt 145 aktive Unternehmen und Institutionen im Games-Markt in Baden-Württemberg aus. In der Landeshauptstadt Stuttgart und der Stadt Karlsruhe sind mit jeweils 28 Unternehmen und Institutionen die meisten Akteure im Games-Segment ansässig. Gegenüber Mai 2024 ist die Zahl der Unternehmen und Institutionen im Games-Markt allerdings leicht gesunken (–4 Prozent gegenüber Mai 2024).

Dies entspricht einem bundesweiten Trend und ist mit großer Wahrscheinlichkeit auf den Förderstopp des Bundes seit 2023 zurückzuführen, der einen bis dahin zu verzeichnenden Gründer-Boom abrupt abgebremst hat. Von 2020 bis 2023 war die Anzahl der Games-Unternehmen, die in Deutschland Computer- und Videospiele entwickeln, um 52 Prozent gewachsen. Die große Nachfrage nach der Games-Förderung und die fehlende Anpassung der Mittel an den tatsächlichen Bedarf hatten mehrfach zu Förderantragsstopps bei den Bundesmitteln geführt. Diese wenig verlässlichen Rahmenbedingungen für die Spiele-Entwicklung in Deutschland hatten unter anderem – so die Position des Verbandes game e. V. – maßgeblich zu einem Einbruch der Neugründungen beigetragen: Während 2020 noch 93 Games-Unternehmen in Deutschland gegründet wurden, waren es 2023 nur noch 33 – ein Minus von 65 Prozent.

Der neue Haushaltsentwurf der Bundesregierung sieht für 2025 insgesamt 88 Millionen Euro und in den Eckwerten ab 2026 jährlich 125 Millionen Euro vor. Aus Sicht des Verbandes muss die Games-Förderung verlässlicher und berechenbarer werden, damit Deutschland international als Entwicklungsstandort konkurrenzfähig bleibt. Hierzu sei es allerdings auch erforderlich, die bisherige Games-Förderung um eine steuerliche Games-Förderung zu ergänzen, wie sie an den internationalen Top-Standorten die Regel ist. Der Bundesrat teilt diese Auffassung und hat in einem Beschluss vom 7. November 2024 die Bundesregierung gebeten, die entsprechenden Möglichkeiten zu prüfen.

In einer Sonderanalyse wurden 2024 die wirtschaftlichen Kennzahlen der VFX-, Animations- und Games-Branche erfasst. Diese zeigen die herausragende Rolle und die beachtliche Dynamik dieses Bereichs, der unter anderem im Kontext des Metaverse eine wichtige Rolle spielt: Der Umsatz der baden-württembergischen Games-Unternehmen lag 2022 bei 190 Millionen Euro, jener der VFX- und Animationsbranche zusammen bei 170 Millionen Euro. Gegenüber der letzten branchenspezifischen Standortstudie mit Stand 2010 ist der Umsatz der VFX-/Animationsunternehmen um rund 800 Prozent gewachsen. Zu dieser erfolgreichen Entwicklung hat nach Einschätzung von Goldmedia die bestehende Förderkulisse trotz begrenzter Budgets maßgeblich beigetragen. Für die Games-Industrie liegen nur Vergleichszahlen für 2015 vor. Der Umsatz der Games-Unternehmen ist gegenüber 2015 um mindestens um 90 Prozent gewachsen.

2022 beliefen sich die Fördervolumina in Baden-Württemberg im Bereich VFX/Animation auf 7,5 Millionen Euro, die Förderung von Games (GAMES BW), die in 2022 erstmals aufgelegt wurde, auf 0,9 Millionen Euro (in 2024: 1,1 Millionen Euro, in 2025: 1,2 Millionen Euro). Trotz der wesentlich geringeren Fördersum-

men als im Filmbereich war im Games-Bereich ein Anstieg der Unternehmenszahl zwischen 2015 und 2024 von rund 210 Prozent zu verzeichnen. Demgegenüber war die Zahl der VFX-/Animations-Unternehmen 2024 gegenüber dem Jahr 2010 um 170 Prozent gestiegen. Damit stieg die Zahl der Unternehmen im Vergleichszeitraum zwar stark an, blieb allerdings im Bereich VFX/Animation – trotz deutlich höherer Fördergelder – deutlich unter dem Anstieg der Unternehmenszahlen im Bereich Games. Stand 2024 stehen 85 VFX-/Animationsunternehmen 146 Games-Unternehmen in Baden-Württemberg gegenüber.

Die Zahl der VFX- und Animationsunternehmen in Baden-Württemberg liegt mit 85 im nationalen Vergleich vor Berlin und auf etwa doppelt so hohem Niveau wie in Bayern und Nordrhein-Westfalen. Dabei ist in keinem der Vergleichsbundesländer ein ähnlich starker Fokus der Förderstrategien auf die Bereiche VFX und Animation wie in Baden-Württemberg erkennbar. Die Gesamtfördersummen für Produktionen im Bereich Film, TV und Streaming sind zwar an den anderen Standorten deutlich größer, aber sowohl der Anteil als auch die absolute Fördersumme für VFX und Animation sind in Baden-Württemberg am höchsten. Hingegen ist die Games-Förderung an den Vergleichsstandorten zum Teil deutlich höher als in Baden-Württemberg. 2022 betrug bspw. die Games-Förderung Bayern das Vierfache der Games-BW-Förderung. Vor diesem Hintergrund ist die Größe der Games-Industrie in Baden-Württemberg mit fast 150 aktiven Unternehmen besonders bemerkenswert.

Im Rahmen der Analyse konnten in Baden-Württemberg über 70 verschiedene branchenrelevante Studiengänge in den Bereichen Animation, VFX und Games identifiziert werden, die an insgesamt 27 Bildungseinrichtungen angeboten werden. Darüber hinaus existieren relevante (Aus-)Bildungs- und Weiterbildungsangebote bspw. seit 2023 die Berufsausbildung „Gestalter/in für immersive Medien“, welche an der Johannes-Gutenberg-Schule Stuttgart angeboten wird. Eine Sonderauswertung in der Standortstudie 2024 ergab einen leichten Rückgang bei den Auszubildenden-Zahlen (-2 Prozent). Dem stand eine Gründungsdynamik in den kreativen, künstlerischen und digitalen Bereichen in Baden-Württemberg gegenüber, die deutlich über dem Bundestrend lag.

Trotz dieser eindeutigen Standortvorteile vor allem im Bereich der Förderung und der Ausbildung hält sich die Sichtbarkeit nach außen in Grenzen. So ergab eine Online-Befragung von Goldmedia, dass in Deutschland vor allem Bayern und Berlin sowohl für die VFX-, die Animations- als auch die Games-Branche besonders häufig genannt wurden, während Nordrhein-Westfalen insbesondere als starker Wettbewerber im Games-Bereich hervorgehoben wurde. International wurde Frankreich, insbesondere Paris/Île-de-France, mehrfach als Wettbewerbsstandort im Bereich Animation genannt. British Columbia mit der Metropolregion Vancouver in Kanada sowie London gelten jeweils als starke Standorte, insbesondere für die VFX- und Games-Branche.

## 2.2. Studie NightLÄND BW (Prognos)

Der Wettbewerb um die klügsten Köpfe hat in den vergangenen Jahren dazu geführt, dass dem Image des Standorts immer größere Bedeutung beigemessen wird. Zahlreiche wissenschaftliche Studien belegen, dass die Attraktivität eines Standortes ein Schlüsselfaktor für die Anwerbung qualifizierter Fachkräfte ist. Dabei spielt auch zunehmend das Angebot der „Stadt nach acht“ eine Rolle, denn das kulturelle und gastronomische Leben am Abend und in der Nacht sind mitprägend für das Image von Regionen und Städten und tragen maßgeblich zur Attraktivität eines Standortes bei.

Da für Baden-Württemberg bisher nur für die Stadt Stuttgart Daten zur Nachtökonomie vorlagen, hat das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus 2024 Prognos damit beauftragt, eine Studie zur Rolle der Nachtökonomie für Baden-Württemberg durchzuführen. Sie schließt an die aus der Nachtökonomie-Studie Stuttgart 2023 gewonnenen Erkenntnisse an. Die Studie zeigt neben der wirtschaftlichen Bedeutung auch die soziale und kulturelle sowie die stadt- und mobilitätspolitische Bedeutung der Nachtökonomie für Baden-Württemberg. Sie

verdeutlicht, dass eine lebendige Nachtökonomie maßgeblich zur Attraktivität des Standortes und zur Gewinnung von Fachkräften beiträgt, Innenstädte und Tourismus belebt sowie integrative Orte der Begegnung und des demokratischen Miteinanders schafft.

Baden-Württemberg gilt in Deutschland als Vorreiter für die Etablierung von Night-Governance-Stellen bzw. sogenannten „Nachtbürgermeistern“ auf kommunaler Ebene. Auch die „Popbüros und Popförderzentren Baden-Württemberg“ – als Netzwerk zur Förderung von Popkultur und -musik finanziert über das RegioNet-Programm der Popakademie Baden-Württemberg und mit Mitteln der POPLÄND-Initiative des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst – werden als außerordentlich ausgeprägte Infrastruktur wahrgenommen. Positiv wird auch die Qualität der Arbeit von Clubkultur Baden-Württemberg e. V. als Interessensverband von Akteurinnen und Akteuren aus den Bereichen Club-, Kultur- und Musikveranstaltungen, Konzerte und Festivals sowie das unverzichtbare Engagement von Ehrenamtlichen gesehen.

Wie die Studie zeigt, benötigt eine dynamische Nachtökonomie aber nicht nur eine gute „Night-Governance“ bzw. ein gutes Miteinander zwischen den verschiedenen Stakeholdern aus Verwaltung, Wirtschaft, dem Kulturbereich und der Gesellschaft und im besten Fall die Etablierung einer festen, koordinierenden (Nachtbürgermeister-/Bürgermeisterinnen-)Stelle, sondern auch eine gezielte Unterstützung durch finanzielle Anreize, moderne rechtliche und infrastrukturelle Rahmenbedingungen und innovative Nutzungskonzepte.

Ein Fokus der Studie liegt auf der Betrachtung unterschiedlicher Raumtypen im Land. Dafür wurden insgesamt fünf Modellregionen untersucht: Aalen, Freiburg, Heilbronn, Mannheim und Konstanz. Sie schließt mit Empfehlungen zur Stärkung der Nachtökonomie in Baden-Württemberg und 12 Handlungsempfehlungen. Diese beziehen sich im Wesentlichen auf die allgemeine Stärkung und Förderung der Nachtökonomie und der Resilienz der Geschäftsmodelle, den Aufbau interdisziplinärer Netzwerke, die Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen und Handlungsspielräume der Verwaltung, die Förderung und Professionalisierung von Talenten. Ferner wird die Rolle der Nachtökonomie zur Schaffung von Orten der Teilhabe und Gesundheitsprävention sowie der Stärkung von Inklusion, ökologischer Nachhaltigkeit und eines demokratischen Miteinanders hervorgehoben. Die Kurzfassung der Studie ist dem Bericht beigelegt.

### **3. Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft für Baden-Württemberg**

Bereits vor der Pandemie hat die Kultur- und Kreativwirtschaft viele digitale Transformations- und Innovationsprozesse angeführt. Mit ihrer hohen Wandlungs- und Anpassungsfähigkeit trägt sie in Baden-Württemberg entscheidend dazu bei, den wirtschaftlichen Wandel und das große Feld der Digitalisierung und Künstlichen Intelligenz erfolgreich mitzugestalten. Sie ist Innovationstreiberin, weil sie aus Technologien (u. a. durch innovatives Design, moderne Kommunikationstechniken, immersive Bildtechniken) nachvollziehbare und nachhaltige Innovationen schafft, denen die Menschen vertrauen und Aufmerksamkeit schenken. Außerdem gestalten insbesondere auch die technologieorientierten Bereiche der Branche wichtige Digitalisierungsmöglichkeiten aktiv mit (z. B. technische Spezifizierungsprozesse im Bereich von Game Engines, Visual Effects und virtueller Produktion). In Bezug auf den Medien- und Kreativstandort wird dies auch im Impulspapier der Filmakademie Baden-Württemberg vom 4. Juni 2025 zurecht unterstrichen.<sup>2</sup>

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gehört deshalb zu den Grundpfeilern des wirtschaftlichen Erfolgs Baden-Württembergs und spielt bei der Transformation des

<sup>2</sup> Ludwigsburger Impulse: Impulspapier 2025/01: Stärkung des Medien- und Kreativstandortes Baden-Württemberg – „Transformation gemeinsam gestalten“ von Dr. Andreas Bareiß; Link: 250603\_Impulspapier\_Transformation BW

Landes eine maßgebliche Rolle. Besonders eindrücklich wird das im Bereich des Metaverse bzw. Industrial Metaverse. Denn für die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen im Bereich virtuelle Welten und Metaverse sind die (Dienst-)Leistungen aus der Kreativwirtschaft wie beispielsweise Games- und 3D-Technologien als Technikvorreiter von großer Bedeutung. Schon heute sind es insbesondere Kreativunternehmen, die mit neuen, digitalen oder hybriden Kommunikations-, Unterhaltungs- oder Vermittlungsformaten experimentieren und erste konkrete immersive Anwendungen für verschiedene Branchen entwerfen.

So trägt die Kreativbranche dazu bei, die wirtschaftlichen Potenziale unterschiedlicher Metaverseszenarien greifbarer zu machen und neue Anwendungsfelder zu erschließen. Denn für viele Unternehmen gelten gerade der Mangel an praktischen Anwendungsfällen sowie die Schwierigkeit, aktuellen Entwicklungen zu folgen, als größte Hemmschwelle auf dem eigenen Weg ins Metaverse. Entscheidend aber ist: Unternehmen brauchen zunächst Ideen, wie Geschäftsmodelle, Produkte oder Prozesse verbessert werden können. Diese Mittler-, Kommunikatoren- und Entwickler-Rolle können Kultur- und Kreativschaffende übernehmen. Einige metaverse-relevante Technologien kommen daher nicht von ungefähr ursprünglich aus dem Bereich der Kreativwirtschaft, wie etwa Games oder visuelle Effekte (VFX).<sup>3</sup>

Aber auch für Transformationsprozesse, bei denen virtuelle Welten, interaktive oder User-Experience (UX)-Designs keine Rolle spielen, ist die Zusammenarbeit von Kultur- und Kreativschaffenden mit anderen Branchen ein wichtiger Impulsgeber für neue Produkte, Dienstleistungen und Arbeitsabläufe. So arbeiten etwa Softwareentwicklerinnen und -entwickler eng mit künstlerischen, gestalterischen und anderen kreativen Berufen zusammen, um innovative Produkte zu schaffen. Diese engen Verbindungen machen die gemeinsame Darstellung von Software und Games als einen gemeinsamen Teilmarkt der öffentlichen Statistik durchaus nachvollziehbar.

Studien zum Innovationsverhalten zeigen, dass Unternehmen, die verstärkt Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Anspruch nehmen, eine deutlich höhere Innovationsdynamik aufweisen als andere Unternehmen.<sup>4</sup> Die Zusammenarbeit von Akteurinnen und Akteuren aus der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Unternehmen aus anderen Branchen wie der Automobilindustrie, dem Handwerk, dem Handel oder der Gesundheitswirtschaft kann also branchenübergreifende Innovationseffekte haben, die im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Transformationsprozess eine herausragende Rolle spielen. Insbesondere andersartige Denkweisen, Verfahren und Perspektiven in der gelebten Arbeitspraxis machen die Kultur- und Kreativwirtschaft interessant für Kooperationen.<sup>5</sup>

So spielt beispielsweise gutes Kommunikationsdesign eine zentrale Rolle bei der Vermittlung des Nutzens Künstlicher Intelligenz (bspw. im medizinischen Bereich) und Extended Reality (XR) sowie Games sind sowohl im Gesundheitssektor als auch bei der Aus- und Weiterbildung oder der Simulation von Abläufen im Maschinen- und Anlagenbau inzwischen kaum wegzudenken. Auch die Zusammenarbeit zwischen Akteuren unterschiedlicher Technologien und Methoden innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft birgt große Potenziale und ist für die Weiterentwicklung des Internets in Richtung Metaverse unverzichtbar (z. B. zwischen Film und Games, Games und XR, XR und Design).

<sup>3</sup> Vgl. White-Paper „CyberLÄND“ – Strategiepapier zum Metaverse-Ökosystem des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg vom Mai 2025.

<sup>4</sup> Studie des Kompetenzzentrums Kultur und Kreativwirtschaft des Bundes: Erfolgsfaktoren von Cross-Innovationen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft, Juni 2022, S. 1; KuK – Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft – Neu: Themendossier „Erfolgsfaktoren von Cross Innovation mit der Kultur- und Kreativwirtschaft“ ([kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://kultur-kreativ-wirtschaft.de))

<sup>5</sup> Studie des Kompetenzzentrums Kultur und Kreativwirtschaft des Bundes: Erfolgsfaktoren von Cross-Innovationen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft, Juni 2022, S. 6

Solche Kooperationen – egal ob innerhalb der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft oder darüber hinaus – wirken sich positiv auf die Innovationsfähigkeit der beteiligten Unternehmen aus, stärken das regionale Wirtschaftssystem und machen den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg für Fachkräfte und Unternehmen attraktiver. Der Kultur- und Kreativwirtschaft kommt daher sowohl bei der Krisenbewältigung als auch bei der Neugestaltung des Ökosystems und der Stärkung seiner Resilienz und Anpassungsfähigkeit eine wichtige Funktion zu. Nicht zu unterschätzen ist darüber hinaus ihr Beitrag zu einer positiven Außenwirkung und Imagebildung von Baden-Württemberg als modernem und kreativem Land.

Insgesamt können die Unternehmen und Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft teilmarktübergreifend selbst als sehr innovativ angesehen werden. Die hohe Innovationsleistung der Branche wird begünstigt durch verhältnismäßig kleine und agile Firmenteams, die hohe Zahl an Klein- und Solo-Selbständigen, die im Branchenvergleich sehr hohe Gründungsdynamik und den dadurch herrschenden permanenten Erneuerungsdruck auf bestehende Geschäftsmodelle.

Auch eine ZEW-Innovationserhebung aus dem Jahr 2019 unterstreicht, welche hohe Innovationsleistung die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg aufweisen. Bei fast allen Indikatoren – sei es der Anteil innovativer Unternehmen, die Innovationsausgaben in Relation zum Umsatz, der Umsatzanteil von Produktinnovationen oder der Anteil von Unternehmen mit Innovationskooperationen – lag die Branche bereits vor Corona über dem Wert der Gesamtwirtschaft. Der Anteil der baden-württembergischen Kreativwirtschaftsunternehmen, die Innovationen eingeführt oder Innovationsaktivitäten durchgeführt haben, war laut der ZEW-Studie für alle herangezogenen Indikatoren überdurchschnittlich.<sup>6</sup>

Diese Ergebnisse werden durch den Monitoring-Bericht zur Digitalisierung vom Mai 2023 bestätigt.<sup>7</sup> Die Kreativwirtschaft gehört danach zu den Spitzenreitern der Digitalisierung mit der positivsten Entwicklung seit 2020. Sie nimmt nach der IKT-Branche, wissensbasierten Dienstleistungen, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen Rang vier ein und liegt damit vor dem Maschinen- und Fahrzeugbau sowie der Chemie- und Gesundheitsindustrie (Ränge 7 und 8). Dies ist umso bemerkenswerter, als dass die Abgrenzung der Wirtschaftszweige in der Studie sehr eng bzw. auf die „kulturellen Kernbereiche“ der Kreativwirtschaft beschränkt ist, und entsprechend zahlreiche digitalisierungsstarke Bereiche der Kreativwirtschaft (z. B. Software und Games sowie die Entwicklung von Virtueller, Augmented oder Mixed Reality) in der Studie gar nicht berücksichtigt wurden.

Auch auf Ebene der EU wird die Kultur- und Kreativwirtschaft als eine strategische Schlüsselindustrie angesehen, die insbesondere für das Gelingen der digitalen und grünen Transformation von Bedeutung ist. Dabei spielen vor allem kreative Qualifikationen und Kompetenzen eine große Rolle, die Menschen für die Bewältigung dieser großen Herausforderungen benötigen. Zahlreiche EU-Initiativen der EU (z. B. Erasmus+) fördern daher entsprechende Qualifizierungs- und Ausbildungsmöglichkeiten für die Kreativwirtschaft, denn generative KI, neue digitale Werkzeuge und die Kreislaufwirtschaft erfordern neue, kreative Fertigkeiten und Kompetenzen, die von klassischen Bildungseinrichtungen oftmals nicht oder nur sehr zögerlich bereitgestellt werden.

<sup>6</sup> Vgl. ZEW Studie zum Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Gründungs- und Innovationsgeschehen in Baden-Württemberg, Juni 2019

<sup>7</sup> Vgl. repräsentative Kantar Studie „Monitoring Report Wirtschaft DIGITAL Baden-Württemberg 2023“, Befragung von über 1100 Unternehmen in Baden-Württemberg zwischen Januar und März 2023; Quelle: [https://www.wirtschaft-digital-bw.de/fileadmin/media/Dokumente/Studien/Monitoring\\_BaWue\\_2023\\_Langfassung\\_barrierefrei.pdf](https://www.wirtschaft-digital-bw.de/fileadmin/media/Dokumente/Studien/Monitoring_BaWue_2023_Langfassung_barrierefrei.pdf)

#### **4. Prognose der weiteren Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land**

Für die Jahre 2024 bis 2026 prognostiziert Goldmedia ein jährliches Wachstum von rund 5 Prozent für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Haupttreiber dieser Entwicklung bleibt die stark wachsende Software- und Games-Industrie. Hier spielt vor allem die stark wachsende Bedeutung von Gamification-Ansätzen für klassische Software, aber auch generell für Dienstleistungen eine große Rolle.

Auch die Teilmärkte Darstellende Künste, Musik, Rundfunk und Werbung sowie die sonstige Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen eine stabile oder leicht positive Entwicklung. In den Teilmärkten Architektur, Buch, Design, Film sowie Kunst und Presse ist hingegen von einer leicht rückläufigen Entwicklung auszugehen. Insgesamt sehen sich Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft angesichts gesamtwirtschaftlicher und globaler Unsicherheiten wie Inflation und Handelskonflikten, vor der Herausforderung, ihre Einnahmemodelle anzupassen.

Technologische Entwicklungen im Bereich generativer Künstlicher Intelligenz (KI) beeinflussen außerdem zunehmend die Marktentwicklung, indem sie einerseits die Nachfrage nach entsprechender Software und Dienstleistungen steigern und andererseits manuell erstellte Kreationen – etwa im Grafik- und Kommunikationsdesign – zunehmend substituieren. Generative KI erlaubt es dabei nicht nur, kreative Prozesse effizienter zu gestalten, sondern dringt auch zunehmend in strategische und prozessorientierte Bereiche vor, wodurch Unternehmen schneller, kostengünstiger und flexibler produzieren können. Dies verändert die Wettbewerbslage erheblich und könnte bestehende Geschäftsmodelle nachhaltig transformieren. So führt KI damit einerseits zur Substitution von Stellen, hat aber zugleich das Potenzial, die Software-Branche und angrenzende Bereiche, wie UX-Design oder Extended Reality, als Job-Motor für die Entstehung neuer, technologieorientierter Arbeitsplätze weiter voranzutreiben. Auch in weiteren Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft entstehen zunehmend neue Stellen, u. a. im Bereich der KI-gestützten Content-Erstellung, Datenanalyse und Prompt-Design.

Für die Folgejahre rechnet Goldmedia mit einer leicht rückläufigen Zahl der Unternehmen, nachdem 2022 und 2023 wieder ein positiver Trend zu sehen war. Einige Wirtschaftszweige, insbesondere der Architekturmarkt, sind weiterhin von den Auswirkungen des Ukraine-Kriegs betroffen, etwa durch gestiegene Materialpreise und Bauverzögerungen. Auch der zunehmende Einsatz von KI führt dazu, dass Selbstständige in Bereichen wie Fotografie, Grafikdesign und Komposition berufliche Veränderungen durchlaufen. Vor dem Hintergrund von Unsicherheiten in Verbindung mit Inflation und Handelskonflikten geraten viele Betriebe – insbesondere kleine und mittlere Unternehmen – finanziell unter Druck, stellen Investitionen zurück und müssen im schlimmsten Fall ihre Geschäftstätigkeit einschränken oder ganz einstellen.

Trotz dieser Herausforderungen lassen die stabilen Wachstumsraten in krisenresistenten Teilmärkten wie der Software- und Games-Industrie der Standortstudie nach erwarten, dass die Rückgänge bei der Gesamtzahl der Unternehmen eher gering ausfallen werden. Zugleich ist auch in der Gesamtwirtschaft rezessions- und krisenbedingt von einer vergleichbar rückläufigen Unternehmenszahl auszugehen. Somit wird nach Goldmedia-Prognose auch der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft Baden- Württembergs mit rund 7 Prozent stabil bleiben.

Bei der Anzahl der Beschäftigten ist nach Goldmedia-Prognosen mit einem weiteren Rückgang im Jahr 2025 und in reduziertem Maße auch den Folgejahren zu rechnen, auch weil durch den KI-Trend und zunehmend automatisierte Prozesse u. a. in der Text-, Bild- und Musikproduktion traditionelle Jobprofile substituiert werden. Die Entwicklung in den einzelnen Teilmärkten war und ist dabei sehr unterschiedlich. Der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Kostenwüchse haben insbesondere Auswirkungen auf die Beschäftigung im Architekturmarkt.

Die zunehmende Verbreitung von generativer KI beeinflusst dagegen verstärkt Bereiche wie den Werbemarkt und die Software- und Games- Industrie. So gab SAP bekannt, aufgrund der verstärkten Nutzung von KI und Automatisierung etwa 3 500 Stellen abzubauen, auch wenn langfristig damit zu rechnen ist, dass durch den Einsatz neuer Technologien auch neue Arbeitsplätze in Bereichen wie KI-Entwicklung und Cloud-Diensten geschaffen werden. KI führt damit einerseits zur Substitution von Stellen und hat zugleich das Potenzial, in der Software-Branche und angrenzenden Bereichen neue, technologieorientierte Arbeitsplätze entstehen zu lassen.

Es ist zu erwarten, dass zahlreiche Unternehmen diesen Herausforderungen begegnen, indem sie wichtige Impulse aufnehmen, innovative Geschäftsmodelle entwickeln und neue Wachstumschancen erschließen. Für das Jahr 2024 und die folgenden Jahre 2025 und 2026 ist daher – getrieben durch die Entwicklungen in den wachstumsstarken Teilmärkten – insgesamt von einer weiterhin positiven Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg auszugehen. Erwartet werden jährliche Wachstumsraten von 5 bis 6 Prozent.

Detailliertere Angaben zu den einzelnen Teilmärkten können der Goldmedia-Studie im Anhang entnommen werden. Die Standortanalyse stützt sich im Wesentlichen auf die offiziellen Statistiken (Destatis und Bundesagentur für Arbeit) sowie Schätzungen und Prognosen von Goldmedia. Bei der Sonderauswertung für Games greift Goldmedia auf die Angaben des deutschen Games-Verbandes (game e. V.) sowie eine von der MFG beauftragte Sonderanalyse zurück.

## 5. Maßnahmen der Landesregierung

Die Maßnahmen der Landesregierung wurden im Folgenden entsprechend der thematischen Untergliederung im 7. Bericht an den Landtag aus dem Jahr 2023 aktualisiert fortgeschrieben.

### 5.1. Stärkung der Wettbewerbsposition und Sichtbarkeit der KKW in Baden-Württemberg, Räume für Kreativität und Kreative schaffen

#### *THE CREATIVE LÄND: Image und Label für die Kultur- und Kreativbranche*

„THE CREATIVE LÄND“ ist eine neue landesweite Initiative zur Stärkung und Sichtbarmachung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Kern ist das neue Label und Logo „THE CREATIVE LÄND“, das – angelehnt an die Landes- und Standortmarketingkampagne „THE LÄND“ – Kreativwirtschaft als Standortfaktor und kultur- und kreativwirtschaftliche Leistung (Werke, Produkte, Services) als Kultur- und Wirtschaftsfaktor Baden-Württembergs betont.

Das Label wurde im Januar 2025 durch die MFG veröffentlicht und soll als analoges und digitales Visual von der Branche, durch weitere (Förder-)Einrichtungen, durch die Medien- und Kunst-Hochschulen, Hubs und Kreativwirtschaftszentren im Land genutzt werden und zu mehr Sichtbarkeit führen. Es soll zur Identifikation beitragen und den kreativen Output des Landes markenwirksam bündeln.

Erste Maßnahmen der Initiative umfassten die Content-Erstellung von Redaktions- und Filmbeiträgen zu Kreativleistungen „made in Baden-Württemberg“ sowie die Produktion von Marketing- und Merchandise-Materialien. Künftig wird der redaktionelle Ausbau und ein Online-Auftritt mit Fokus auf Erfolgs- und Unternehmensgeschichten aus der Kultur- und Kreativbranche Baden-Württembergs eine zentrale Rolle spielen. Ziel ist es, eine starke, im In- und Ausland öffentlichkeitswirksame Marke und einen sichtbaren Web-Auftritt mit Erfolgsgeschichten, Modellvorhaben und auch international agierenden Playern und „Hidden Champions“ aus der Kultur- und Kreativwirtschaft Baden-Württembergs zu schaffen, um sowohl regional als auch international eine hohe Aufmerksamkeit für die Innovations- und Wirtschaftskraft der hiesigen Branche und für den Kreativstandort Baden-Württemberg zu erzielen.

Die Einführung der Kommunikationsinitiative von THE CREATIVE LÄND ergänzte die umfassende Öffentlichkeitsarbeit der MFG im Bereich der Film-, Kultur- und Kreativwirtschaft und der digitalen Kultur. Diese reichte von Pressemeldungen, redaktionellen Newslettern, Veranstaltungsmailings bis hin zu einer nahbaren, inhaltlich und lebendig ausgerichteten Social-Media-Arbeit zur Stärkung der Branche und des Kreativ- und Innovationsstandorts Baden-Württemberg im landes- und bundesweiten Kontext.

#### *Beteiligung am German Creative Economy Summit 2024 und 2025 in Hamburg*

Im März 2024 und März 2025 fanden der erste und zweite German Creative Economy Summit (GCES), der bundesweite Kongress für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft, in Hamburg statt. Die MFG Baden-Württemberg war an beiden Konferenzen als Partnerin des bundesweiten Summits beteiligt und erhielt dafür vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus eine Förderung. Sie kuratierte und koordinierte jeweils Panels und Podiumsdiskussionen im Haupt-Bühnenprogramm des Summits zu zukunftsrelevanten und aus Baden-Württemberg heraus vorangetriebenen Themen, darunter die Bühnen-Panels „Games & XR for Health“, „KI als Kreativbooster in Film, Medien und Produktinnovationen“ und „Connecting Worlds – Creative Industries goes Metaverse“. In allen Panels stellten u. a. Kreativunternehmen aus Baden-Württemberg innovative Modellprojekte, Use-Cases, immersive und interaktive Anwendungen vor.

Bei den German Creative Economy Summits 2024 und 2025 diskutierten jeweils insgesamt über 1 100 Vertreterinnen und Vertreter aus der Branche, der Politik und der Wissenschaft über aktuelle Herausforderungen, zukunftsweisende Chancen und die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft beispielsweise in den Bereichen Bildung, Innovations- und Technologieentwicklung, Stadtentwicklung und Nachhaltigkeit. Die Vernetzung und der Austausch der elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft voranzutreiben sowie die Sichtbarkeit der Branche national und international zu steigern sind die zentralen Ziele des German Creative Economy Summits. Die MFG unterstützt den Summit durch aktive Partnerschaft und inhaltliche Beiträge und nimmt damit auch im bundesweiten Kontext eine aktive Rolle zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft national und international ein. Im bundesweiten Fördernetz Kultur- und Kreativwirtschaft hat die MFG zudem seit 2023 die Co-Leitungssprecherrolle für das bundesweite Netzwerk aus Fördereinrichtungen, bestehend aus Kommunen und Ländern mit Kultur- und Kreativwirtschaftsförderstellen, inne.

#### *Großveranstaltung „Virtuelle Welten – Chancen im Metaverse erleben“*

Am 8. Mai 2025 veranstaltete das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus in Kooperation mit dem Virtual Dimension Center in Fellbach (VDC) den Kongress mit Ausstellung „Virtuelle Welten – Chancen im Metaverse erleben“ in der Hanns-Martin-Schleyer-Halle und der Porsche-Arena in Stuttgart. Die Veranstaltung war eine Plattform für den Austausch von Ideen, die Präsentation innovativer Technologien und die Vernetzung von Unternehmen und Start-ups, Forschungseinrichtungen und internationalen Partnern. Ziel der Veranstaltung war es, die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten immersiver Technologien anschaulich zu präsentieren, um deren Potenziale einem breiten Publikum zugänglich zu machen, Innovationsimpulse zu setzen und die Verbreitung dieser Technologien nachhaltig zu fördern. (3 000 Besucher, 160 Aussteller, 45 Workshops/Vorträge, mehr als 45 Nationen waren vertreten). Insbesondere sollte damit auch ein branchenübergreifender Austausch ermöglicht werden, u. a. zwischen den häufig getrennten Sektoren der Industrie und Kreativwirtschaft.

Finanziell gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus kuratierte und organisierte die MFG für die Veranstaltung den THE CREATIVE LÄND-Ausstellungsbereich mit Live-Demos, einer Themenführung mit Fokus Creative Metaverse, einem halbtägigen Bühnenprogramm auf der sogenannten THE CREATIVE LÄND-Stage und zwei Workshops zu Innovationsthemen für das innovationsinteressierte Publikum.

Im Ausstellungsbereich und Bühnenprogramm präsentierten 15 Unternehmen aus den Bereichen Games, interaktive und audiovisuelle Medien, Animation, VFX und UX ihre innovativen Werke, Produkte, Dienstleistungen und XR-Anwendungen. Die Kreativunternehmen boten damit praxisnahe Einblicke in die Chancen von Metaverse-Technologien durch den gezielten Einsatz und die Anwendung kreativer Leistungen. Außerdem lud die MFG im Rahmen des Kongresses zu einem Treffen des Netzwerks Kreativwirtschaft Baden-Württemberg mit der Games BW-Community, den Ausstellenden und weiteren landes- und bundesweiten Netzwerken aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ein. Durch die Kuratierung und Koordinierung des Ausstellungsbereichs, Bühnen- und Workshop-Programms sowie durch Einladung zum Netzwerktreffen leistete die MFG damit zugleich auch einen konkreten Beitrag zur Stärkung der branchenübergreifenden Vernetzung und Kooperation.

#### *Designförderung*

Das Design Center Baden-Württemberg forciert kontinuierlich den Dialog und die Vernetzung zwischen Industrie, Wirtschaft, Forschung und Design. Vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen, wie beispielsweise dem wachsenden Einsatz von KI, der Transformation von der Wegwerfgesellschaft hin zur Kreislaufwirtschaft oder der Entwicklung neuer Technologien und Fertigungsverfahren, bietet es im Haus der Wirtschaft regelmäßig Plattformen des Austauschs, führt Beratungen durch, initiiert unterschiedlichste Veranstaltungen und bietet spezielle Angebote zum Wissenstransfer an.

Die Nachfrage nach den Dienstleistungen VR, AR und XR steigt stetig. Um wettbewerbsfähig zu bleiben und neue Märkte zu erschließen, erweitern daher immer mehr Designagenturen ihre Kompetenzen entsprechend und bieten diese Dienstleistungen als zusätzliche innovative Geschäftsfelder an. In Form einer Ausstellung beteiligte sich das Design Center Baden-Württemberg daher an der Veranstaltung „Virtuelle Welten – Chancen im Metaverse erleben“, die am 8. Mai 2025 in Porsche-Arena und Hanns-Martin-Schleyer-Halle stattfand. Zusätzlich zur eigenen Präsentation bot es Kreativagenturen aus den Bereichen Produktdesign und 3D-Darstellung eine Plattform, ihre Dienstleistungen in den Bereichen Visualisierung, Animation, Echtzeitanwendung sowie VR und AR einem breiten Publikum vorzustellen und mit potenziellen Kooperationspartnern ins Gespräch zu kommen.

Mit dem Online-Format „ERFOLGSGESCHICHTEN“ präsentiert das Design Center Baden-Württemberg erfolgreiche Kooperationen zwischen Designagenturen und KMU aus Baden-Württemberg. Hier kommen Start-ups, Designagenturen und Unternehmen zu Wort. In ausführlichen Interviews stellen sie ihr Portfolio vor und berichten über den wirtschaftlichen Wert von Designleistung. In den Interviews werden Erfahrungen im Umgang mit aktuellen und perspektivischen Herausforderungen wie KI, Digitalisierung und Klimarelevanz dargestellt und Lösungsansätze formuliert. Ziel ist das Aufzeigen der Relevanz von Designkompetenz für KMU aus Baden-Württemberg anhand beispielhafter Projekte aus der Praxis verschiedener Branchen. Alle Interviews stellen lebendige Reportagen dar, mit Blick hinter die Kulissen.

Der Klimawandel, verbunden mit nötigen Transformationsprozessen, ist eine der großen Herausforderungen für Unternehmen jeder Branche. Laut Bundesumweltministerium werden bis zu 80 Prozent der Umweltauswirkungen eines Produktes durch dessen Design vorbestimmt. Mit dem Format RETHINK:DESIGN KLIMARELEVANZ zeigt das Design Center Baden-Württemberg in Interviews, Newsletter und Posts auf, welche Wirkung Design auf Ressourcenverwendung, Emissionen, Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz hat. Weitere Intention: Sensibilisierung für Innovationen und Förderung einer positiven Einstellung gegenüber Veränderungen und neuen Technologien.

Zusätzlich zu den bestehenden Aktivitäten wurde 2024 erstmals eine Ausstellung in diesem Format initiiert. Unter dem Titel „RETHINK DESIGN Klimarelevanz – Nachhaltigkeit in Design, Forschung und Architektur“ erhielten Unternehmen,

Designagenturen und Forschungsinstitute aus Baden-Württemberg vom 27. Mai bis zum 5. Juli 2024 die Möglichkeit, Arbeiten und Projekte zu präsentieren, die sich in besonderer Weise mit dem Thema Klimarelevanz beschäftigen. Die Ausstellung, vom Design Center kuratiert und umgesetzt, wurde im Haus der Wirtschaft in Stuttgart präsentiert. Sie zeigte verschiedenste Perspektiven der Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes. Die Ausstellenden wurden in ihren Aktivitäten bestätigt und erhielten eine wertvolle Plattform zu Austausch, Vernetzung und Kooperation.

Der Internationale Designpreis FOCUS OPEN ist seit über dreißig Jahren einer der wenigen Wettbewerbe für Design mit internationaler Ausrichtung in Deutschland, die nicht kommerziell sind. Auch Soloselbständige und sehr kleine Unternehmen, oft mit nur geringem oder keinem Marketingbudget, erhalten dadurch die Möglichkeit zur Teilnahme. Der Award zielt darauf ab, die Innovationskraft der einzelnen prämierten Unternehmen einer breiten Öffentlichkeit näher zu bringen und sie bei der Vermarktung ihrer ausgezeichneten Designlösungen zu fördern. Durch seine breitgefächerte Öffentlichkeitsarbeit unterstützt das Design Center die ausgezeichneten Unternehmen in ihrer Markenkommunikation, bietet ihnen eine Bühne der Vernetzung und die Möglichkeit, breiter wahrgenommen zu werden. Zudem bestätigen und festigen Auszeichnungen die jeweilige Zusammenarbeit zwischen Designagentur und Hersteller und verdeutlichen die Rolle von Designleistung als Impulsgeber, Innovationstreiber und bedeutsamem Wirtschaftsfaktor.

Im Rahmen des Start-up BW Summit 2025 am 2. Juni 2025 bot das Design Center Baden-Württemberg mit seiner „DESIGNIST-Pop-up-BERATUNG“ Existenzgründerinnen und Existenzgründern sowie kleinen und mittleren Unternehmen eine niederschwellige Einstiegsberatung rund um das Thema Design. Erfahrene Gestalterinnen und Gestalter des Design Centers beantworteten vorwiegend Fragen aus den Bereichen Industriedesign, Kommunikationsdesign und Textildesign. Beratungsschwerpunkte waren unter anderem die Themen visuelles Erscheinungsbild, Markenpräsenz, Internetauftritt, UX-Design, Marketing, Briefing von Dienstleistern, Angebotserstellung und Auftragsvergabe. Bei komplexeren Sachverhalten oder bei speziellen Fragen bezüglich anderer Design-Fachgebiete gab es an diesem Tag zusätzlich die Möglichkeit, Termine für die umfangreiche „DESIGNIST-BERATUNG“ – eines der zahlreichen kostenlosen Angebote des Design Center Baden-Württemberg – zu vereinbaren. Viele Newcomer und Start-ups nutzten die Option, Treffen zur ausführlichen Beratung zu vereinbaren.

Die Aktivitäten des Design Center Baden-Württemberg werden öffentlichkeitswirksam kommuniziert, z. B. in Form von Mailings, Pressemeldungen, Newslettern und Publikationen bis hin zu einer umfangreichen Social-Media-Arbeit. Die hohe Reichweite über die unterschiedlichsten Kommunikationskanäle des Design Center kommt dessen Zielgruppen, KMU und Designwirtschaft, gezielt zugute. Als Interviewpartner, Ausstellende, Vortragende oder als mit dem Internationalen Designpreis Baden-Württemberg Ausgezeichnete erhalten die Protagonisten eine enorme zusätzliche öffentliche Präsenz, eine werbewirksame Plattform für ihr Schaffen und damit ein wertvolles Marketing-Tool, um auf sich aufmerksam zu machen und ihre Marken zu stärken.

#### *Landesstände FRANKFURTER BUCHMESSE und GAMESCOM in Köln*

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus fördert seit 2022 die Landesstände der MFG auf der Frankfurter Buchmesse sowie auf der weltweit größten Online-Spielemesse „Gamescom“ in Köln mit insgesamt rund 250 000 Euro jährlich (2024 und 2025). Beide Messebeteiligungen dienen dem Ziel, die nationale und internationale Wettbewerbsposition der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Sichtbarkeit der starken Kreativbranche des Landes (hier Verlage bzw. Games-Unternehmen) zu verbessern. Zudem bieten die beiden Messestände des Landes, die von der MFG geplant und umgesetzt werden, v. a. jungen Unternehmen und Start-ups aus der Verlags- bzw. Games-Branche die Möglichkeit, sich einem breiten nationalen und internationalen Publikum zu präsentieren und Geschäftskontakte zu knüpfen.

### *GamesHubs*

Zur Verbesserung der Standort- und Rahmenbedingungen für Kultur- und Kreativschaffende in Baden-Württemberg gehört auch die Schaffung und Förderung von kooperativen und integrativen, bezahlbaren Arbeits- und Experimentierräumen für Kreative. Aus diesem Grund unterstützte die MFG mit Förderung des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst bereits seit 2021 die Einrichtung eines GamesHub im Land. Der GamesHub für Health/Life Science Heidelberg ging inzwischen in die neue landesweite Initiative „GiG – Games & Gamification im Gesundheitswesen“ über (siehe 5.2.). Der GamesHub „Kokolores“ in Ludwigsburg wurde und wird weiterhin durch die MFG unterstützt, um gezielt Gründerinnen und Gründern gute und günstige Startbedingungen zu geben. Im „Kokolores“ in Ludwigsburg erhalten neu gegründete Games-Studios bzw. junge Entwicklerinnen und Entwickler über zwölf Monate vergünstigte Arbeitsplätze in einem attraktiven und kreativen Umfeld aus weiteren Games-, Animations- und Kreativunternehmen im Hub.

### *Kultur- und Kreativwirtschaft im Ländlichen Raum*

Mit dem Modellprojekt „KreativLand BW“ (2024) betrat Baden-Württemberg deutschlandweit Neuland, indem erstmals Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft in ländlichen Räumen erhoben, ausgewertet und in einem zusätzlichen Dialogprozess an verschiedenen Orten im Ländlichen Raum reflektiert wurden. Die Ergebnisse wurden schließlich in Handlungsempfehlungen festgehalten.

Die Ergebnisse wurden unter „Expertise KreativLand BW“ veröffentlicht. Daten, Chancen und die Tatkraft für die Kultur- und Kreativwirtschaft in ländlichen Räumen von Baden-Württemberg, zeigen die vielfältigen Potenziale der Kultur- und Kreativunternehmen in Baden-Württemberg. Hier kann der Ländliche Raum erheblich von seiner Kultur- und Kreativwirtschaft profitieren, in wirtschaftlicher Hinsicht und bei der digitalen Transformation und der Gestaltung einer modernen Kommunikation von Gewerbe und Verwaltung.

Von insgesamt 272 600 Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg waren mindestens 53 000 Gesamterwerbstätige im Ländlichen Raum tätig. D. h. jede bzw. jeder fünfte Kreativschaffende in Baden-Württemberg ist im Ländlichen Raum tätig. Unter den 27 100 Kultur- und Kreativunternehmen im Land, die einen Jahresumsatz in Höhe von 27 Milliarden Euro erwirtschafteten, haben mindestens 6 500 Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 22 000 Euro ihren Sitz in den ländlichen Räumen. Besonders starke Teilmärkte in den ländlichen Räumen sind der Architekturmarkt, der Pressemarkt, die Designwirtschaft und der Werbemarkt.

Zur Schaffung dieser validen Datengrundlage zur Kultur- und Kreativwirtschaft im Ländlichen Raum und zur Eruiierung von Bedarfen der Branche im Ländlichen Raum führte die MFG in Zusammenarbeit mit dem Forschungsinstitut Prognos und im Auftrag des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) von Oktober 2022 bis März 2024 das Modellprojekt „KreativLand BW“ durch.

Die ebenfalls vom MLR im Rahmen des Kabinettsausschusses Ländlicher Raum in Auftrag gegebene „Regionalökonomische Untersuchung zur Wirtschaftsentwicklung im Ländlichen Raum Baden-Württembergs“ empfiehlt zudem, künftig eine diversifizierte Wirtschaftsstruktur mit innovativen Zukunftsbranchen neben den klassischen, im Ländlichen Raum dominierenden Branchen anzustreben. Die Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine solche agile Zukunftsbranche und trägt damit unmittelbar zur wirtschaftlichen Resilienz der ländlichen Räume bei. Die Vernetzung der Kreativwirtschaft zum in ländlichen Räumen stark vertretenen Mittelstand und Handwerk stellt dabei in Baden-Württemberg ein enormes Potenzial dar.

*Vom Papier zur Tatkraft: Modellprojekt: KreativLand BW gestalten!*

Um das aufgezeigte Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft im Ländlichen Raum weiter auszuschöpfen, koordiniert die MFG im Auftrag des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz seit Sommer 2024 das Modellprojekt „KreativLand BW gestalten!“. Es besteht aus einem Ideenwettbewerb mit Preisgeld und einer rund einjährigen Beratungs- und Umsetzungsphase. Ziel des Ideenwettbewerbs sind die Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft speziell in den ländlichen Räumen Baden-Württembergs und der dortige Aufbau und die Weiterentwicklung von kultur- und kreativwirtschaftlichen Ideen und Initiativen. Damit sollen die in der Expertise „KreativLand BW“ vorliegenden Ergebnisse und Handlungsempfehlungen für die Kreativbranche im Ländlichen Raum Baden-Württembergs aufgegriffen und in innovativen und kreativwirtschaftlichen Projekten realisiert werden.

Im Rahmen des Ideenwettbewerbs konnten Branchenakteure, Unternehmen, Vereine und Kommunen ihre Ideen und Konzepte in den Bereichen Netzwerkaufbau/Vernetzung, Kommunikation/Sichtbarkeit, Gemeinde- und Regionalentwicklung oder Cross-Innovation bei der MFG einreichen. Bis zum 22. Februar 2025 gingen 53 Bewerbungen aus den verschiedenen Regionen Baden-Württembergs im Wettbewerb ein. Eine Jury wählte im März 2025 acht Ideen und Projekte für die Förderung aus. Die geförderten Projekte reichen von Maßnahmen zur Berufsorientierung für kreative Nachwuchskräfte in Ostwürttemberg über Vernetzungsformate im Nordschwarzwald bis hin zu Cross-Innovation-Maßnahmen zwischen Kreativwirtschaft und anderen Branchen wie dem Tourismus am Bodensee. Die Projekte werden unter fachlicher Begleitung durch die MFG und mittels eines Startgelds in Höhe von 10 000 Euro pro Projekt bis Frühjahr 2026 umgesetzt. Gefördert wird das Projekt durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz von 2024 bis 2026.

*Interministerielle Arbeitsgruppe „Kultur im Ländlichen Raum“*

Die vielfältigen Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft für den Ländlichen Raum werden auch in der Interministeriellen Arbeitsgruppe (IMA) „Kultur im Ländlichen Raum“ im Rahmen des Kabinettsausschusses Ländlicher Raum gestärkt. Auch die Kultur- und Kreativwirtschaft spielt eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, gleichwertige Lebensverhältnisse in ganz Baden-Württemberg zu schaffen. Ziel der IMA ist es daher, Modellprojekte ins Leben zu rufen, Empfehlungen zu erarbeiten und Veranstaltungen zur Weiterentwicklung der ländlichen Räume sowie für gleichwertige Lebensbedingungen im Bereich der Kultur in Stadt und Land durchzuführen.

In der IMA wurde das Modellprojekt „Create for Culture“ im Zeitraum von Dezember 2022 bis April 2024 durchgeführt, dessen Ziel es war, Kultureinrichtungen und Vereine der Breitenkultur dabei zu unterstützen, Publikum, Mitglieder und ehrenamtlich Tätige (zurück) zu gewinnen. Über Weiterbildung, Beratung und Vernetzung wurde die Digitalkompetenz in Kultureinrichtungen und Vereinen der Breitenkultur im Ländlichen Raum Baden-Württembergs gestärkt. Das Projekt wurde von der MFG durchgeführt.

*Kulturförderung durch LEADER und ELR*

Baden-Württemberg verfügt über eine reiche und vielseitige Kunst- und Kulturlandschaft. Dabei nimmt insbesondere die Breitenkultur einen hohen Stellenwert im kulturellen Leben des Ländlichen Raums ein. Kultur spielt eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, gleichwertige Lebensverhältnisse in ganz Baden-Württemberg zu schaffen. Das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz sieht in der Kulturarbeit einen bedeutenden Beitrag zur Attraktivitätssteigerung des Ländlichen Raums als Wohn-, Arbeits- und Lebensort.

Das EU-Programm LEADER ist ein wichtiges Instrument der investiven und nicht-investiven Kulturförderung im Ländlichen Raum: Im Rahmen von LEADER werden mit EU- und Landesmitteln u. a. Projekte aus dem Kunst- und Kulturbereich in ländlich strukturierten Gebieten, den sog. LEADER-Aktionsgebieten, geför-

dert. Der LEADER-Ansatz bietet für die Umsetzung von Kunst- und Kulturprojekten große Chancen. Nach den Erfahrungen des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz spielt gerade in diesem Bereich der Bottom-up-Ansatz von LEADER eine wichtige Rolle. Denn über den Einsatz der Fördermittel entscheiden nicht das Land, sondern die lokalen LEADER-Aktionsgruppen, die aus örtlichen Vertretern aus unterschiedlichen Bereichen bestehen. Im Rahmen des Programms LEADER können auch Unternehmen gefördert werden. Hierzu zählen auch Unternehmen der Kreativwirtschaft.

Ein weiteres wirkungsvolles Förderinstrument des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz ist das Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum (ELR). ELR-Projekte aus dem Förderschwerpunkt „Gemeinschaftseinrichtungen“ sind z. B. Dorfgemeinschaftshäuser und Mehrzweckhallen. Diese Orte bieten Raum für vielfältige Veranstaltungen im Bereich Kunst und Kultur. Im Förderschwerpunkt Arbeiten bietet das ELR für Unternehmen der Kreativwirtschaft gute Fördermöglichkeiten für investive Projekte. Je nach Größe des Unternehmens und anderen Kriterien werden gewerbliche (beihilferelevante) Projekte mit einem Fördersatz von bis zu 20 Prozent gefördert.

#### 5.2. Cross-sektorale Vernetzung, Start-ups und innovative Gründungsvorhaben fördern sowie niedrigschwellige Fördermaßnahmen und nicht-technische Innovationen ermöglichen

##### *IDEENSTARK: Gründungs- und Coaching-Programm für Kreative (MFG)*

Jeweils zehn im Juli 2023 und Juli 2024 ausgewählte innovative Kreativunternehmen wurden in einem zehnmonatigen „IDEENSTARK“-Qualifizierungsprogramm 2023 und 2024 in der Gründung, Finanzierung und Weiterentwicklung ihrer Kultur- und Kreativunternehmen gecoacht. Neben dem Coaching-Programm spielte die mit dem Wettbewerb und Programm verbundene Übergabe des Landespreises „IDEENSTARK“ eine zentrale Rolle für die öffentliche Anerkennung und Sichtbarkeit der ausgewählten Unternehmen und innovativen Vorhaben. Das IDEENSTARK-Programm wurde durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus und durch die Landeskampagne Start-up BW in beiden Jahren gefördert. IDEENSTARK soll aufgrund neuer Förderschwerpunkte im Bereich MFG Kreativ bis auf Weiteres nicht fortgeführt werden.

##### *Orientierungsberatungen und MFG Akademie für Kultur- und Kreativschaffende*

Als offene und fortlaufende Angebote speziell für Selbständige und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft bietet die MFG Orientierungsberatungen sowie Weiterbildungen der MFG Akademie für Gründerinnen und Gründer und Kreative an. Die MFG führt das Beratungsangebot Orientierungsberatungen für Kultur- und Kreativschaffende seit 2017 in Kooperation mit Kommunen und Einrichtungen der Kultur- und Wirtschaftsförderungen in ganz Baden-Württemberg durch. Ziel der einstündigen, kostenfreien Beratungen ist es, die Kultur- und Kreativschaffenden im Land in der Gründung und unternehmerischen Unabhängigkeit zu stärken. Pro Jahr wurden rund 25 Beratungstage und 100 Einzelberatungen vor Ort oder online für die Städte Freiburg, Friedrichshafen, Heidelberg, Heilbronn, Konstanz, Stuttgart und Schwäbisch Gmünd durchgeführt.

Im Rahmen der MFG Akademie werden jährlich rund 50 Seminare, Fortbildungen und Wissen kompakt-Webinare speziell für die Bedarfe der Kultur- und Kreativwirtschaft mit rund 1 000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern veranstaltet. Mit rund 70 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie dem Kulturbereich wurde mit dem Weiterbildungsangebot die Kernzielgruppe erneut sehr gut erreicht. Die Seminare zu Themen wie agiles Projektmanagement, Akquise und Vertrieb, KI-Einsatz, Social Media Kommunikation, Videoproduktion, digitale Barrierefreiheit, Urheberrecht u. a. fanden erneut landesweit statt, jeweils in Kooperation mit Partnern aus dem Netzwerk Kreativwirtschaft Baden-Württemberg.

Darüber hinaus traf sich das von der MFG seit 2015 koordinierte Netzwerk Kreativwirtschaft Baden-Württemberg, bestehend aus öffentlichen Fördereinrichtungen und Verbänden im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, vierteljährlich für den überregionalen und branchenübergreifenden Wissens- und Erfahrungsaustausch. Zusammen mit Netzwerkpartnern setzte die MFG u. a. auch weiterhin die Veranstaltungsreihe „M3-Medienmacher/-innen-Meetup“ sowie die niederschweligen, regelmäßig stattfindenden Vernetzungsveranstaltungen „Open Stage Games BW“ durch.

#### *Games-Förderung des Landes (MFG) und Gründungsprogramm Developer Boost*

Aufgrund ihrer Zukunftsfähigkeit und ihrer Rolle als Zukunftstechnologie kommt der Games-Branche und Games-Förderung in Baden-Württemberg eine besondere Rolle zu. Neben der Film- und Animationsförderung durch die MFG mit dem durch die MFG initiierten Netzwerk Animation Media Creators Region Stuttgart (AMCRS) fördert die Landesagentur im Rahmen des Förderprogramms „Games BW“ junge Games-Unternehmen mithilfe eines eigenen finanziellen Förderprogramms. Das Fördervolumen des in 2020 gestarteten Landesprogramms „Games BW“ konnte 2025 auf dem Niveau von 1,2 Millionen Euro gehalten werden (davon 600 000 Euro vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus, 600 000 Euro aus Gesellschafterbeiträgen und Zuschüssen des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst sowie des SWR).

Darüber hinaus fördert die MFG Neugründungen am Standort Baden-Württemberg gezielt durch das Gründungs- und Coaching-Programm „Developer Boost“. Der „Developer Boost“ wurde 2021 erstmals als Coaching-Programm für Gründerinnen und Gründer aus Hochschulen oder im Quereinstieg angeboten und wird seither – mit Unterstützung des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst – jährlich fortgesetzt. Ziel des Programms ist es, Games-Entwicklerinnen und -entwicklern bei der ersten Spieleentwicklung sowie der Gründung eines Games-Studios zu unterstützen und damit die Gründungsdynamik im Bereich Games in Baden-Württemberg zu erhöhen. Seit 2021 gingen jährlich vier bis fünf Neugründungen von Games-Studios in Baden-Württemberg aus dem Programm hervor, die rund zur Hälfte von Absolventen aus baden-württembergischen Hochschulen stammen. Die Games-Studios werden auch nach Gründung durch die regelmäßigen Pitch-Veranstaltungen (Open Stages Games BW), oder durch jährliche Konferenzveranstaltungen „Gamestate Festival Baden-Württemberg“ fachlich unterstützt und in der Weiterentwicklung begleitet.

#### *Cross-sektorale Initiative „GiG – Games & Gamification im Gesundheitswesen“ (MFG u. a. in Kooperation mit BIOPRO BW)*

Dem bestehenden Bedarf an Vernetzung und Wissens-Transfer unter Expertinnen und Experten der Gesundheits- und Games-Branche soll mit der neuen, durch die MFG koordinierten Initiative „GiG – Games & Gamification im Gesundheitswesen“ Rechnung getragen werden. Die Initiative trägt durch Impuls- und Netzwerkveranstaltungen sowie themenorientierten Hackathons aktiv zu einer besseren Vernetzung der beiden Zukunftsbereiche Gesundheit und Games bei. Um ein solches cross-sektorales GiG-Innovationssystem in Baden-Württemberg aufzubauen und nachhaltig zu stärken, wird in Impuls- und Vernetzungsveranstaltungen jeweils konkretes Wissen zu Gesundheits- und Games-Marktthemen wie Zulassung und regulatorische Anforderungen, Business Modelle und Multichannel-Marketing vermittelt.

In 48-stündigen Innovationssprints werden zu konkreten Problemen aus dem Klinikalltag oder der Behandlungspraxis Ideen, Konzepte und anschließend Games- oder gamifizierte Prototypen für den Gesundheitssektor entwickelt und die Beteiligten durch die Zusammenarbeit zusammengeführt. Die neue Initiative startete im Juni 2025 und wird durch das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst gefördert. Zusätzlich zum bisherigen Experten- und Partner-Netzwerk des GamesHub für Health/Life Science Heidelberg wurden neue zentrale Stakeholder aus dem Gesundheitssektor in Baden-Württemberg wie die Landesagentur BIOPRO Baden-Württemberg und damit verbunden das Forum Gesundheitsstandort

Baden-Württemberg in das neue Nachfolgeprojekt des GamesHub für Health/Life Science Heidelberg als Partner involviert.

Alle hier skizzierten Programme und Aktivitäten sind Teil des Programms „Games BW“, das die MFG im Auftrag des Landes mit dem Ziel einer ganzheitlichen und nachhaltigen Förderung der Gameswirtschaft betreibt – von der Ausbildung des Nachwuchses über die Gründung neuer Studios und Netzwerke bis hin zur Förderung von Games-Produktionen. Das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg unterstützt die Initiative „GiG – Games & Gamification im Gesundheitswesen“ zusätzlich mit 124 000 Euro aus Mitteln des Medienimpulsprogramms 2024.

*„KMU-Transfer KREATIV – Gamification und Animation Media“ (Projekt des WM)*

Mit dem Förderprogramm des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus „KMU-Transfer KREATIV – Gamification und Animation Media“ wurden in 2024 neun Projekte zur Entwicklung innovativer Ansätze zur Anwendung spiel-, animations- oder medientypischer Technologien und Methoden in spielfremden Branchen und Zusammenhängen mit insgesamt 200 000 Euro gefördert. Mit dem Förderaufruf wurde das Ziel verfolgt, branchenfremden KMU den Zugang zu Gamification- und Animation Media-Technologien zu erleichtern (Software aus dem Bereich Games, VR/AR bzw. XR, VFX und Audio sowie immersives Design). Mit der Förderung wurde die Wirtschaft beim digitalen Wandel in Richtung Metaverse unterstützt und der Abwanderung von Fachkräften aus dem Kreativbereich gezielt entgegengewirkt. Zahlreiche Projekte des Aufrufs beteiligten sich auch am Kongress „Virtuelle Welten“ am 8. Mai 2025.

*Die Community-Plattform CyberLÄND (Projekt des WM)*

Mit der Online-Community Plattform CyberLÄND sollen Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Dienstleister mit Kompetenzen und Angeboten im Bereich digitaler Technologien, insbesondere metaverserelevanter Technologien (XR, digitaler Zwilling, Games, VFX etc.) vernetzt und ein einfacher Informationsaustausch ermöglicht werden. Das vom Virtual Dimension Center (VDC, Fellbach) und der Fa. acameo (Tübingen) durchgeführte Projekt wurde beim Kongress „Virtuelle Welten – Chancen im Metaverse erleben“ am 8. Mai 2025 einer größeren Öffentlichkeit vorgestellt und hat aktuell bereits mehr als 800 registrierten Unternehmen (Stand: 10. Juli 2025). Die Plattform wird aktuell weiterentwickelt und soll auch in den Folgejahren sukzessiv ausgebaut und nutzerfreundlich ausgebaut werden. Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus fördert die Plattform in den Jahren 2024 und 2025 mit 250 000 Euro.

*Gründungs- und Start-up Förderung im Rahmen der Landeskampagne Start-up BW*

Mit der Landeskampagne Start-up BW stärkt das Land den Gründungs- und Start-up-Standort Baden-Württemberg. Start-up BW vereint die flächendeckend über das Land verteilten regionalen Start-up-Ökosysteme, stärkt die Sichtbarkeit des Gründungsstandorts – THE Start-up LÄND – und unterstützt Gründungsinteressierte, Gründerinnen und Gründer sowie Start-ups mit einem dichten Partnernetzwerk und einem breiten Maßnahmenbündel.

Mit seinen insgesamt 18 inhaltlich spezialisierten und über Baden-Württemberg verteilten Start-up BW Acceleratoren unterstützt das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Gründungsteams bei ihren anspruchsvollen und innovativen Gründungsvorhaben. Sie unterstützen Gründungsteams bereits in der sehr frühen Gründungsphase und begleiten sie in ihrer Entwicklung über den Markteintritt bis hin zur Finanzierungsreife – zum Beispiel in Form von Mentoring, Coaching, Netzwerkaufbau oder Unterstützung bei der Prototypentwicklung. Dabei greifen sie auf ihr breites Netzwerk von Expertinnen und Experten aus verschiedenen Branchen und Fachgebieten zurück. Darüber hinaus stellen sie den Start-ups Infrastruktur (Labore und Räumlichkeiten) in Technologie- und Start-up-Zentren zur Verfügung.

Gründungsteams aus der Kultur- und Kreativwirtschaft werden im Besonderen in den Start-up BW Acceleratoren „New Sandbox“ der Hochschule der Medien in Stuttgart sowie „Stoff im Kopf – Textil Accelerator“ an der Hochschule Reutlingen betreut. Die „New Sandbox“ in Stuttgart ist ein Creative Tech Accelerator an der Schnittstelle zwischen Media, Design und Software mit Fokus auf Nachhaltigkeit und der „Stoff im Kopf – Textil Accelerator“ in Reutlingen legt seinen Fokus auf die Themen Fair, Fashion und Smart Textiles.

Die Start-up BW Acceleratoren bieten darüber hinaus Zugang zu dem bundesweit beachteten Frühphasenfinanzierungsinstrument Start-up BW Pre-Seed. Mit diesem unterstützt das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus gezielt erfolgsversprechende, indes risikoreiche Start-up-Vorhaben auf dem Weg zur Finanzierungsreife in einer frühen Phase. In dieser Phase agieren institutionelle Anleger aufgrund des erhöhten Risikos und der ungewissen Aussicht auf die Erfolgsaussichten des Gründungsvorhabens zurückhaltend. Start-up BW Pre-Seed wird auch von Start-ups aus der Kultur- und Kreativwirtschaft genutzt.

Im Rahmen des zentralen Events der Landeskampagne, dem Start-up BW Summit am 2. Juni 2025 wurde Stuttgart zum Hotspot der Start-up-Szene: Über 3 000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer trafen sich zum Start-up BW Summit 2025 im Haus der Wirtschaft in Stuttgart. 125 Start-ups aus Baden-Württemberg, 39 weitere Akteurinnen und Akteure aus dem Start-up Ökosystem, 40 internationale Start-ups und über 350 Aussteller zeigten, was das „Start-up LÄND“ zu bieten hat. Im Ausstellungsbereich für Start-ups, Inkubatoren und Acceleratoren – dem LÄND of Start-ups – bekamen Gründungsteams aus der Kreativ- und Kulturwirtschaft die Chance, sich in einem eigenen Cluster einem breiteren Publikum zu präsentieren.

#### *Branchenübergreifende Maßnahmen*

Die vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus geförderten regionalen Digital Hubs sind branchenübergreifend tätige Anlaufstellen für Unternehmen zum Thema Digitalisierung und KI, und können auch von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft genutzt werden. Als Informations-, Vernetzungs-, Erprobungs- und Experimentierräume bieten die regionalen Digital Hubs die Möglichkeit, sich über die Digitalisierung zu informieren, interdisziplinär und branchenübergreifend zu vernetzen sowie gemeinsam mit anderen Akteuren Digitalisierungsprojekte zu erproben und umzusetzen. Die regionalen Digital Hubs werden vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus bis Ende 2025 mit rund 10 Millionen Euro gefördert.

Ein wesentlicher Fokus sollte nach Aussage der Studie von Goldmedia aus dem Jahr 2021 außerdem auf einer niedrighschwelligeren Förderung mit niedrigeren Beträgen (bis 5 000 Euro) liegen. Die branchenoffenen Förderprogramme des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Digitalisierungsprämie Plus und Innovationsgutscheine haben diese Anforderungen erfüllt und wurden von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft auch an- und wahrgenommen.

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus hat seine Anstrengungen im Bereich der Innovationsförderung in den vergangenen Jahren branchenübergreifend stark ausgebaut. So konnten mit dem Förderprogramm Invest BW bisher über 800 Projekte mit einem Gesamtvolumen von über 900 Millionen Euro und einer Fördersumme von rund 330 Millionen Euro realisiert werden. Über die Hälfte der bewilligten Fördermittel gingen bisher an Start-ups und KMU. Diese Förderangebote werden regelmäßig auch von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Anspruch genommen. Parallel zum Kongress „Virtuelle Welten“ am 8. Mai 2025 wurde zudem der Invest BW-Förderaufruf mit einem Schwerpunkt zu „Virtuelle Welten, Digitale Zwillinge, Blockchain und Cybersicherheit“ gestartet (Frist 8. Juli 2025), der sich insbesondere auch an Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft richtete.

*Die POPLÄND-Initiative zur Stärkung der Popkultur (Projekt des MWK)*

Mit der POPLÄND-Initiative nimmt das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst die Popmusik-Branche noch stärker in den Blick. Als wichtiger Bereich der Popkultur zeichnet sie sich durch eine hohe wirtschaftliche Relevanz und eine starke Überschneidung zwischen Kulturbetrieb und Kreativbranche aus. Zudem stellt sie vor allem für junge Menschen eine wichtige Form der kulturellen Teilhabe dar. Ausgehend von den Ergebnissen des partizipativen Strategiedialogs Populäre Kultur unter dem Stichwort POPLÄND (2023/2024) entwickelte das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst ein Maßnahmenpaket, für das ab dem Doppelhaushalt 2025/2026 Mittel in Höhe von 1 Million Euro pro Jahr zur Verfügung stehen.

Im Rahmen der POPLÄND-Initiative stellt das neue Förderprogramm Perspektive Pop 2.0 Projektförderungen für Musikschafter und Veranstalter der populären Livemusik zur Verfügung. Außerdem wird die regionale Pop-Infrastruktur (Popbüros/Popförderzentren im RegioNet-Programm der Popakademie, u. a. finanziert durch das MWK), die in der Fläche u. a. branchenspezifische Beratung, Coachings, Mikroförderungen und Weiterbildungsmöglichkeiten anbietet, weiterentwickelt und ausgebaut. Unterstützt werden zudem die jährliche Festival-Konferenz „About Pop“ in Stuttgart als süddeutsches Netzwerktreffen und popkultureller Branchen-Think Tank sowie ein praxisnahes Forschungsprojekt der Popakademie Baden-Württemberg, das den produktiven Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Musikbusiness untersucht und Implementierungsmöglichkeiten für die musikpraktische Ausbildung im Land ableitet. Damit setzt die Popakademie ihren höchst erfolgreichen Weg, die künstlerische mit der musikwirtschaftlichen Ausbildung zu verbinden, fort. Auch mehr als zwanzig Jahre nach ihrer Gründung ist die Popakademie Baden-Württemberg nicht nur die zentrale popmusikalische Einrichtung des Landes mit bundesweiter und internationaler Strahlkraft, sondern schafft auch einen fruchtbaren Nährboden für die Ansiedlung und Gründung von Labels, Studios und weiterer popkultureller Start-ups in der Metropolregion Rhein-Neckar.

*Internationale Zusammenarbeit*

Baden-Württemberg ist über das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus seit 2004 eine der Mitgliedsregionen des internationalen Netzwerks „Districts of Creativity“ (DC). Das Netzwerk versteht sich als offenes globales Netzwerk innovativer und kreativer Regionen, in dem sich die Regionen zu wirtschafts- und innovationspolitischen Zukunftsstrategien austauschen. Derzeit umfassen die DC zwölf Mitgliedsregionen, darunter die europäischen Mitglieder Baden-Württemberg, Katalonien, Flandern, Schottland, Tampere, Zentral-Dänemark, Nord-Brabant und das spanische Baskenland. Außerhalb Europas hat das Netzwerk vier Mitgliedsregionen: Shanghai, Rio de Janeiro, Oklahoma und Karnataka.

Die Mitglieder der DC sehen die Kreativwirtschaft als einen der Schlüsselsektoren für die Zukunft. Das Netzwerk will die verschiedenen Disziplinen verbinden und dank unterschiedlicher kultureller Perspektiven helfen, Lösungen mit globaler Reichweite zu entwickeln, z. B. auch in Bereichen wie Stadtentwicklung und Klimawandel.

Im zweijährlichen Wechsel organisiert jeweils eine DC-Region das Creativity World Forum (CWF). Das Forum als öffentliches Hauptevent des DC-Netzwerkes zielt darauf ab, Personen aus dem gesamten Netzwerk zusammenzubringen und konzentriert sich auf die multidisziplinäre Zusammenarbeit. Das Forum ist Plattform für internationale Kooperations- und Vermarktungsmöglichkeiten mit Regionen weltweit. Baden-Württemberg hat 2022 den CWF als hybriden Kongress unter dem Motto „Sustainable Digital Innovation“ ausgerichtet und somit der Branche die Möglichkeit zur internationalen Vernetzung gegeben. Darüber hinaus finden jährliche fact-finding-Reisen in eine Mitgliedsregion statt, an der Baden-Württemberg regelmäßig mit einer Fachdelegation teilnimmt.

Darüber hinaus ist Baden-Württemberg an zahlreichen Programmen der internationalen Zusammenarbeit beteiligt. Neben den transnationalen (Donau, Mitteleu-

ropa, Alpen und Nordwest-Europa) sowie der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit im Rahmen der INTERREG-Programme der EU bieten insbesondere auch die 4-Motoren Möglichkeiten zur Unterstützung von Projekten mit Inhalten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Beratungsleistungen dazu werden durch entsprechende Kontaktstellen (z. B. das Donaubüro in Ulm) oder das Steinbeis Europa-Zentrum zur Verfügung gestellt und vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus entsprechend gefördert.

### 5.3. Ausbildung, Forschung und Entwicklung an den Schnittstellen der Kultur- und Kreativwirtschaft fördern

#### *Aus- und Weiterbildung*

Die Verbesserung der Aus- und Weiterbildung sowie Forschung und Entwicklung an den Schnittstellen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu anderen Branchen weiter gezielt zu fördern, stellt eine wichtige Grundlage zur Nutzung cross-innovativer Potenziale dar. Ein gutes Beispiel hierfür ist der neue Ausbildungsberuf „Gestalter/-in für immersive Medien“ ab dem Ausbildungsjahr 2023/2024. Dadurch entstehen Ausbildungsplätze in AR-, VR- und XR-Unternehmen, bei Medienunternehmen mit digitalen Schwerpunkten, Film- und TV-Produktionsbetrieben und im Rundfunk, in Marketing- und Kommunikationsagenturen, Innovations- und Marketingabteilungen von Unternehmen sowie in IT- und Entwicklungsabteilungen in Produktionsbetrieben.

#### *Talent- und Nachwuchsförderung im Bereich Games durch die MFG Kreativ*

##### – Landesweites Hochschulnetzwerk Games

Die MFG koordiniert seit 2022 das landesweite Hochschulnetzwerk Games und Games-naher Studiengänge, dem rund 20 Hochschulen und Studiengänge mit ihren Professorinnen und Professoren oder Dozierenden angehören. Im Rahmen des Hochschulnetzwerks wurden u. a. eine Praktikumsbörse für Studierende zur direkten Vermittlung an baden-württembergische Games-Unternehmen sowie erste Kooperationsvorhaben im Bereich Forschung und Lehre initiiert. Das Hochschulnetzwerk trifft sich ca. vierteljährlich und beteiligt sich mit Studierenden auch an Talent- und Nachwuchs-fördernden Formaten im Bereich „Games BW“.

##### – THE LÄND Global Game Jam

Mit dem Ziel des direkten Erfahrungsaustauschs von Studierenden und Studios und der landesweiten Vernetzung von Games-Hochschulen und Games-Unternehmen richtete die MFG im Januar 2024 und Januar 2025 das global sichtbare, öffentlichkeitswirksame Event „THE LÄND Global Game Jam“ aus. Im Rahmen des jährlich und weltweit stattfindenden Events des „Global Game Jam“ bot die MFG mit dem eigens konzipierten und durchgeführten Game Jam-Event einen landesweiten Austragungsort für Games-Entwickler\*innen und Spielebegeisterte aus Baden-Württemberg. Unter Federführung der MFG, gefördert durch das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, und in enger Zusammenarbeit mit dem Games-Verband Baden-Württemberg (game e. V.) und dem Netzwerk games-naher Studiengänge stieß das Angebot auf große Resonanz: 200 Entwicklerinnen und Entwickler aus Games-Studiengängen und Games-Studios aus dem ganzen Land arbeiteten 48 Stunden lang interdisziplinär, hochschul- und unternehmensübergreifend zusammen. Damit hieraus nachhaltige Vernetzungen von Studierenden, Studios und Games-Branche insgesamt entstehen, wurden alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu den darauffolgenden „Studi Stages“ im Rahmen der Open Stages Games BW sowie zu der Jahreskonferenz Gamestate Festival BW eingeladen. Das Games-Ökosystem in Baden-Württemberg entwickelt sich auch durch diese niederschweligen, nachhaltigen Maßnahmen positiv.

##### – TALENT Meet-up BW: Nachwuchsförderung

Zur Förderung von Nachwuchstalenten und Young Professionals aus der baden-württembergischen Games-, VFX- und Animationsbranche führte die MFG ge-

meinsam mit den Animation Media Creators Region Stuttgart (AMCRS), der Wirtschaftsförderung und Film Commission Region Stuttgart (WRS), der Landeshauptstadt Stuttgart und dem Animationsinstitut der Filmakademie Baden-Württemberg 2024 und 2025 – jeweils im Rahmen der Stuttgart Animated Week – sogenannte TALENT Meet-ups BW durch. Insgesamt je 30 Studierende, Absolventinnen und Absolventen und Young Professionals aus Baden-Württemberg bekamen die Möglichkeit, kostenfrei an der FMX – Film and Media Exchange, den Animation Produktion Days (APDs) und dem Internationalen Trickfilmfestival Stuttgart (ITFS) teilzunehmen, um Einblicke und Zugänge in die internationale Branche zu gewinnen. Das TALENT Meet-up BW bildet für Studierende und Absolventinnen und Absolventen der baden-württembergischen Hochschulen und kreativen Studiengänge einen niederschweligen Start- und Ausgangspunkt in die Branchen-Netzwerke und zu den Fördereinrichtungen des Landes und der Region. Die jungen Talente bleiben über Chat-Gruppen und durch die unterjährigen Branchen-Veranstaltungen nachhaltig in Kontakt und nehmen infolge auch an weiteren Angeboten der MFG wie u. a. dem Developer Boost für Gründungsteams in der Games-Branche teil. Damit können die kreativen Talente nachhaltig fachlich begleitet und oftmals auch nach Gründung und Berufseinstieg in der Games-, VFX- und Animationsbranche in Baden-Württemberg gehalten werden.

#### *Zugang von Kindern und Jugendlichen zu Kunst und Kultur*

Die Empfehlung der Kultusministerkonferenz zur Kulturellen Kinder- und Jugendbildung, die im Dezember 2022 aktualisiert wurde, betont den Bildungsaspekt als gesellschaftliche Aufgabe. Wesentlich ist demnach eine kooperative Bildungs-, Kultur- und Jugendpolitik, welche die unterschiedlichen Lernorte von Kindern und Jugendlichen als gemeinsame Agenda versteht. Schulen nehmen in diesem Kontext als Kulturorte zunehmend eine zentrale Rolle darin ein, Kindern und Jugendlichen einen chancengerechten Zugang zu Kunst und Kultur zu ermöglichen. In ihren künstlerisch-ästhetischen Unterrichtsfächern und Bereichen sowie in Kooperationen mit außerschulischen kulturellen Bildungspartnern wecken sie das Interesse an Berufsfeldern der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zugleich bilden sie essentielle kreative, sozial-emotionale wie auch mediale Kompetenzen dafür aus.

Damit Schulen ein Ort sein können, die Medienbildung und digitales Lernen kreativ umsetzen können, begleitet das Landesmedienzentrum (LMZ) mit rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an insgesamt 48 Standorten Lehrerinnen und Lehrer beim Einsatz von Medientechniken im Bereich Medien-, Foto-, Musik- und 3D-Drucktechnik, dem richtigen Raum-, Möbel- und Technikdesign von Klassenräumen und vielem mehr.

Das LMZ unterstützt Fortbildungen für Lehrerinnen und Lehrer für kreatives, zukunftsorientiertes Lernen, veranstaltet Workshops für kreative Medienarbeit, bietet IT-Komplettlösungen für die digitale Infrastruktur von Schulen und berät bei der Medienbeschaffung. In den beiden Stadtmedienzentren in Karlsruhe und Stuttgart stellt das LMZ außerdem Räume zur Erprobung und Stärkung kreativer Kompetenzen bereit: In den Medienwerkstätten und Makerspaces können sich Lernende ausprobieren und neue Technologien wie 3D-Drucker oder VR-Brillen erleben, sich in Film- und Audioproduktionen versuchen und Games-Techniken in der „ComputerSpielSchule“ Stuttgart oder der „gaming\_&coding\_school“ in Karlsruhe erleben. Die acht mobilen Makerspaces des LMZ sind als Transporter (Makermobile) mit fünf Themenstationen ausgestattet und bringt 3D-Drucker, Lasercutter, Stickmaschine und Co. an Schulen, um vor Ort interaktive, handlungsorientierte Bildungserlebnisse zu ermöglichen.

## **6. Handlungsempfehlungen**

### **6.1. Stärkere Einbeziehung von Kreativleistungen in bestehende Förderprogramme**

Bereits im 6. Bericht wurde festgestellt, dass es aus Sicht der Landesregierung konkreter Maßnahmen bedarf, um vor allem die frühe Einbeziehung der Krea-

tiven in die Neugestaltung und Transformation von Geschäftsmodellen anderer Branchen einzubeziehen. Insbesondere sollten bessere Möglichkeiten zur Berücksichtigung von Kreativleistungen bei bestehenden Förderprogrammen gefunden werden. Hintergrund war eine ZEW-Studie aus dem Jahr 2019, die zeigte, dass sich Leistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft sehr häufig nicht mit gängigen Innovationsmaßstäben messen lassen und in Innovationsprozessen daher selten explizit hervorgehoben werden. Diese mangelnde Sichtbarkeit und Würdigung der Leistung von Kreativen gilt nach wie vor und es sollte daher weiter darauf hingewirkt werden, gerade bei Innovations-Programmen auf eine stärkere Berücksichtigung technischer, aber auch nicht-technischer Kreativleistungen hinzuwirken.

Grundsätzlich stehen die branchenoffenen Förderangebote des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus auch der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung und werden von dieser auch regelmäßig auch in Anspruch genommen. Beim größten Innovationsprogramm des Landes, Invest BW, wurde zeitgleich zum Kongress „Virtuelle Welten“ am 8. Mai 2025 ein missionsorientierter Aufruf „Virtuelle Welten, Digitale Zwillinge, Blockchain und Cybersicherheit“ gestartet, der sich explizit auch an die Kreativbranche richtete.

#### 6.2. Sichtbarkeit und strategische Positionierung der Branche in Baden-Württemberg und Vernetzungsmöglichkeiten weiter stärken

Baden-Württemberg ist ein Land mit zahlreichen Wettbewerben, Preisen und Leuchtturmprojekten im Kreativbereich (bspw. Film & Media Exchange (FMX), XR Expo, Internationaler Designpreis Focus Open etc.) und mit vielen Forschungseinrichtungen und anwendungsorientierten Einrichtungen, die ebenfalls ihren Schwerpunkt im Kreativbereich haben (bspw. Popakademie Baden-Württemberg, Filmakademie Baden-Württemberg, Hochschule der Medien, Zentrum für Kunst und Medien, MFG Baden-Württemberg). Zwar ist Baden-Württemberg im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft damit gut aufgestellt, diese Kompetenzen und Potenziale des Landes sollten aber noch sichtbarer gemacht und auch branchenübergreifend genutzt werden, denn Baden-Württemberg hat weiterhin Nachholbedarf bei der Stärkung der Sichtbarkeit und des Images der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Eine gezielte Imageförderung der Kultur- und Kreativbranche ist nicht nur für die Gewinnung von Fachkräften im Kreativbereich wichtig, sondern für alle Branchen. Welch wichtige Rolle die Kreativwirtschaft für den Standort und die Fachkräftegewinnung hat, zeigt u. a. die aktuelle Studie „NightLÄND“. Sie unterstreicht eindrücklich die wichtige Rolle der Nachtökonomie als Standortfaktor sowohl städtischer als auch ländlicher Räume. Maßnahmen wie „Kreativ-LAND BW gestalten!“, „THE CREATIVE LÄND“, „POPLÄND“, die „FMX“ oder branchenübergreifende Formate wie der Kongress „Virtuelle Welten“ zeigen diese enormen Potenziale und bieten vor allem auch die Möglichkeit der Vernetzung und Kooperation.

Seit 2004 vernetzt das UNESCO-Programm der „Creative Cities“ weltweit Städte, die die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für eine zukunftsfähige, nachhaltige Stadtentwicklung erkannt haben. Inzwischen sind 350 Städte in mehr als 100 Ländern im Netzwerk der Creative Cities aktiv. Die Mitgliedsstädte sind Exzellenz-Zentren in einem der sieben Bereiche Design, Film, Gastronomie, Handwerk, Literatur, Medienkunst oder Musik. Von den sieben deutschen Städten befinden sich drei in Baden-Württemberg: Heidelberg (UNESCO City of Literature), Mannheim (UNESCO City of Music), Karlsruhe (UNESCO City of Media Arts). Die weiteren deutschen Städte sind Berlin, Bremen, Hannover und Potsdam. Durch ihre Aufnahme in das Netzwerk verpflichten sich die Städte dazu, den Kultur- und Kreativsektor zum wesentlichen Bestandteil von Stadtentwicklung zu machen und ihn in alle lokalen Entwicklungspläne und Strategien durchgängig zu integrieren. Auf diese Weise trägt das UNESCO-Programm der Creative Cities zur Umsetzung der Agenda 2030 der Vereinten Nationen bei.

Branchenübergreifende Synergien, landesweite und nationale wie internationale Netzwerke und Kooperationsmöglichkeiten gilt es verstärkt zu nutzen und aus guten Fallbeispielen anderer Länder und Regionen für Baden-Württemberg zu lernen. Vor allem gilt es aber auch, die zahlreichen Stränge zur Stärkung der Kreativwirtschaft, die landesweit vorhanden sind, für die Entwicklungen vor Ort bzw. in den Regionen und Orten des Landes zu nutzen, um so Transformationsprozesse auf allen Ebenen anzustoßen. Dabei geht es um den wirtschaftlichen Wandel aufgrund neuer Technologien und weltweiter Krisen und Konflikte; darüber hinaus geht es auch um den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die gemeinsame Erarbeitung von Zukunftsideen („Co-Kreation“). Zur Stärkung dieser Prozesse, die nur innerhalb der betreffenden Regionen und vor Ort umgesetzt und vorangetrieben werden können, kann die Landesregierung unter anderem beitragen, indem sie die vorhandenen Erkenntnisse ressortübergreifend bündelt und in den Dialog innerhalb der Regionen einbringt, etwa durch Vor-Ort-Veranstaltungen mit allen relevanten Stakeholdern.

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus plant, einen entsprechenden Prozess mit Unterstützung der MFG ab 2026 und angelehnt an die bestehenden Aktivitäten der Kultur- und Kreativwirtschafts- und Cross-Innovationsförderung auch in ländlichen Regionen und Klein- und Mittelstädten weiter voranzubringen. Die in diesem Bericht genannten Ressorts und Maßnahmen sollen hierbei eingebunden werden.

### 6.3. Cross-Innovation und branchenübergreifende Kooperation und Vernetzung fördern und die regionalen Potenziale in den urbanen sowie ländlichen Räumen ausbauen

Um den konkreten Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Innovationsfähigkeit differenzierter zu beurteilen, sind weitere Untersuchungen von Innovationsprozessen erforderlich. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der steigenden Herausforderungen im Zusammenhang mit der digitalen Transformation, so bspw. der zunehmende Bedeutung immersiver oder games-basierter Technologien, die in alle Branchen und Lebensbereiche weiter Einzug hält.

Sinnvoll wären daher Fördermaßnahmen, mit denen die aufstrebenden Themen Games, Animation und Film eng mit KI-Themen verknüpft werden, da es hier zunehmend enge Verbindungen und Synergien gibt und sich besondere Standortvorteile Baden-Württembergs so glänzend verbinden ließen. Außerdem würden Projekte zur Stärkung branchenübergreifender Kooperationen (Cross-Innovation) helfen, die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land besser zur Geltung zu bringen und die wichtige Rolle der Kreativen in Innovations- und Transformationsprozess zu stärken.

Mit der durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz beauftragten und durch die MFG zusammen mit der Prognos AG erstellten quantitativen und qualitativen Studie zu den Daten, Fakten und Chancen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die im März 2024 veröffentlicht wurde (KreativLAND BW), liegen weitere konkrete Handlungsempfehlungen vor, wie die Kultur- und Kreativwirtschaft in den ländlichen Räumen von Baden-Württemberg noch besser gefördert, mit anderen Branchen und KMU vernetzt und sichtbarer gemacht werden kann. Mit dem hieraus entstandenen, durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz geförderten Modellprojekt „KreativLand BW gestalten!“ werden bis Mitte 2026 bereits erste kultur- und kreativwirtschaftliche Pilotvorhaben gefördert, die die Potenziale des Ländlichen Raumes als Standortvorteil von Kreativen und KMU nutzen und von denen auch die Gemeinden und Regionen konkret profitieren.

Eine gezielte cross-sektorale Vernetzung von Kultur- und Kreativwirtschaft und KMU könnte weiterhin insbesondere in den ländlichen Regionen zu mehr regionaler Wertschöpfung und nachhaltigen, wissensintensiven und dienstleistungsorientierten Strukturen führen. Diese Synergien und Potenziale gilt es im wirtschaftlich und kulturell starken Flächenland weiter auszubauen und als Standortvorteil

für die Regionen zu nutzen. Diesen Prozess der gezielten cross-sektoralen Vernetzung plant das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus zusammen mit den weiteren beteiligten Ressorts und mit Unterstützung durch die MFG branchenübergreifend auf- und umzusetzen (siehe auch Handlungsempfehlung 6.2.).

#### 6.4. Kreative Talente, Fachkräfte und Entrepreneurship in den kreativen Berufen durch Vernetzung der Hochschulen im Land und gezielte Qualifizierungsprogramme fördern

Mittelfristig wird der Fachkräfteengpass und -mangel auch in Baden-Württemberg in einzelnen kreativen Berufen, insbesondere in den digitalen und gestalten kreativen Berufsfeldern (u. a. in der Architektur und in den Bereichen Game Design, Game Development, XR, (UX-)Design, Verlagswesen) eine der größten Herausforderungen für die nachhaltige Stärkung des Kreativstandorts sein. Um die Potenziale und Kompetenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu erhalten und v. a. auch querschnittsbezogen auszubauen, müssen ferner Aus- und Weiterbildung sowie Forschung und Entwicklung insbesondere an den Schnittstellen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu anderen Branchen gezielt gefördert werden.

Die Einführung moderner kreativer Techniken, wie bspw. immersiver Technologien, erfordern entsprechende Kenntnisse auf Seite von Fachkräften. Ausbildungsgänge und Weiterbildungen sollten daher entsprechende Kenntnisse bspw. im Bereich AR/VR bzw. XR, Digitalem Zwilling, immersivem Design etc. vermitteln. Auch eine gezielte Weiterbildung von (young) Professionals im Bereich „Games und Gamification im Gesundheitsmarkt“ sollte möglichst bedarfsorientiert und interdisziplinär aufgebaut werden. Damit kann die Exzellenz Baden-Württembergs im Bereich Health/Life Science um die in Anwendung und Therapie besonders wirksamen Aspekte von Games und Gamification in der Medizin- oder Pflegeausbildung, in der Verhaltenstherapie, in Rehabilitation und Physiotherapie, erweitert werden.

Auch eine stärkere Vernetzung der Kreativwirtschaftsmaßnahmen mit auf dem Campus befindlichen Entrepreneurship-Zentren und der hochschulübergreifenden Entrepreneurship-Initiative NXTGN sowie der Landeskampagne Start-up BW kann zu einer Steigerung des Talente- und Fachkräfteniveaus in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft führen.

Um auch international wettbewerbsfähig zu bleiben, prüft die MFG laufend neue, teils internationale Fördermöglichkeiten, beispielsweise auch passende EU-Förderprogramme wie jene des Europäischen Innovations- und Technologieinstituts Culture & Creativity (EIT Culture & Creativity) der Europäischen Union. Allgemeines Ziel sollte sein, das aktuell gute Talente- und Fachkräfteniveau in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg nicht nur zu halten, sondern im nationalen- und internationalen Wettbewerb um kreative Talente weiter auszubauen.

Auch bei der frühkindlichen Bildung und Erziehung sollte kreativen Kompetenzen und Methoden möglichst großen Raum zu geben. Hier gibt es zahlreiche Erfahrungen anderer Länder, die wichtige Verbesserungsimpulse geben können, und die in bestimmten Teilen auch schon Eingang in die Angebote der Hochschulen und Bildungsträger gefunden haben.

Im Anschluss an die frühkindliche Bildung und Erziehung nimmt die schulische kulturelle Bildung mit ihren Möglichkeiten, kreative und mediale Kompetenzen zu entwickeln und zu fördern, eine gewichtige Rolle ein. Die Verankerung von kultureller und medialer Bildung in den Bildungs- und Lehrplänen Baden-Württembergs gewährleistet Kindern und Jugendlichen den Zugang zu kultureller Teilhabe. Sie weckt innovative Talente und schafft die Voraussetzungen, die Anforderungen kultureller und medialer Berufsfelder erfüllen zu können.

#### 6.5. Strategische Weiterentwicklung der Landesagentur Medien- und Filmgesellschaft mbH Baden-Württemberg

Baden-Württemberg und Europa befinden sich in einem tiefgreifenden Wandel. Die Kultur- und Kreativwirtschaft fördert und stärkt als Medien-, Kulturmacherin und Impulsgeberin den gesellschaftlichen Zusammenhalt, die Diskurs- und Medienkompetenz generationenübergreifend und leistet einen wichtigen Beitrag zur demokratischen Teilhabe und kulturellen Vielfalt. Sie ist aber auch als Innovationstreiberin für alle Wirtschaftsbereiche branchen- und sektorenübergreifend von zentraler wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Bedeutung, gerade jetzt, da in Europa neue regionale Verbünde und regionale Wertschöpfungs- und Lieferketten entstehen und ganze Leitmärkte vor der Transformation ihrer Prozesse, Produkte und Services stehen. Gerade jetzt kommt es auf die Handlungs- und Gestaltungsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft und die wirtschaftliche Zukunft Baden-Württembergs an.

Die MFG ist Filmförderanstalt sowie Kultur- und Kreativ- und damit auch Wirtschaftsfördererin. Mit qualitativ hochwertigen Filmen, visuellen Effekten, Animationen und Games als auch mit branchenqualifizierenden Weiterbildungs- und Beratungsangeboten fördert sie nicht nur kreative Talente, sondern setzt auch Impulse für andere Branchen und Bereiche. Sie trägt so zu einer leistungsstarken Film-, Medien- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg sowie einer Stärkung und einem besseren Image des Standortes bei. Als landesweites Kompetenzzentrum im Land und vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung von Kreativleistungen für alle Branchen im Land, sollte die MFG daher gestärkt und ihre Leistungen und Angebote sichtbarer gemacht werden. Über die künftige Ausrichtung beraten die Gesellschafter und der Aufsichtsrat der MFG.

#### 7. Fazit

Die im 7. Bericht identifizierten strategischen Handlungsfelder sind aus Sicht der Landesregierung weiter aktuell, und wurden daher nur leicht angepasst:

- a) stärkere Einbeziehung von Kreativleistungen in bestehende Förderprogramme
- b) Sichtbarkeit und strategische Positionierung der Branche in Baden-Württemberg und Vernetzungsmöglichkeiten weiter stärken
- c) Cross-Innovation, branchenübergreifende Kooperation und Vernetzung fördern und die regionalen Potenziale in den urbanen sowie ländlichen Räumen ausbauen
- d) Kreative Talente, Fachkräfte und in den kreativen Berufen und insbesondere in den (hoch-)spezialisierten technologischen und sich dynamisch entwickelnden Kreativbranchen (Games, VFX, Animation, immersives Design, Kommunikationsdesign) durch Vernetzung der Hochschulen im Land und gezielte Qualifizierungsprogramme fördern
- e) strategische Weiterentwicklung der Landesagentur Medien- und Filmgesellschaft mbH Baden-Württemberg

Wie im Bericht ausführlich dargestellt, haben die Ressorts und zahlreiche Landes-einrichtungen (allen voran die MFG) viele Maßnahmen ergriffen und umgesetzt, die zur Erreichung der Handlungsfelder beitragen. Für den notwendigen übergreifenden kreativen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft gilt es die Zusammenarbeit zwischen den Ressorts untereinander und mit der MFG weiter zu verbessern.

Technologien, Medien und Methoden aus der Kultur- und Kreativwirtschaft wirken branchenübergreifend innovationssteigernd und werden mit Blick auf die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und medienfeindlichen Entwicklungen zunehmend systemrelevant. Partnerschaften und Kooperationen zwischen Medien, Kultur und Wirtschaft, zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft und KMU kommt daher eine Schlüsselrolle zu, die es zukünftig noch mehr zu nutzen, durch Programme und Formate branchenübergreifend auszubauen und politisch zu stärken gilt.

Um die zunehmend relevanten „fließenden Übergänge“ – sowohl innerhalb der Kreativbranchen (wie etwa in der Software- und Games-Industrie, der Animations-, VFX- und Games-Branche, der Medien- und Buchbranche) als auch zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft und anderen Branchen – zu unterstützen, sollten nicht nur die laufenden Bemühungen fortgesetzt, sondern mehr Formate geschaffen werden, die eine themenübergreifende Verzahnung der Bereiche und Akteure auch auf regionaler Ebene (in urbanen und ländlichen Räumen) stärker voranbringen.

Kurzfassung

---

# NightLÄND BW

---

Studie zur Rolle der Nachtökonomie  
in Baden-Württemberg



© iStock-In Stock

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Ökonomische Bedeutung</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Soziale &amp; kulturelle Bedeutung</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>Stadt- &amp; mobilitätspolitische Bedeutung</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Night Governance – Management des Nachtlebens</b>	<b>11</b>
<b>6</b>	<b>NightLÄND in den Regionen</b>	<b>14</b>
<b>7</b>	<b>Empfehlungen zur Stärkung der Nachtökonomie</b>	<b>24</b>
	<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>27</b>
	<b>Impressum</b>	<b>29</b>

---

## 1 Einführung

---

Im Wettbewerb der Städte und Regionen um die klügsten Köpfe wird das Image eines Standorts immer wichtiger. Dabei kommt es neben einem attraktiven Angebot an Arbeitsplätzen zunehmend auch auf das Image an. Zahlreiche wissenschaftliche Studien belegen, dass die Attraktivität eines Ortes ein Schlüsselfaktor für die Anwerbung qualifizierter Fachkräfte ist.<sup>1</sup> Die Nachtökonomie prägt das Image von Städten und Regionen und trägt maßgeblich zu ihrer Attraktivität bei. Aber was zeichnet die Nachtökonomie eigentlich aus?

Nachtökonomie: Das sind Bars, Restaurants, Clubs. Das sind Theater und Kinos, Festivals und Open-Airs, Live-Konzerte in kleinen Clubs oder kulinarische Erlebnisse in Restaurants mit spätem Abendessen. Die facettenreiche Nachtökonomie bietet Raum für Begegnungen, fördert kulturelle Vielfalt und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Sie ist ein unverzichtbares Element für lebendige Innenstädte. Sie bietet Räume für Menschen jeden Alters sich auszuprobieren. Damit trägt sie maßgeblich zur Lebensqualität in Baden-Württemberg bei.

Diese Studie untersucht die Bedeutung der Nachtökonomie für den Standort Baden-Württemberg. Sie baut auf den Erkenntnissen aus der nachtökonomischen Studie Stuttgart 2023 auf.<sup>2</sup> Der Begriff der Nachtökonomie bezieht sich in der Definition auf die ökonomische Bedeutung des Abends- und Nachtlebens. Er umfasst die erwerbswirtschaftliche Seite der Gastronomie- und Kulturbetriebe, die ihren zeitlichen Schwerpunkt ganz oder teilweise abends oder in der Nacht haben. Die Studie zeigt neben dieser wirtschaftlichen Bedeutung auch weitere Werte der Nachtökonomie, in dem sie auch die soziale und kulturelle sowie die stadt- und mobilitätspolitische Bedeutung der Nachtökonomie in Baden-Württemberg herausarbeitet (Kapitel 2-4). Baden-Württemberg ist bereits stark in der Koordination des Nachtlebens aufgestellt und hatte mit Mannheim den ersten Nachtbürgermeister Deutschlands. Dies zeigen die Analysen der Night Governance-Strukturen (Kapitel 5). Ein Fokus der Studie liegt auf der Betrachtung unterschiedlicher Raumtypen im Land. Dafür wurden insgesamt fünf Modellregionen untersucht: Aalen, Freiburg, Heilbronn, Mannheim und Konstanz (Kapitel 6). Die Studie schließt mit Empfehlungen zur Stärkung der Nachtökonomie in Baden-Württemberg (Kapitel 7).

Methodisch baut diese Studie auf einem Mix verschiedener Herangehensweisen auf: Quantitativ stützt sich diese Studie auf sekundärstatistische Auswertungen der Beschäftigten- und Umsatzsteuerstatistik, ergänzend werden Daten der „GEMA“ genutzt. Für die qualitative Erhebung wurden, neben Desk Research, 28 Interviews mit unterschiedlichen Expertinnen und Experten aus der Nachtökonomie geführt. Die Bandbreite reichte von Club- und Gastronomie-Betreibenden, über Verwaltungsmitarbeitende auf kommunaler Ebene und aus verschiedenen Landesministerien bis hin zu Mitarbeitenden von soziokulturellen Zentren und Initiativen. Eine ähnliche Vielfalt an der Teilnehmerschaft erreichten die beiden interaktiven Workshops mit insgesamt 40 Teilnehmenden. Ein vierköpfiger Kreis von Expertinnen und Experten begleitete die Studie zudem inhaltlich.

<sup>1</sup> Konermann (2022)

<sup>2</sup> Pill et al. (2024)

---

## 2 Ökonomische Bedeutung

---

Die Nachtökonomie in Baden-Württemberg trägt zur Attraktivität und Lebensqualität von Städten und Regionen bei und ist damit ein wichtiger Standortfaktor für das Land Baden-Württemberg. Sie ist darüber hinaus ein dynamischer Wirtschaftsfaktor und stark verflochten mit anderen Branchen. Auch wenn die Nachtökonomie sich von den Auswirkungen der Corona-Pandemie in Teilen erholen konnte, ist sie aktuell mit vielen Herausforderungen konfrontiert.

### **Die Nachtökonomie ist ein wichtiger Standortfaktor für Städte und Regionen**

Baden-Württemberg ist ein starker Wirtschaftsstandort, der internationales Ansehen genießt. Um in dieser starken Position zu bleiben, ist es von großer Bedeutung, sich im nationalen und internationalen Wettbewerb zu behaupten. Vor allem für die Gewinnung hochqualifizierter Fachkräfte im Wettbewerb verschiedener Regionen ist es wichtig, in jeder Hinsicht attraktiv zu sein.<sup>3</sup> Zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten sehen in der Attraktivität von Städten und Regionen den Schlüsselfaktor im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte.<sup>4</sup> Unternehmen suchen sich ihre Standorte nach Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte aus und siedeln sich daher bevorzugt dort an, wo ein attraktives Arbeits- und Wohnumfeld herrscht. Vielfältige kulturelle und gastronomische Angebote am Abend und in der Nacht tragen zum Image von Städten und Regionen bei und erhöhen ihre Attraktivität und Lebensqualität.



***Eine bewusst gemachte Nachtökonomie ist ein Attraktivitätsfaktor. Eine Stadt wird dadurch lebendiger, dynamischer und auch jünger.***

*Tilo Buchholz, Popbeauftragter der Stadt Freiburg*

Die Bedeutung wird am Ergebnis einer Befragung von 221 kommunalen Wirtschaftsförderungen in Deutschland im Rahmen einer Doktorarbeit plastisch: 97 Prozent der befragten Wirtschaftsfördererinnen und Wirtschaftsförderer gaben an, dass das abendliche und nächtliche gastronomische sowie kulturelle Angebot einen Einfluss auf die Standortwahl von Fachkräften hat. Nachtökonomie hat eine große Bedeutung für die Attraktivität von Großstädten und wirtschaftlichen Ballungsräumen. Das zeigt auch die Nachtökonomische Studie Stuttgart.<sup>5</sup> In Großstädten steht Nachtökonomie für ein urbanes Lebensgefühl einer 24 Stunden aktiven Stadt.<sup>6</sup> Die zitierte Befragung zeigt, dass Nachtökonomie auch in kleineren Städten eine wichtige Rolle spielt: Bereits ab einer Stadtgröße von 20.000 EinwohnerInnen sieht die überwiegende Anzahl der Befragten einen Einfluss der Nachtökonomie auf die Standortwahl von Fachkräften.<sup>7</sup> Damit spielt Nachtökonomie auch eine wichtige Rolle für die wirtschaftlich sehr erfolgreiche ländlichen Räume mit

<sup>3</sup> Florida (2002)

<sup>4</sup> Konermann (2022)

<sup>5</sup> Pill et al. (2024)

<sup>6</sup> Konermann (2022)

<sup>7</sup> Konermann (2022)

vielen Hidden Champions und erfolgreichen mittelständischen Unternehmen in Baden-Württemberg.<sup>8</sup>



**Für den Fachkräftezugang in die Region ist es wichtig, die Vielfalt und die Weltoffenheit der Region zu zeigen und ein Stück weit Programm zu bieten. Kulturelle Angebote in ländlichen Regionen aufrechtzuerhalten und zu entwickeln, ist ein Stück Verantwortung aller Player in der Region.**

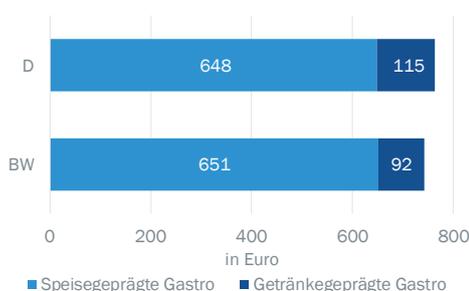
*Franz Donner, Botschafter Initiative Neue Qualität der Arbeit des BMAS (INQA),  
aalener jazzfest*

### Die Nachtökonomie ist ein regionaler Wirtschaftsfaktor mit wirtschaftlichen Verflechtungen und Kaufkrafteffekten außerhalb der Nachtökonomie

In der amtlichen Statistik gibt es vier Wirtschaftszweige, die starke Bezüge zur Nachtökonomie haben<sup>9</sup>: die speisegeprägte Gastronomie – das sind Restaurants, Imbisse, Cafés und Eisdielen, daneben die getränkegeprägte Gastronomie – das sind z. B. Kneipen, Bars, Clubs und Diskotheken. Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen – das sind Theater, Opernhäuser, Schauspielhäuser,

Konzerthallen, Varietés und Kleinkunsthäuser sowie Kinos wurden ebenfalls berücksichtigt. In diesen Wirtschaftszweigen wurden im Jahr 2023 in Baden-Württemberg insgesamt 8,75 Mrd. Euro Umsatz erzielt.<sup>10</sup> Auf Basis einer qualifizierten Schätzung sind davon rund 3,5 Mrd. Euro der Nachtökonomie zuzurechnen.<sup>11</sup>

**Umsatz pro Kopf in Euro  
in der speise- und getränkegeprägten  
Gastronomie**  
in Baden-Württemberg und Deutschland, 2023



© Prognos AG 2025; Datenquelle: DESTATIS 2025; Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigungen), Fortschreibung des Bevölkerungsstandes.

Pro Kopf wurden im Jahr 2023 in Baden-Württemberg 651 Euro in der speisegeprägten Gastronomie erwirtschaftet. Damit liegt Baden-Württemberg gleichauf mit ganz Deutschland. In der getränkegeprägten Gastronomie wurde in Deutschland mit 115 Euro pro Kopf etwas mehr eingenommen als in Baden-Württemberg mit 92 Euro pro Kopf.

<sup>8</sup> Birkmann et al. (2019)

<sup>9</sup> In der amtlichen Statistik gibt es keine Unterscheidung nach Tageszeit. Analysiert werden Wirtschaftszweige, die starke Bezüge zur Nachtökonomie haben. Speisegeprägte Gastronomie bezieht sich auf WZ 56.1 Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés u. Ä., die getränkegeprägte Gastronomie auf 56.3 Ausschank von Getränken, Kinos auf 59.14 Kinos und Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen auf 90.04 Betrieb von Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen.

<sup>10</sup> Umsätze in Unternehmen über der Kleinunternehmensschwelle (Unternehmen mit mehr als 22.000 Euro Umsatz)

<sup>11</sup> Berechnung analog zur Nachtökonomischen Studie Stuttgart: Summe aus 40 Prozent der WZ 56.01.01 Restaurants mit herkömmlicher Bedienung, 40 Prozent der WZ 58.10.3 Imbissstuben und Ähnliches, 100 Prozent der WZ 56.3 Ausschank von Getränken, 40 Prozent der WZ 59.14 Kinos, 40 Prozent der WZ 90.04 Betrieb von Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen (Pill et al. (2024).

Neben den Umsätzen, die der Nachtökonomie direkt zugeordnet werden können, geht die wirtschaftliche Bedeutung der Nachtökonomie weit über die reine Bedeutung ihres eigenen Umsatzes hinaus: Die Nachtökonomie ist Teil einer ganzen Wertschöpfungskette. Die Einnahmen, die in der Nachtökonomie generiert werden, fließen z. B. bei der Beschaffung von Getränken und Speisen oder auch Dienstleistungskäufen in andere Wirtschaftsbereiche – häufig auch in der Region.<sup>12</sup>

” **Nachtkultur ist ein wichtiges Element für die Lokalökonomie. Das dort eingenommene Geld wird auch zum großen Teil wieder in der Region selbst ausgegeben.**

*Alexander Bücheli, Geschäftsführer, Schweizer Bar und Club Kommission*

Darüber hinaus gibt es weitere Kaufkrafteffekte, die sogenannte Umwegrendite oder -rentabilität, die durch die Nutzung von Taxis, dem öffentlichen Nahverkehr, dem Einzelhandel oder Hotels entstehen. In Stuttgart fließen 17 Cent von jedem in den Kernbereichen der Nachtökonomie ausgegebenen Euro in diese Bereiche.<sup>13</sup> Ein ähnlich großer Effekt entspräche in Baden-Württemberg 595 Mio. Euro.

#### **Nachtökonomie hat eine wichtige Bedeutung für den Tourismus im Land**

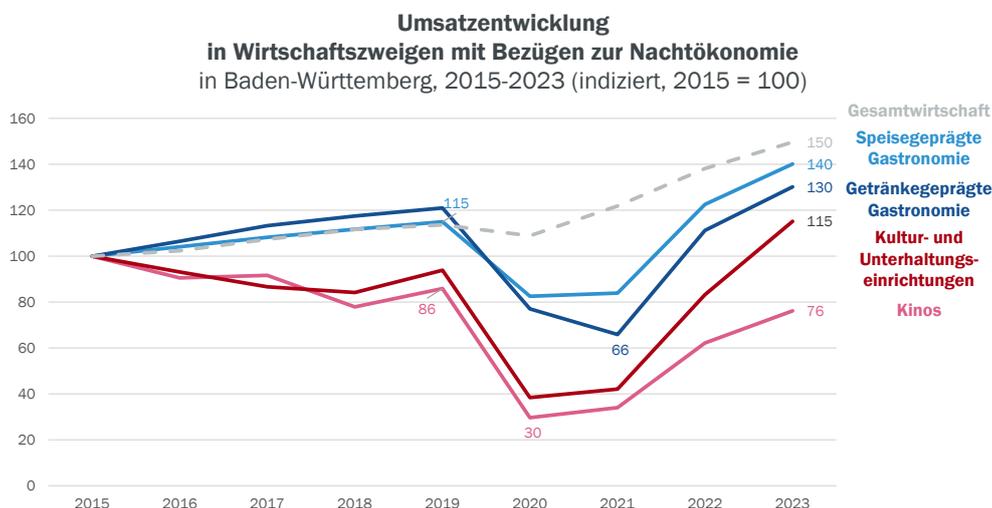
Eine besondere Rolle in der Wertschöpfungskette nimmt die Verbindung mit dem Tourismus ein. Touristinnen und Touristen kommen nicht nur nach Baden-Württemberg, um die Kultur am Tag zu erleben, sondern auch, um die Abendstunden zu genießen. Bspw. spielen gastronomische Erlebnisse und die Wein-Kultur eine wichtige Rolle. Daher ist es von großer Bedeutung, dass es ausreichend Angebote für Touristinnen und Touristen gibt, um ihnen ein rundum gelungenes Gesamtpaket aus Veranstaltungen, Essen, Einkaufen und Übernachten bieten zu können. Darüber hinaus ist das Nachtleben, insbesondere Festivals und größere Events, ein Anlass für gezielte Reisen. Gerade für ländliche Räume ist dies von besonderer Bedeutung. Dies zeigen Veranstaltungen wie das Jazzfest Aalen, das Menschen in die Region lockt und ein wichtiges kulturelles Angebot für die Stadt und Region ist.

” **Die Nachtökonomie stellt einen zentralen wirtschaftlichen Faktor dar, der weit über den Freizeitwert hinausgeht. Sie schafft nicht nur soziale und kulturelle Begegnungsräume, sondern generiert auch substanzielle Spillover-Effekte für Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Einzelhandel sowie diverse Dienstleistungssektoren.**

*Lara Nerpel, Bereichsleitung Stadtmarketing, Marketing & Tourismus Konstanz*

<sup>12</sup> Pill et al. (2024)

## Die veränderte Situation nach der Corona-Pandemie



© Prognos AG 2025; Datenquelle: DESTATIS 2025; Umsatzsteuerstatistik (Vorankündigungen).

Die Umsatzentwicklung seit 2015 in den Wirtschaftszweigen mit starken Bezügen zur Nachtökonomie zeigt deutliche Auswirkungen der Corona-Pandemie mit erheblichen Umsatzrückgängen in den Jahren 2020 und 2021 in allen Wirtschaftszweigen. In den Jahren 2022 und 2023 stieg der Umsatz in allen Wirtschaftszweigen wieder an. Dies zeigt, dass sich die Wirtschaftszweige in Teilen wieder von der Pandemie erholen konnten. Kinos blieben jedoch auch 2023 noch hinter dem Umsatz aus dem Jahr 2019 zurück.

Obwohl die Zahlen in einigen Bereichen in den Jahren 2022 und 2023 recht dynamisch sind, zeigen die Erkenntnisse aus den Experteninterviews, dass sich der Kostendruck auf die einzelnen Betriebe aufgrund der Inflation infolge des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine ab 2022 und Gehaltssteigerungen deutlich verschärft hat. Der DEHOGA Bundesverband verdeutlicht, dass einer nominal positiven Umsatzentwicklung häufig eine real negative Umsatzentwicklung gegenübersteht.<sup>14</sup>

Außerdem sind viele Betriebe mit starken Veränderungen im Ausgehverhalten ihrer Gäste konfrontiert. Insbesondere folgende Entwicklungen lassen sich hier feststellen:

1. Eine zunehmende Eventisierung von nachtkulturellen Angeboten sorgt dafür, dass Menschen seltener ausgehen und bereit sind für ein einmaliges Event mehr Geld auszugeben. Dadurch geben sie weniger Geld in Alltagsbetrieben der Nachtökonomie aus.
2. Es zeichnet sich tendenziell eine Verkürzung von Ausgehzeiten ab.
3. Durch ein stärkeres Gesundheitsbewusstsein unter jungen Menschen werden weniger alkoholhaltige Getränke gekauft.
4. Zudem ist ein Rückzug ins Private zu beobachten. Das bedeutet, dass Menschen, anstatt auszugehen, zuhause bleiben oder Privatpartys veranstalten. Die Preissteigerungen

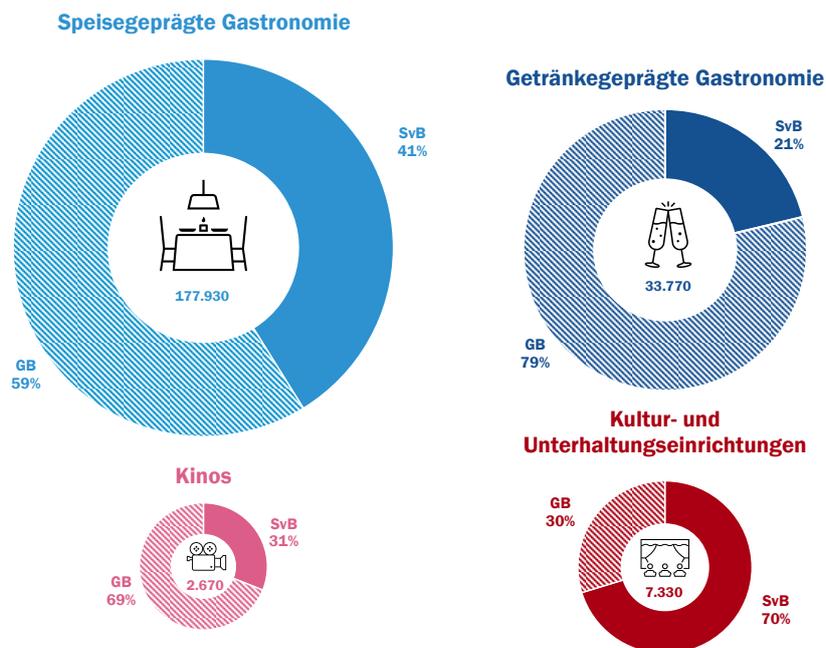
<sup>14</sup> DEHOGA (2024)

spielen hierbei ebenso eine Rolle wie die sozialen Nachwirkungen der Corona-Pandemie und die Popularität von Streamingangeboten.

### Die Nachtökonomie ist durch vielfältige Beschäftigungs- und Mitwirkungsformen geprägt

Die Nachtökonomie bietet zum einen sozialversicherungspflichtige Beschäftigung und Mini-Jobs, zum anderen baut sie stark auf ehrenamtlichem Engagement und anderen Mitwirkungsformen auf, wie etwa Praktikantinnen und Praktikanten und Freiwillige im Rahmen eines Freiwilligen Sozialen Jahres.<sup>15</sup> Die Daten amtlicher Statistiken liefern zuverlässig Informationen für formale Beschäftigungsverhältnisse für ganz Baden-Württemberg. Dabei zeigt sich, dass in den Wirtschaftszweigen mit starken Bezügen zur Nachtökonomie überwiegend geringfügige Beschäftigungsformen, also Mini-Jobs und auch Jobs mit einer kurzen Anstellungsdauer eine überdurchschnittliche Bedeutung haben.<sup>16</sup>

#### Anteile sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigter in Wirtschaftszweigen mit starken Bezügen zur Nachtökonomie in Baden-Württemberg 2024



© Prognos AG 2025; Datenquelle: Bundesagentur für Arbeit 2025. Stichtag 30.6. Gerundet auf 10er.

<sup>15</sup> Initiative Musik (2021)

<sup>16</sup> Kurze Anstellungsdauer: unter 3 Monaten; branchenübergreifend liegt der Anteil geringfügiger Beschäftigungsverhältnisse in Baden-Württemberg bei 20 Prozent.

### **Die wichtige Rolle Ehrenamtlicher in der Nachtökonomie**

Die Umsetzung von Kulturangeboten, auch in der Nacht, wird darüber hinaus häufig stark vom Engagement Ehrenamtlicher getragen. Das ist einerseits ein Ausdruck der starken Zivilgesellschaft und andererseits eine Herausforderung für die Kontinuität nachtkultureller Strukturen, da Ehrenamtliche nicht langfristig eingeplant werden können. Zudem nimmt die Attraktivität von Ehrenämtern ab bzw. unterliegt ebenfalls Schwankungen von Interessensgebieten nachfolgender Generationen. Besonders in ländlichen Räumen stärkt das ehrenamtliche Engagement die nachtkulturellen Angebote. Eine Verstetigung dieser essenziellen Arbeit ist hierbei jedoch eine besondere Herausforderung.

---

## **3 Soziale & kulturelle Bedeutung**

---

Als Ort der Begegnung hat das Nachtleben eine große Bedeutung für das soziale Zusammenleben und die gesellschaftliche Teilhabe in Baden-Württemberg. Menschen kommen zusammen, knüpfen Kontakte und stärken Freundschaften. Aufklärung und Angebote zur Gesundheitsprävention tragen zu einem sicheren Miteinander bei. Zugleich bietet die Nachtökonomie Räume zum Ausprobieren, was Nachwuchs und Professionalisierung fördert.

### **Die Nachtökonomie stärkt das demokratische Miteinander, die Entwicklung innovativer Ideen und gesellschaftliche Teilhabe**

Die Nachtökonomie bietet Orte der Begegnung in denen Menschen mit unterschiedlichsten Perspektiven vor Ort aufeinandertreffen und sich austauschen. Abend- und nachtkulturelle Betriebe bieten damit einen Raum, in dem Streitkultur, Kompromissfindung und gegenseitige Rücksichtnahme geübt wird. Darüber hinaus können dabei neue Ideen entstehen, die auch bei der täglichen Arbeit helfen können. In Interviews berichteten Betreibende im Land davon, dass in ihren Räumen Menschen aus unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen zusammenkommen, die im Alltag wenige Berührungspunkte haben. In zunehmenden politisch polarisierenden Zeiten ist daher die Stärkung der Vielfalt in der Nachtökonomie für den gesellschaftlichen Zusammenhalt von größter Bedeutung.<sup>17</sup>

Zudem bietet die Nachtökonomie in Teilen Räume für Menschen, die in der breiten Gesellschaft unterrepräsentiert sind und stärkt damit die Inklusion und gesellschaftliche Teilhabe. Es besteht das Potenzial, diesen Aspekt der Nachtökonomie aktiv weiter zu stärken. Dies erfolgt u. a. indem Proberäume für bestimmte Gruppen wie „FLINTA\*-Personen“<sup>18</sup> bereitgestellt werden, um deren Präsenz in der Musikszene zu stärken. Dadurch wird ein sicheres und einladendes Umfeld für alle Menschen geschaffen, unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder körperlichen Fähigkeiten. Derzeit ist dies noch nicht flächendeckend gegeben.

<sup>17</sup> Manthe (2024)

<sup>18</sup> FLINTA\*-Personen: Frauen, Lesben, Interpersonen, Nicht-binäre Personen, Transpersonen und Agenderpersonen. Das Sternchen steht für Personen, die sich nicht explizit einer dieser hier genannten Gruppen zuordnen möchten, aber dem Spektrum zugehörig fühlen.



**Die Nachtökonomie hat das große Potenzial, genau in der Demokratieförderung Vorreiterin zu sein. Durch freie Gestaltungsräume und Zusammentreffen von Menschen, die sich vielleicht im Alltag nicht begegnen würden, ermöglicht sie ein Zueinanderfinden durch Musik und Kultur.**

*Anna Blaich, Stellvertretende Vorsitzende Bundesstiftung Livekultur*

#### **Aufklärung und Gesundheitsprävention in der Nachtökonomie tragen zur Sicherheit bei**

Der Besuch von abend- und nachtkulturellen Einrichtungen von Kinos bis Kneipen wirkt sich positiv auf die psychische Gesundheit der Besuchenden aus. Denn Treffen mit Freundinnen und Freunden, das Abschalten von Alltagssituationen, kulturelle Impressionen haben einen Erholungseffekt. Um auch die körperliche Gesundheit aller Besuchenden zu fördern, setzen sich Initiativen auf kommunaler Ebene wie „take“ in Stuttgart durch ihre Angebote und Aufklärungsarbeit zu Drogen für ein sicheres Nachtleben ein.<sup>19</sup>

Für Arbeitnehmende in der Nachtökonomie braucht es Arbeitsschutzmaßnahmen. Dabei geht es vor allem darum die Belastungen durch Geräuschemissionen z.B. bei Konzerten oder in Gaststätten und die Arbeitszeiten im Blick zu behalten.



**Themen wie Awareness und Mental Health in der Nachtökonomie werden mittlerweile wesentlich mehr besprochen. Früher hat die Gesellschaft unter dem Begriff Gesundheit eher Sicherheit wie Brandschutz und Security etc. verstanden, ggf. noch sowas wie Frauennachttaxis. Heute ist viel bewusster geworden, dass Gesundheit ein wichtiger Faktor in der Nachtkultur ist.**

*Juliane Blanck, Eventkoordination, take stuttgart*

#### **Die Nachtökonomie bietet Bühnen für den Nachwuchs und trägt zur Berufsorientierung bei**

Nachtkultur bietet einen Rahmen, in dem sich junge Menschen ausprobieren können, ob auf der Bühne oder bei der Organisation von Konzerten, Theaterabenden, Kneipenquiz. Dieses Ausprobieren ist ein wichtiger Faktor für die Nachwuchsförderung und trägt zur Professionalisierung und Berufsorientierung bei jungen Menschen bei. In Interviews berichteten Akteurinnen und Akteure der Nachtkultur, wie sie die Entwicklung von Künstlerinnen und Künstler, beginnend mit ihren ersten Auftritten in kleinen Kulturorten bis hin zu großen Arenabühnen, mitverfolgen konnten. Dies zeigt, wie wichtig kleinere Bühnen für die Karriere von Nachwuchskünstlerinnen und -künstler sind.

<sup>19</sup> take ist aktuell die einzige Einrichtung in Baden-Württemberg, die an der expliziten Schnittstelle von Nachtleben und Drogenprävention arbeitet. take gehört zum Trägerverein Release Stuttgart und konzentriert sich auf die Beratung und Informationsvermittlung in den Bereichen Safe use sowie Rausch und Risiko.

Auch im ländlichen Raum sind Orte, an denen Menschen ihre Freizeit frei gestalten und ihre Talente ausprobieren können, ein wichtiger Bestandteil der Jugend- und Abendkultur. In Interviews sprachen Akteurinnen und Akteure von der Bauwagenkultur in Baden-Württemberg: einer Jugendkultur, die sich in Bauwagen trifft und diese gestaltet.<sup>20</sup> Diese Bauwagen sind Treffpunkt für junge Menschen und häufig ebenfalls Orte, an denen Veranstaltungsorganisation und künstlerische Entfaltung ausgetestet werden.



**Der Vorteil des ländlichen Raums ist der Freiraum für Entfaltung. Livekultur zu proben und auch zu scheitern ist dort möglich und nicht so teuer, wie z. B. in Städten. Die Szenen sind kleiner, die Jugendzentren und die Nachtkultur sind dafür durch einen höheren Kulturfaktor geprägt.**

*Anna Blaich, Stellvertretende Vorsitzende Bundesstiftung Livekultur*

---

## 4 Stadt- & mobilitätspolitische Bedeutung

---

Nachtkultur und -leben prägen Innenstädte und Ausgehviertel in Baden-Württemberg. Sie beeinflussen damit Stadträume und die Identität von Städten und Regionen. Die Erreichbarkeit von nachtkulturellen Einrichtungen zu den entsprechenden Uhrzeiten ist vielerorts eine Herausforderung, der modellhaft mit innovativen Mobilitätskonzepten begegnet wird. Zudem tragen Initiativen und Programme dazu bei, das Sicherheitsempfinden von Gästen zu erhöhen.

### **Nachtökonomie belebt den Stadtraum, allen voran Innenstädte**

Nachdem in den letzten Jahren deutsche Innenstädte durch den Onlinehandel vor Herausforderungen gestellt wurden, werden derzeit mehr Konzepte entwickelt, um Zentren wiederzubeleben. Hier spielt die Nachtökonomie eine wichtige Rolle. Ein zentraler Ansatz ist die Förderung von „Mixed-Use“-Konzepten, bei denen Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und Freizeitaktivitäten kombiniert werden, um die Attraktivität und Lebendigkeit der Innenstädte zu steigern.<sup>21</sup> Dabei gilt es, leerstehende Gebäude über den Tag und während der Nacht zu nutzen. Von der Belebung der Innenstädte profitiert insbesondere auch der Einzelhandel.

Aber auch die Nutzung von öffentlichen Räumen spielt für die Nachtkultur eine große Rolle. Die „Mediterranisierung“ ist hierfür ein wichtiger Faktor: Durch häufig warmes und zunehmend auch trockeneres Wetter verbringen Menschen ihre Zeit – insbesondere in den Abendstunden – vermehrt draußen. Dies beeinflusst auch das Ausgehverhalten.<sup>22</sup> Die Außenbereiche von

<sup>20</sup> AG Kreisjugendreferate beim Landkreistag Baden-Württemberg (2012)

<sup>21</sup> IHK Baden-Württemberg (2024)

<sup>22</sup> Schäfer (2020)

Gastronomie und Veranstaltungsorten sowie der öffentliche Raum insgesamt sind zunehmend stark frequentiert.



**Die Nachtökonomie trägt wesentlich zur Belebung und ökonomischen Aufwertung von Innenstädten bei. Trotz ihrer hohen Relevanz für die städtische Rentabilität und Aufenthaltsqualität wird ihr Potenzial bislang häufig unterschätzt.**

*Lara Nerpel, Bereichsleitung Stadtmarketing, Marketing & Tourismus Konstanz*

### **Gesetzliche Regelungen als Herausforderung für die Nachtökonomie**

Mit einer zunehmenden Nachverdichtung und vermehrten Wohnraumnutzung von städtischen Zentren kommt es in Innenstädten auch zu Lärmkonflikten, da nächtlicher Betrieb und Anwohnende mit unterschiedlichen Interessen aufeinandertreffen. Die Regelungen zum Lärmschutz (TA Lärm) sind streng. Für die Nachtökonomie ist die Einhaltung der Richtwerte insofern eine Herausforderung, als dass sie unter die Regelungen der Gewerbe- und Industrierichtlinien fallen.

Expertinnen und Experten schlägt die Einführung einer Kulturschallverordnung vor, um differenzierter Richtlinien anwenden zu können, so wie es auch bei der Freizeitlärmrichtlinie oder der Regelung für Sportanlagen der Fall ist.<sup>23</sup> So müssten Livemusikspielstätten nicht mehr die wesentlich strengeren Richtwerte einhalten, die auch für Presslufthammer und Tischlersägen gelten.

Neben diesen neuen Nutzungsformen beeinflusst die Verknappung von Raum die Nachtökonomie. Diese steht zwar im Kontrast zu leerstehenden Einkaufsstraßen, lässt sich aber mit einem erhöhten Wohnraumbedarf erklären. Die Bevölkerungsentwicklung in vielen Baden-Württembergischen Regionen ist weiterhin positiv und gerade in Innenstädten ist das Angebot an Wohnraum meist knapper als die Nachfrage. Insbesondere in zentraler Lage findet demnach eine Verdrängung von Kultur- und Freizeitangeboten an den Rand einer Stadt zugunsten von Wohnraum statt. Einer der Gründe dafür ist, dass nach aktueller Rechtslage in Wohngebieten u. a. keine Musikclubs zugelassen sind. Da diese nach der „BauNutzungsverordnung“ (BauNVO) statt als Kulturorten als Vergnügungsstätten eingestuft werden. Damit stehen sie auf einer Stufe mit Spielhallen und Wettbüros.

### **Innovative Mobilitätskonzepte fördern die Attraktivität und Erreichbarkeit der Nachtökonomie**

Nicht nur die abend- und nachtkulturellen Angebote entscheiden, wie Menschen ausgehen, sondern auch ihre Erreichbarkeit durch das örtliche Mobilitätsangebot. Während in Städten die Erreichbarkeit der Nachtkulturorte durch den öffentlichen Nahverkehr (ÖPNV) gut und in Ballungsräumen in der späteren Nacht eher schwierig ist, ist im ländlichen Raum in der Regel ein Fahrzeug zum Ausgehen notwendig. Während die Anreise zu Abendveranstaltungen, wie Theater- oder Konzertbesuchen, häufig kein Problem darstellt, ist der Heimweg eine Herausforderung. Dies gilt vor allem für Orte mit einem schlechter ausgebauten ÖPNV.

Eine zuverlässige Möglichkeit, sicher nach Hause zu kommen, ist ein großes Bedürfnis und vor allem für Frauen ein wichtiger Aspekt des Ausgehens. Es gibt bereits verschiedene Mobilitätsangebote in Baden-Württemberg, die dieser Nachfrage bereits begegnen. Dazu gehören kommunale

<sup>23</sup> Livemusikkommission (2023)

Angebote wie „Frauen-Nacht-Taxis“, die Frauen, Mädchen und Transfrauen nachts zu vergünstigten Tarifen befördern. An Orten mit einem guten ÖPNV-Angebot, können Kombinationstickets die An- und Abreise zu Veranstaltungsorten vereinfachen. In diesem Fall beinhaltet das im Vorverkauf erworbene Ticket für eine Veranstaltung zusätzlich den Fahrschein für die Hin- und Rückfahrt im ÖPNV.

### **Nachtökonomie leistet mit Initiativen und Programmen einen Beitrag zu erhöhtem Sicherheitsempfinden**

Das Thema Sicherheit wurde in Interviews und im ersten Stakeholder-Workshop besonders hervorgehoben. Unabhängig von der Art des Nachtbetriebs berichten Betreibende von einem angestiegenen Bedürfnis nach Sicherheit unter ihren Gästen. Unsicherer fühlen sich Menschen vor allem auf dem Heimweg und an wenig belebten, schlecht beleuchteten Orten. Dies bestätigt eine Umfrage zur Sicherheit im Nachtleben, die die baden-württembergische Initiative „nachtsam“ im Frühjahr 2025 durchführte.<sup>24</sup> Betreibende begegnen dem erhöhte Sicherheitsbedürfnis ihrer Gäste mit verschiedenen Aktionen z. B. mit Awareness-Personen, die zum Schutz oder als Vermittlerinnen und Vermittler in Konfliktsituationen ansprechbar sind.

” **Das Verständnis von Sicherheit hat sich geändert. Politik und Verwaltung wünschen sich mehr Regeln, aber mehr Kontrollen schaffen nicht unbedingt mehr Sicherheit. Es geht vielmehr darum, die Gäste in Prozesse zu involvieren, ihnen Kenntnisse zu vermitteln und gegenseitiges Verständnis zu schaffen, auch bei Polizei, Verwaltung und Clubbetreibenden.**

*Juliane Blanck, Eventkoordination take stuttgart, Release Stuttgart e. V.*

---

## **5 Night Governance – Management des Nachtlebens**

---

### **Facettenreiche Nachtökonomie – vielfältige Stakeholder**

Die Nachtökonomie bewegt sich in einem komplexen Geflecht aus Kultur, Wirtschaft, Stadtentwicklung und sozialen Fragestellungen. Themen der Wirtschaftsförderung, Standort- und Kulturpolitik sowie Sicherheit, Arbeitsschutz und Gesundheitsprävention greifen ineinander. Daher gibt es eine Vielzahl verschiedener Stakeholder, die zu berücksichtigen oder beteiligen sind z. B.: Betreibende, Anwohnende, Sicherheitskräfte, zivilgesellschaftliche Initiativen und verschiedene Bereiche der Verwaltung vom Kulturstadtrat über die Stadtplanung und -entwicklung bis hin zur Wirtschaftsförderung oder Citymanagement.<sup>25</sup> Um die Interessen dieser vielfältigen Gruppen zu

<sup>24</sup> nachtsam & Frauenhorizonte (2025)

<sup>25</sup> Konermann (2022)

kanalisieren, zu koordinieren und auszubalancieren, bedarf es Strukturen der Vermittlung – hier setzt Night Governance an.



© Prognos AG 2025

### Begriffsklärung Night Governance

Der Begriff Night Governance – wie er in dieser Studie genutzt wird – bezieht sich auf das Verständnis von Cultural Governance, wie es u. a. die „Kulturpolitische Gesellschaft“ oder das „Institute for Cultural Governance“ beschreibt: „Demnach erfolgt die kulturpolitische Steuerung nicht nur innerhalb des politischen Systems, sondern im Zusammenspiel der Akteure aus Staat, Markt und Zivilgesellschaft. Im Idealfall werden kollektive, horizontale Entscheidungsprozesse unter der Beteiligung aller betroffenen Bevölkerungsgruppen initiiert (...)“<sup>26</sup>

In diesem Sinne begreift sich Night Governance als vernetzende, moderierende und vermittelnde Instanz, die zwischen den unterschiedlichen Stakeholdern interagiert. Sie arbeitet partizipativ, interdisziplinär und lösungsorientiert – oft in einem Spannungsfeld aus Kulturförderung, Wirtschaftsförderung, Ordnungsrecht und Stadtentwicklung. Sie folgt dem Mindset der Interessenbalance.

### Formen von Night Governance

Es gibt verschiedene Formen von Night Governance. In Baden-Württemberg haben vier Städte Night-Governance-Stellen innerhalb der kommunalen Verwaltung eingerichtet (vgl. Kasten). In Berlin und Hamburg übernehmen zivilgesellschaftliche Verbände wie die „Clubcommission Berlin e.V.“ und das „Clubkombinat Hamburg e.V.“ zentrale Aufgaben von Night Governance – auch wenn der Fokus hier stärker auf den Interessen der Clubbetreibenden liegt. Darüber hinaus existieren auch niedrigschwellige Modelle zur Steuerung des Nachtlebens. In Heilbronn etwa wurde ein ehrenamtliches Gremium etabliert, und auch in Zürich existierte ein interdisziplinärer Nachtrat auf ehrenamtlicher Basis. Beide Initiativen wurden jedoch eingestellt, weil der Umfang der Aufgaben die Möglichkeiten ehrenamtlichen Engagements überstieg. Eine weitere Form von Night

<sup>26</sup> Institute for Cultural Governance (o.J.)

Governance ist die Einrichtung interdisziplinärer Arbeitsgruppen, die städtische Akteurinnen und Akteure, Verwaltung und Praxisakteurinnen und -akteure vernetzen.

### **Initiierung und Impulse für Night Governance-Stellen**

Die Einführung von bestehenden Night-Governance-Stellen erfolgte in vielen Städten als Reaktion auf zunehmende Nutzungskonflikte im urbanen Raum. Häufig sind es Spannungen zwischen Anwohnenden, Clubbetreibenden, Gästen und Behörden – etwa durch nächtlichen Lärm, Müll, fehlende Infrastruktur oder Sicherheitsbedenken – die dazu führten eine Stelle zur Koordinierung einzurichten. In einigen Städten ist es die Verwaltung, die Night Governance als strukturierende Antwort auf eine wachsende Anzahl von Einzelanfragen, Beschwerden oder Kooperationswünschen versteht – insbesondere wenn es darum geht, zwischen Ämtern, Betreibenden und Öffentlichkeit zu vermitteln und interne Zuständigkeiten zu bündeln. In anderen Fällen fordern Akteurinnen und Akteure, wie Clubbetreibende, Kollektive oder Kulturverbände, eine zentrale Ansprechperson, um der vielfach erlebten Verantwortungsdiffusion innerhalb der Verwaltung entgegenzuwirken. Hier steht der Wunsch im Vordergrund, Entscheidungswege transparenter zu gestalten, Anliegen gezielter platzieren zu können und gemeinsam an lösungsorientierten Strukturen für das Nachtleben zu arbeiten. In Baden-Württemberg formierten sich verschiedene Interessenvertretungen – etwa „Clubkultur Baden-Württemberg e.V.“ oder „EventKultur Rhein-Neckar e.V.“. Diese Allianzen verstärken die politische Sichtbarkeit der Akteurinnen und Akteure und schaffen die Grundlage für kooperative Governance-Modelle.

### **Gesamtstrategische Einbettung von Nachtökonomie**

Wirtschaftsförderungen spielen häufig noch eine untergeordnete Rolle als Stakeholder der Nachtökonomie, obwohl sie Nachtökonomie als wichtigen Standortfaktor sehen.<sup>27</sup> An dieser Stelle sind Erkenntnisse aus den Förderstrukturen für der Kultur- und Kreativwirtschaft interessant: An vielen Orten sind Zuständigkeiten zwischen den Kulturämtern und den Wirtschaftsförderungen aufgeteilt. Dabei fallen häufig Akteurinnen und Akteure durchs Raster, da die Zuständigkeiten ungeklärt bzw. nicht vorhanden sind. Einige Städte haben begonnen institutionell eine gemeinsame Zuständigkeit für die Kultur- und Kreativwirtschaft aufzubauen. Das hat zahlreiche Vorteile wie bessere Ansprechpartnerinnen und -partner für die Branche, eine höhere Sichtbarkeit des Themas und die Anerkennung der Leistungen der Branche für Kultur und Wirtschaft.



### **Bestehende Night Governance-Stellen in BW**

2018 ernannte Mannheim als erste Stadt einen „Nachtbürgermeister“ – damit war Baden-Württemberg bundesweit Vorreiter. Inzwischen bestehen Night Governance-Stellen auch in Stuttgart, Freiburg und Heidelberg. Mit insgesamt vier Städten liegt Baden-Württemberg damit bundesweit an zweiter Stelle direkt hinter Nordrhein-Westfalen.

<sup>27</sup> Konermann (2022)

Als Landeshauptstadt hat Stuttgart eine zentrale Rolle in der Förderung der Nachtkultur übernommen. Insgesamt drei Stellen – angedockt an das „Pop-Büro Region Stuttgart“, das „Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Stuttgart“ und das „Clubkollektiv Stuttgart e.V.“ – koordinieren hier das Nachtleben seit 2021.<sup>28</sup> In Mannheim war die Stelle des „night mayors“ 2018 zunächst direkt beim Bürgermeister angesiedelt, wurde dann an die stadt eigene „GmbH NEXT Mannheim (Start-up-Ökosystem und Kulturelle Stadtentwicklung)“ angebunden und wird in Zukunft Teil des neuen Clusters „creative economy office“ in der Wirtschaftsförderung sein. In Heidelberg sind 2021 zwei Stellen bei der „Stadtmarketing GmbH“ geschaffen worden. In Freiburg ist die Stelle beim Kulturamt der Stadt Freiburg angesiedelt. Dort arbeitet die „Stabsstelle für Nachtkultur eng“ mit dem „Popbeauftragten (Pop-Büro Südlicher Oberrhein)“ zusammen.

Die Night Governance-Stellen in Baden-Württemberg haben schon zahlreiche erfolgreiche Maßnahmen umgesetzt, um die Nachtökonomie gezielt zu stärken, Nutzungskonflikte zu entschärfen und neue Impulse für das urbane Nachtleben zu setzen. Dazu gehören regelmäßige runde Tische und Lärmschutzinitiativen, wie mobile Awareness-Teams auf öffentlichen Plätzen. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist die Vernetzung. In den meisten Städten sind die Night Governance-Stellen in das „NACHT KONSIL“, eine bundesweite Interessengemeinschaft, die Austausch und gegenseitige Beratungen zwischen den Mitgliedern ermöglicht, eingebunden. Darüber hinaus gibt es weitere überregionale Vernetzungen, wie etwa Kooperationen Freiburgs mit Basel und dem Elsass oder den Austausch zwischen den kommunalen „Pop-Büros“ innerhalb des Bundeslandes und darüber hinaus.

---

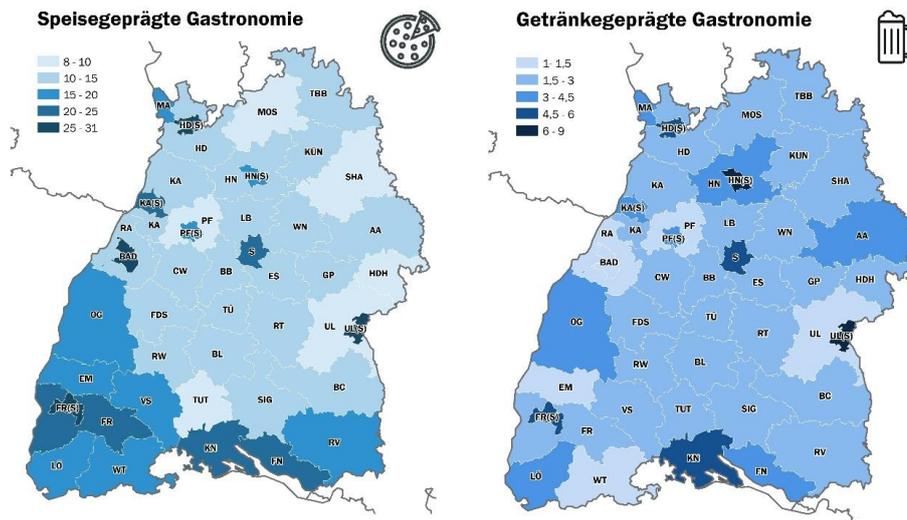
## 6 NightLÄND in den Regionen

---

Abend- und Nachtleben findet nicht nur in den größten Städten Baden-Württembergs statt, wenn auch in unterschiedlicher Intensität und Ausprägung. Die beiden Karten zeigen, dass es in Baden-Württemberg flächendeckend Beschäftigte in der speise- und getränkegeprägten Gastronomie gibt. Gleichzeitig zeigen sie auch räumliche Schwerpunkte der Wirtschaftszweige, z.B. ist die speisegeprägte Gastronomie in touristisch geprägten Regionen wie dem Landkreis Konstanz und dem Bodenseekreis stark und die getränkegeprägte Gastronomie in bekannten Studierendenstädten wie Konstanz, Freiburg, Ulm und Heidelberg.

<sup>28</sup> Die Geschäftsstelle beim Clubkollektiv Stuttgart e.V. wurde 2022 eingerichtet; die anderen beiden Stellen agieren als Koordinierungsstelle Nachtleben seit 2021.

**Beschäftigte pro 1.000 Einwohner  
in Wirtschaftszweigen mit Bezügen zur Nachtökonomie**  
Kreisebene in Baden-Württemberg, 2024



© Prognos AG 2025; Datenquelle: Bundesagentur für Arbeit 2025. Stichtag 30.6., Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Geodatengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2018; Stadtkreise mit identischem Kennzeichen wie umliegende Landkreise werden mit einem (S) gekennzeichnet.



**Man kann nicht nur in den urbanen Zentren wie Stuttgart und Mannheim etwas erleben, sondern auch in Ulm, Heidelberg, Aalen oder Schwäbisch Gmünd.**

*Siegfried Dittler, Geschäftsführer, Landes Arbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und Soziokulturellen Zentren in Baden-Württemberg e. V. (LAKS)*

**Der Blick in fünf Modellregionen zeigt die ökonomische Bedeutung und die Vielfalt der Nachtökonomie in unterschiedlichen Räumen in Baden-Württemberg**

Um sich räumlichen Unterschieden der Nachtkultur zu nähern, wurden die Modellregionen Aalen, Freiburg, Heilbronn, Konstanz und Mannheim im Rahmen der Studie analysiert. Stuttgart wurde im Rahmen dieser Studie nicht vertiefend analysiert, da dort bereits eine eigene Nachtökonomische Studie erstellt wurde.

In allen Modellregionen sind die Innenstädte ein wichtiger Standort des Nachtlebens (vgl. auch Nachtökonomische Studie Stuttgart<sup>29</sup>). Viele Innenstädte – besonders auch in ländlichen Räumen – stehen schon seit einiger Zeit im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel vor großen

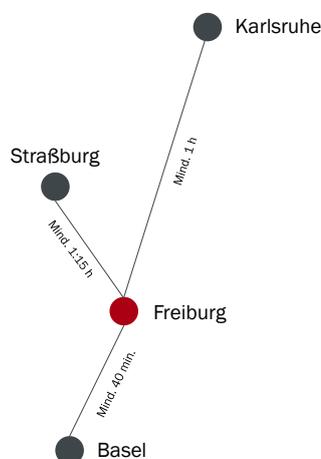
<sup>29</sup> Pill et al. (2024)

Herausforderungen. Hierbei ist es wichtig, dem Abend- und Nachtleben eine wichtige Funktion für lebendige und attraktive Innenstädte einzuräumen.

Nachtökonomie wird häufig vor allem mit größeren Städten in Verbindung gebracht. Dort treffen die Angebote des Nachtlebens auf eine größere Nachfrage. Das Nachtleben in Stuttgart hat z. B. eine hohe regionale und überregionale Anziehungskraft.<sup>30</sup> Gleichzeitig bedeutet dies aber nicht, dass es im Umland dieser größeren Städte keine Angebote gibt, auch wenn das Nachtleben im direkten Umland von Großstädten von diesen beeinflusst wird (Bsp. Heilbronn). Darüber hinaus gibt es Unterschiede in der Intensität und Vielfalt der nachtökonomischen Angebote zwischen größeren zentraleren Städten und Kleinstädten oder Dörfern, vor allem in ländlichen Räumen. Das Beispiel Aalen zeigt, dass es auch in ländlichen Räumen Städte mit einer guten Gastroszene und Kneipenkultur für die Abendgestaltung gibt. Im Umland von Aalen und eher im dörflichen Kontext ist die Dorfgaststätte oder -kneipe am Abend der einzige Anlaufpunkt direkt vor Ort. Außerdem spielen in Dörfern oder Kleinstädten Angebote, die selbst organisiert und auf ehrenamtlicher Basis betrieben werden, eine große Rolle.

Die folgenden Steckbriefe der Modellregionen zeigen, dass das Nachtleben in den betrachteten Regionen einen unterschiedlichen Charakter hat und dies auch die Qualität der lokalen Nachtökonomie ausmacht.

#### FREIBURG



© Prognos, 2025

#### Was prägt die Nachtökonomie in Freiburg?

In Südbaden ist Freiburg (rd. 236.000 Einwohnende) die einzige größere Stadt im Umkreis mit einer lebendigen Nachtkultur. Zudem ist Freiburg deutschlandweit als Studierendenstadt bekannt. Es ist daher nicht verwunderlich, dass die vielen Studierende die lebendige Ausgehkultur maßgeblich mitprägen. Studierende frequentieren aufgrund begrenzter Finanzen vorrangig preisgünstigere studentische Bars und speziell auf ihre Zielgruppe ausgerichtete Veranstaltungen, die ein kosteneffizientes Ausgehverhalten ermöglichen. Hinzukommen zahlreichen Sportfans etwa des Fußballvereins SC Freiburg die vor allem an den Wochenenden die Kneipen und Bars in der Innenstadt besuchen.

Als Stadt mit den meisten Sonnenstunden Deutschlands und einem warmen Klima ist der Trend der „Mediterranisierung“ in Freiburg längst angekommen. Das Nachtleben blüht in den Abend- und Nachtstunden in den Bars und Restaurants, aber auch an den Freiburger „Bächle“

besonders auf. Zum anderen profitiert Freiburg von seiner Lage im Dreiländereck zwischen Frankreich und der Schweiz. Diese internationale Nähe spiegelt sich auch im Nachtleben wider und sorgt für eine vielfältige kulturelle Szene.

<sup>30</sup> Pill et al. (2024)

**An welchen Orten in Freiburg findet Nachtökonomie statt?**

Die Innenstadt ist der Hotspot des Nachtlebens mit ihren zahlreichen Restaurants, Kneipen, Bars und Clubs. Das bekannteste Partyviertel ist das sogenannte „Bermudadreieck“. Hier sammeln sich nachts größere Pulk vor den Bars und Clubs ab 21 Uhr bis 3 Uhr morgens. Das „E-Werk“ dient als kultureller Hotspot mit rund 400 jährlichen Veranstaltungen in den Bereichen Tanz, Theater, Musik und Bildender Kunst. Neben der Innenstadt ist der „Stühlinger“ als weiterer Stadtteil für seine Kneipenszene bekannt und zieht viele Studierende an. Wer große Techno-Raves erleben will, findet sie im „Hans Bunte Areal“ – der größten Kultur- und Eventlocation zwischen Basel und Stuttgart.

**Woher kommen die Gäste der Freiburger Nachtökonomie?**

Das Kernpublikum des Freiburger Nachtlebens sind Freiburginnen und Freiburger. An Wochenenden ergänzen Besuchende aus dem regionalen Umland das Publikum, die gezielt für das Abend- und Nachtleben anreisen. Gelegentlich genießen auch Tagestouristinnen und -touristen aus den nahen Grenzregionen Frankreichs und der Schweiz das Freiburger Abend- und Nachtleben.

**Wie sieht eine typische Nacht in Freiburg aus?**

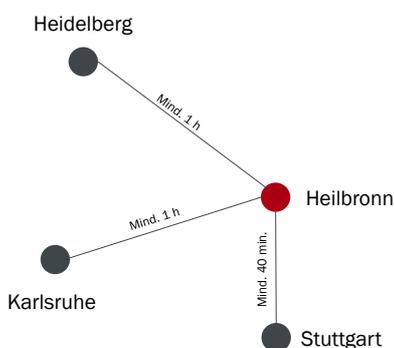
An Wochenenden sind die Kneipen zwischen 20 und 22 Uhr nahezu vollständig ausgelastet. Ab 23 Uhr verlagert sich das Geschehen in die Clubs, deren Auslastung stark vom jeweiligen Programmangebot abhängt. Unter der Woche konzentriert sich das Nachtleben auf bestimmte Lokalitäten mit Spezialangeboten.

**Welche Rolle spielt Night Governance in Freiburg?**

Freiburg hat seit 2022 eine Stelle für eine Nachtkulturbeauftragte, die beim Kulturred der Stadt angedockt ist. Außerdem gibt es bei der Stadt Freiburg auch einen Popbeauftragten. Die Nachtkulturbeauftragte kümmert sich um verschiedene Belange der Nachtkultur. Dazu zählen verwaltungsübergreifende Austausche wie der Pop & Nacht Jour Fixe, Runde Tische, Netzwerktreffen und Workshops.

**Welche Herausforderungen hat die Nachtökonomie in Freiburg?**

In Freiburg ist besonders das Thema Wohnraum eine große Herausforderung. Die extreme Wohnraumknappheit und überdurchschnittlich hohen Mietpreise wirken sich direkt auf das Nachtleben aus: Sie begrenzen finanzielle Spielräume potenzieller Gäste, erschweren die Ansiedlung neuer Kulturschaffender und treiben die Betriebskosten für Veranstaltungsorte in die Höhe.

**HEILBRONN**

© Prognos, 2025

**Was prägt die Nachtökonomie in Heilbronn?**

Heilbronn ist mit rund 132.000 Einwohnenden die sechstgrößte Stadt in Baden-Württemberg. In der Heilbronner Nachtökonomie trifft Tradition auf Transformation. Einerseits gibt es Traditionseinrichtungen wie z. B. die „Gartenlaube“, die seit Jahrzehnten mit einem umfangreichen Programm überzeugt, das Hits aus den 70er- und 80er-Jahren sowie aktuelle Hits und Schlager umfasst und damit ein breites Publikum von jung bis alt anspricht. Andererseits gibt es Kulturorte wie das „Theaterschiff“, das experimentelle und innovative Formate, wie „Discaland“ gemeinsam mit Partnerinnen und Partnern aus der Club- und Hochkultur organisiert. Bei dem modernen Format können Besuchende eine

Mischung aus Rave, Techno, klassischer Musik und Theater erleben. Auch die Umsetzung neuer Formate wie „Mama geht tanzen“ zeigen das Potenzial und Innovationsbereitschaft der Heilbronner Clubszene.

**An welchen Orten findet Nachtökonomie in Heilbronn statt?**

Heilbronn hat eine überschaubare Anzahl an Clubs und Diskotheken. Sie verteilen sich über das gesamte Stadtgebiet. Zu den bekanntesten gehören die Clubs „Gartenlaube“, „Creme 21“, „M-Park“, „Mobilat“ und „Bukowski“. Sie sind in der Innenstadt und im Industriegebiet verortet. Die „Neckarmeile“ ist eine der größten Gastromeilen direkt am Fluss in Süddeutschland. Hier befinden sich zahlreiche Bars und Restaurants, die regelmäßig gut besucht sind. Zusätzlich finden entlang dieser Meile verschiedene Feste wie das „Lichterfest“ statt. Weitere bekannte Feste in Heilbronn sind das „Heilbronner Weinfest“ in der Innenstadt und das „Seefest“ auf der „Viehweide“.

**Woher kommen die Gäste der Heilbronner Nachtökonomie?**

Das Hauptpublikum des Nachtlebens in Heilbronn kommt aus der Stadt selbst und dem umliegenden Landkreis. Die geografische Nähe zu Stuttgart und Karlsruhe stellte eine Herausforderung für die Nachtökonomie in Heilbronn dar. Dadurch ist es schwieriger, ein überregionales Publikum anzuziehen und sich gegen eine starke Konkurrenz zu behaupten. Vereinzelt Locations wie das „Theaterschiff“ oder „Theater Heilbronn“ locken auch Besuchende aus ganz Deutschland an, insbesondere wenn renommierte Künstlerinnen und Künstler auftreten oder internationale Kompanien zu Gast sind.

**Wie sieht eine typische Nacht in Heilbronn aus?**

Das Nachtleben in Heilbronn konzentriert sich vor allem auf das Wochenende. Die meisten Clubs haben freitags und samstags von ca. 23 Uhr bis 5 Uhr geöffnet. Unter der Woche ist das Heilbronner Nachtleben deutlich ruhiger. In den Kneipen und Bars ist bis etwa Mitternacht Betrieb, danach kehren die meisten Menschen gegen 23 Uhr nach Hause zurück. Wer feiern möchte, findet wochentags kaum Optionen.

### Welche Rolle spielt Night Governance in Heilbronn?

In Heilbronn war zwischen 2020 bis 2024 ein ehrenamtliches Night Governance-Team aktiv. Dieses Team reaktivierte bspw. einen Nachtbus, führte ökonomische Umfragen durch und erstellte eine Evaluation mit Handlungsempfehlungen. Die Stelle wurde bisher nicht mit Budget hinterlegt und konnte nicht verstetigt werden.

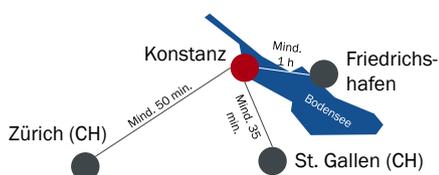
### Welche Herausforderungen hat die Nachtökonomie in Heilbronn?

Neben den allgemeinen Herausforderungen der Nachtökonomie ist die Institutionalisierung von Night Governance ein Thema. Darüber hinaus fehlt es einigen Betreibenden an Anerkennung der Nachtökonomie durch die Verwaltung: Vor allem bei Genehmigungsverfahren und bei der Anerkennung ihres Beitrags für die Attraktivität Heilbronn gibt es den Wunsch nach mehr Rückhalt.

### Welche Rolle spielt die Nachtökonomie für die Ansiedlung von Fachkräften für den neuen Wissenshub Heilbronn?

Heilbronn hat das Ziel sich zu einem bedeutenden Bildungs-, Forschungs- und Innovationsstandort mit dem Fokus auf Künstliche Intelligenz zu entwickeln. Aktuell wird der Innovationspark für Künstliche Intelligenz (IPAI) errichtet. In den letzten Jahren wurde bereits der Bildungscampus aufgebaut wo u. a. die Duale Hochschule Baden-Württemberg und ein Ableger der TU München angesiedelt sind. Um ambitionierte Unternehmen, Start-ups und Talente anzuziehen, ist die Attraktivität von Städten und Regionen und damit eine hohe Lebensqualität wichtig, wozu ein gutes nachtökonomisches Angebot der Schlüssel ist. Darin liegt ein Potenzial für Heilbronn, denn Fachkräfte wünschen sich ein lebendiges Abend- und Nachtkulturangebot, um sich nach der Arbeit und am Wochenende zu erholen.

## KONSTANZ



© Prognos, 2025

### Was prägt die Nachtökonomie in Konstanz?

Konstanz (rund 86.000 Einwohnende) ist geprägt durch seine Lage am Bodensee sowie die direkte Grenze zur Schweiz. Die Stadt ist bekannt als Studierendenstadt und ist wie die gesamte Bodenseeregion attraktiv für Touristinnen und Touristen. Das Nachtleben in Konstanz wird durch den Bodensee geprägt. Wie in vielen anderen Städten am See ist Sommer die Hauptsaison zum Ausgehen und Feiern. Zahlreiche Festivals und Feste wie das „Campus Festival“ oder das „Open See Festival“ finden vor allem in den Sommermonaten statt und richten sich insbesondere an ein jüngeres Publikum. Ein durchmisches Publikum werden durch das „Seenachtfest“ oder Angebote von Clubs wie dem „Kulturladen“ angesprochen, der u.a. auch Familienkonzerte anbietet. Ein weiteres Highlight ist der grenzüberschreitende „24H-Flohmarkt“, der in Zusammenarbeit mit den angrenzenden Kommunen der Schweiz organisiert wird. Neben Flanieren und Feilschen, können Besuchende kulinarische Köstlichkeiten und Live-Musik bis spät in die Nacht erleben.

**Was an welchen Orten findet Nachtökonomie in Konstanz statt?**

Konstanz bietet trotz seiner überschaubaren Größe eine große Vielfalt an Ausgehmöglichkeiten. Um die Restaurants- und Kneipenszene von Konstanz zu erleben, sollte man sich in die Innenstadt begeben. Die Clublandschaft befindet sich dagegen überwiegend außerhalb der Kernstadt im Gewerbe- oder Industriegebiet, ist eher klein und wird im Sommer weniger frequentiert, da die meisten Gäste ihre Abende lieber im Freien verbringen. Open-Air-Angebote gibt es im Sommer viele von Pop-Musik-Festivals bis zu klassischer Musik und Theaterperformances, die entweder in der Innenstadt oder in unmittelbarer Nähe zum See stattfinden.

**Woher kommen die Gäste der Konstanzer Nachtökonomie?**

Betreibenden der nachtökonomischen Betrieben zufolge, besteht das Stammpublikum hauptsächlich aus der lokalen Bevölkerung und Menschen aus der Umgebung. Touristinnen und Touristen bleiben vor allem in der Innenstadt, wo die Dichte an Bars und Restaurants höher ist. Die oben genannten Festivals ziehen in den Sommermonaten Besuchende aus ganz Baden-Württemberg und darüber hinaus nach Konstanz. Laut Schätzungen des Stadtmarketings kommen über 80 Prozent aller Touristinnen und Touristen aus Deutschland, während die restlichen aus der Schweiz, Österreich, BENELUX und Frankreich kommen.

**Wie sieht eine typische Nacht in Konstanz aus?**

Die meisten Restaurants und Bars öffnen ihre Türen ab ca. 18 Uhr, während die Clubs gegen 23 Uhr öffnen. Unter der Woche schließen die Kneipen und Bars in der Regel um 1 Uhr. Einige der größeren Clubs im Industriegebiet haben bis 5 Uhr geöffnet, jedoch nur an Wochenenden oder an Feiertagen. Die streng ausgelegte Sperrstunde hat einen großen Einfluss darauf, wo und wie lange Gäste der Nachtökonomie feiern können. Unter der Woche schließen die Kneipen und Bars in der Regel um 1 Uhr. Einige der größeren Clubs im Industriegebiet haben bis 5 Uhr geöffnet, jedoch nur an Wochenenden oder an Feiertagen.

**Welche Rolle spielt Night Governance in Konstanz?**

In Konstanz übernimmt das Stadtmarketing verschiedene koordinierende Aufgaben. Eine Veranstaltungsmanagerin, die beim Stadtmarketing tätig ist, kümmert sich um das Management von Großveranstaltungen, u.a. die Terminfindung und Sicherheitsbesprechungen. Darüber hinaus verfolgt das Stadtmarketing das Ziel bei seinen Veranstaltungen mehr lokale Bands und DJs auftreten zu lassen und Brücken zwischen verschiedenen kulturellen Institutionen zu schlagen. Das Stadtmarketing hat außerdem eine eigene Broschüre für das Nachtleben gedruckt und online veröffentlicht, in der alle wichtigen Einrichtungen aufgeführt sind.

Die klassischen Akteurinnen und Akteure der Nachtökonomie wie Clubs und Bars organisieren die Vernetzung untereinander selbst. Einige Betreibende berichten, dass die Kommunikation gut funktioniert und sie sich gegenseitig unterstützen. Zudem arbeiten sie mit dem Stadtmarketing zusammen, das sie im Bereich Marketing und Social Media unterstützt.

**Welche Herausforderungen hat die Nachtökonomie in Konstanz?**

Neben den allgemeinen Herausforderungen wie verändertes Ausgehverhalten und reduzierte Konsumbereitschaft haben Betreibende und Veranstaltende mit strikten Sperrzeiten zu kämpfen, die ihr wirtschaftliches Potenzial schmälern. Am Wochenende müssen Locations und

Veranstaltungen um 3 Uhr nachts schließen, unter der Woche bereits um 1 Uhr. Open-Air-Veranstaltungen und Freisitze von Bars und Restaurants müssen um 23 Uhr schließen.

## MANNHEIM



© Prognos, 2025

### Was prägt die Nachtökonomie in Mannheim?

Mannheim liegt in der Metropolregion Rhein-Neckar im Norden Baden-Württembergs. Mit rund 316.000 Einwohnenden ist sie die zweitgrößte Stadt. Mannheim verfügt über eine vielfältige Kreativ- und Musikszene und Trägerin des Labels UNESCO "City of Music". In den 90er Jahren machte der Club „MILKI“ die Stadt global bekannt, vor allem für Drum'n'Bass. Mit der Popakademie verfügt Mannheim über eine der wichtigsten Hochschulen für Musik des Bundeslandes. Heute steht die Stadt für bekannte Musikfestivals wie das „Time Warp“ für

elektronische Musik und „Enjoy Jazz“ für Jazz-Fans. Darüber hinaus ist Mannheim bekannt für ihre lebendige Kneipenkultur und Restaurants. Die traditionelle Eckkneipe hat hier einen besonderen Stellenwert und wird von den Mannheimerinnen und Mannheimern traditionell im Sinne eines „dritten Ortes“ genutzt. Zudem ist hier das breite Speiseangebot von Sterne-Restaurants bis hin zur Szenegastronomie zu finden.

### An welchen Orten findet Nachtökonomie in Mannheim statt?

Wenn man gerne in Bars unterwegs ist, ist das ehemalige Hafenviertel „Jungbusch“ eine gute Adresse. Er hat sich im Laufe der Zeit zu einem beliebten Ausgehviertel entwickelt. Der Stadtteil hat sich von einem Rotlichtviertel mit hoher Kriminalität zu einem lebendigen Nachtkulturort entwickelt. Bedeutende Institutionen wie die Popakademie Baden-Württemberg, der „Musikpark Mannheim“ und das Kreativwirtschaftszentrum „C-HUB“ sind im Jungbusch angesiedelt. Der Jungbusch bietet auch Raum für nichtkommerzielle Abendgestaltung. Das Café und zugleich Bar „KIOSK“ bietet bspw. regelmäßig draußen Kultur- und Musikveranstaltungen an, die auch vor der Bar genossen werden können. Sie betreiben damit aktiv „Place Making“ am Mannheimer „Neumarkt“ und beleben den Ort mit Kultur. Wer lieber in Clubs feiert, findet diese in der Innenstadt. Hier gibt es eine Auswahl an Clubs, in denen man bis in die frühen Morgenstunden tanzen kann.

### Woher kommen die Gäste der Mannheimer Nachtökonomie?

Die Nachtökonomie in Mannheim zieht nicht nur lokale Besuchende an, sondern auch Gäste aus den umliegenden Regionen. Insbesondere an den Wochenenden kommen Menschen aus Städten wie Heidelberg, Worms und Speyer nach Mannheim, um das vielfältige Angebot der Nachtökonomie zu genießen. Unter der Woche hingegen konzentriert sich das Publikum hauptsächlich auf Mannheimerinnen und Mannheimer und Gäste aus der Nachbarstadt Ludwigshafen. Die Nähe und die gute Verkehrsanbindung ermöglichen es den Ludwigshafenerinnen und Ludwigshafenern auch an Wochentagen die Angebote der Nachtökonomie in Anspruch zu nehmen.

### Wie sieht eine typische Nacht in Mannheim aus?

In Mannheim gibt es, wie in vielen anderen Städten auch, einen deutlichen Unterschied zwischen dem Wochenende und den Wochentagen in Bezug auf die Nachtökonomie. Unter der Woche besteht das Publikum in den Bars und Clubs hauptsächlich aus Studierenden. Am Wochenende ist die Besuchendenstruktur vielfältiger. In den warmen Sommermonaten trifft man sich darüber

hinaus gerne in den Außenbereichen von Bars und Restaurants oder an den Ufern von Rhein und Neckar.

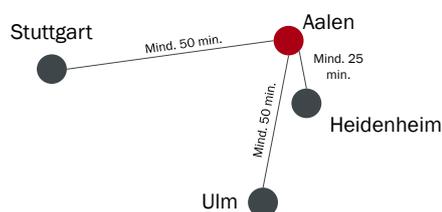
### Welche Rolle spielt Night Governance in Mannheim?

In Mannheim hat sich die Night Governance durch einen stark vernetzenden Ansatz erfolgreich etabliert. Der Nachtbürgermeister fungiert als zentrale Vermittlungsinstanz und bringt regelmäßig Verwaltung, Clubs, Bars, Anwohnende und Polizei an einen Tisch. Zu den wichtigsten Erfolgen zählen die Einführung eines praxisnahen Verfahrens zur Sperrzeitverkürzung, die Stärkung der Außengastronomie durch „Parklets“ – Stadtmöbel auf ehemaligen Parkbuchten – sowie der Aufbau kontinuierlicher Austauschformate. Die Stadt setzt zudem mit der zweijährlichen „Nachtökonomie-Konferenz“ (NÖK) bundesweite Impulse. Die Praxisnähe und Wirksamkeit der Stelle werden auch von der lokalen Szene ausdrücklich anerkannt.

### Welche Herausforderungen hat die Nachtökonomie in Mannheim?

Die Nachtökonomie in Mannheim steht vor ähnlichen Herausforderungen wie in anderen Städten. Auch hier schränken rechtliche Regelungen wie die Stellplatzverordnung oder Lärmkonflikte die wirtschaftliche Aktivität der Betreibenden ein. Mit der etablierten Night Governance Struktur könnten solche Herausforderungen frühzeitig thematisiert und zwischen Interessenkonflikten vermittelt werden.

### AALEN



© Prognos, 2025

### Was prägt die Nachtökonomie in Aalen?

Mit 70.000 Einwohnenden ist Aalen das regionale Zentrum des Ostalbkreises. Die Nachtökonomie Aalens ist durch eine vielfältige Kneipenkultur und gastronomische Angebote geprägt. Im nachtkulturellen Bereich ist die freie Szene mit vielen Kunst- und Kulturvereinen, die regelmäßig Ausstellungen organisieren hervorzuheben. Obwohl viele Kunsteinrichtungen städtische Unterstützung erhalten, wird die Kulturarbeit vor allem durch ehrenamtliches Engagement getragen, die mit Herzblut für die regionale Kultur und Musikszene arbeiten. Das (nacht)kulturelle Angebote wie das Theater der Stadt Aalen, oder das Jazz Festival schaffen durch ihre Veranstaltungen Angebote für Jung und Alt. Das „Aalener Jazzfest“ ist ein absolutes Highlight der Aalener Nachtkultur. Tausende Menschen aus ganz Deutschland besuchen dieses Festival wegen der international renommierten Musikerinnen und Musiker, die dort auftreten.

Das (nacht)kulturelle Angebote wie das Theater der Stadt Aalen, oder das Jazz Festival schaffen durch ihre Veranstaltungen Angebote für Jung und Alt. Das „Aalener Jazzfest“ ist ein absolutes Highlight der Aalener Nachtkultur. Tausende Menschen aus ganz Deutschland besuchen dieses Festival wegen der international renommierten Musikerinnen und Musiker, die dort auftreten.

### Was an welchen Orten findet Nachtökonomie in Aalen statt?

Die Nachtökonomie in Aalen konzentriert sich hauptsächlich auf die historische Innenstadt innerhalb der ehemaligen Stadtmauern. Größere Veranstaltungsorte befinden sich außerhalb der Altstadt. Aktuell gibt es drei große Diskotheken mit Kapazitäten über 300 Personen, die trotz ihrer Randlage innerhalb von 10-15 Minuten fußläufig von der Altstadt erreichbar sind. Darüber hinaus bilden die Fußgängerzone und der belebte Markt weitere Anziehungspunkte. In den Sommermonaten gibt es im Pop-Up-Store „THE ROOM“ in der Innenstadt regelmäßig Live-Musik-Veranstaltungen. Die Konzerte umfassen Konzerte von Jazz mit Hip-Hop-Elementen über Pop und Rock bis

zu Elektro. In Kooperationen mit Musikschulen und Gymnasien wird die Teilnahme junger Menschen am Nachtleben gefördert z.B. durch Sonderaktionen oder reduzierte Eintrittspreise. Für ein jüngeres Publikum bieten darüber hinaus das „Kollektiv K“ und die „Tonfabrik“ passende Angebote.

#### **Woher kommen die Gäste der Aalener Nachtökonomie?**

Aalen zieht Besuchende aus dem gesamten Ostalbkreis an. Während die Aalenerinnen und Aalener meist zu Fuß oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs sind, reisen Gäste aus dem ländlichen Teil des Ostalbkreises, Oberkochen oder Heidenheim oft mit dem Auto an. Während Gäste des alltäglichen Nachtlebens aus Aalen selbst oder aus dem Umkreis von 15 bis 20 Kilometer stammen, ziehen größere Veranstaltungen wie das Aalener Jazzfest auch ein überregionales Publikum an. 50 bis 60 Prozent der Besuchende des Jazzfests kommen aus dem direkten Einzugsgebiet des Ostalbkreises, während etwa 40 Prozent aus der Region Rems-Murr, Stuttgart, Würzburg und Nürnberg anreisen. Top-Acts locken vereinzelt sogar Gäste aus Hamburg und München an. Eine weitere Besuchergruppe stellen Sporttouristinnen und -touristen dar. Bei Heimspielen des Fußballclubs 1. FC Heidenheim, wählen Fans der Gastmannschaften häufig Aalen als Übernachtungsort.

#### **Wie sieht eine typische Nacht in Aalen aus?**

Die meisten Gastronomiebetriebe in Aalen haben täglich von 11 bis 23 Uhr geöffnet. Eine Ausnahme ist die „Bar NOIR“, die nur freitags und samstags von 19 bis 2 Uhr morgens Gäste empfängt. Viele Gäste gehen häufig zuerst in einem der Restaurants essen und lassen den Abend danach in einer Kneipe ausklingen. Ein Besuch in einem Club muss gezielter geplant werden, da die drei verbleibenden Clubs ihre Öffnungszeiten in den letzten Jahren stark eingeschränkt haben.

Meist öffnen sie nur noch an einem festen Tag in der Woche und schließen in den Sommermonaten über mehrere Wochen. Gründe dafür sind u.a. das veränderte Ausgehverhalten und steigende Kosten. Ein Vorbild in der Aalener Clubszene ist der „Club del Mar“. Er gilt als erfolgreicher "Großstadtclub in einer kleinen Stadt" und zieht regelmäßig bis zu 500 Besuchende an.

#### **Welche Rolle spielt Night Governance in Aalen?**

Die Betreibenden in Aalen wenden sich häufig direkt an das Kulturstadtrat oder die Wirtschaftsförderung. Zudem besteht eine enge Vernetzung mit der Kulturinitiative „KUBA Aalen“, mit der ein regelmäßiger Austausch stattfindet. Eine wichtige Rolle spielt auch der Wirtschaftsverein "Aalen City", ein aktiver Zusammenschluss von Händlerinnen und Händlern, Gastronominnen und Gastronomen und Dienstleisterinnen und Dienstleistern. In Kooperation mit der Stadt arbeiten sie in verschiedenen Ausschüssen mit, um gemeinsame Marketingmaßnahmen zu planen und umzusetzen.

#### **Welche Herausforderungen hat die Nachtökonomie in Aalen?**

Neben den Herausforderungen, wie veränderter Ausgehkultur und steigende Kosten, beklagen Betreibende, dass der bürokratische Aufwand für Abendveranstaltungen in Aalen sehr hoch ist. Ein Grund ist, dass Aalen eine der wenigen Städte in Baden-Württemberg ist, in der noch eine Vergnügungssteuer auf nachtsökonomische Betriebe erhoben wird. Dies kann Initiative und Innovation hemmen. Zugleich wird eine zunehmende Zurückhaltung bei Unternehmen bezüglich Investitionen und Kultursponsoring wahrgenommen, die eine wichtige Finanzierungsquelle für nachtsökonomische Veranstaltungen ist.

---

## 7 Empfehlungen zur Stärkung der Nachtökonomie

---

Die Studie zeigt: die Nachtökonomie in Baden-Württemberg ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und trägt maßgeblich zur Attraktivität des Standortes und zur Gewinnung von Fachkräften bei. Darüber hinaus prägt sie den öffentlichen Raum und belebt Innenstädte. Sie hat das Potenzial, zur Gesundheitsprävention beizutragen und Orte der Begegnung, der Teilhabe und des demokratischen Miteinanders zu bieten, wenn entsprechende aktive Maßnahmen getroffen werden. Innovative Konzepte der Nachtökonomie können das Sicherheitsempfinden in der Nacht stärken und Räume zum Ausprobieren schaffen sowie für innovative Ideen sorgen und Berufsorientierung beitragen.

Nachtökonomische Institutionen generieren nicht nur direkte Umsätze und Arbeitsplätze, sondern leisten auch einen wichtigen Beitrag zur Standortattraktivität, Fachkräftegewinnung und -bindung, zum Tourismus und zur urbanen Lebensqualität. Dabei zeigt sich: Eine dynamische Nachtökonomie benötigt gezielte Unterstützung – durch Anreize, moderne rechtliche und infrastrukturelle Rahmenbedingungen, innovative Nutzungskonzepte sowie strukturelle Sichtbarkeit in Verwaltung und Förderpolitik.

Die Nachtökonomie bietet Räume, in denen gesellschaftliche Vielfalt sichtbar und erlebbar wird – als Treffpunkt unterschiedlicher sozialer Gruppen ebenso wie als Rückzugsort und Netzwerfläche für spezifische Communities. Um nachtökonomische Institutionen als niedrigschwellige Räume der Begegnung und des demokratischen Miteinanders zu stärken, braucht es gezielte Maßnahmen für mehr Teilhabe, Zugänglichkeit und Gesundheitsbewusstsein.

Die Nachtökonomie prägt den öffentlichen Raum – besonders durch den Trend zur Freizeitgestaltung unter freiem Himmel. In nächtlich belebten Quartieren entstehen mehr Sichtbarkeit, Austausch und ein gesteigertes Sicherheitsempfinden. Gleichzeitig braucht es Konzepte, um Nutzungskonflikte etwa durch Lärm oder Müll, zu entschärfen. Angesichts wachsender Raumknappheit und Verdrängungstendenzen gilt es, kulturelle Nachtorte aktiv zu sichern und neue Formen der Nutzung zu ermöglichen. Ein gutes nächtliche Mobilitätsangebot trägt zur Vernetzung dieser Orte bei und stärkt ihre stadträumliche Funktion.

Folgende gezielte Aktionen und Maßnahmen würden sich positiv auf die Nachtökonomie in Baden-Württemberg auswirken:

1. **Nachtökonomie als Wirtschafts- und Innovationsfaktor stärken und fördern:** Die Nachtökonomie ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und bei der Fachkräftegewinnung und -bindung von großer Bedeutung. Sie bietet Raum fürs Experimentieren und damit gute Rahmenbedingungen für Innovationen. Eine Stärkung könnte bspw. erreicht werden, *indem Wirtschaftsförderungen Nachtökonomie in ihren Förderlogiken berücksichtigen, Unternehmen Nachtkultur stärker sponsern, nachtökonomische Betriebe bei Stadtentwicklungsstrategien und Imagekampagnen sowie Night Governance-Strukturen mehr in Entscheidungsprozesse eingebunden werden.*
2. **Interdisziplinäre Netzwerke aufbauen und Netzwerkarbeit unterstützen:** Nicht nur in Städten mit einer Night Governance-Stelle hat sich gezeigt, dass Netzwerke zwischen den verschiedensten Interessengruppen, wie Clubverbänden, Gastronomieverbänden, Einzelhandel

und Sicherheitsakteurinnen und -akteuren, von großer Bedeutung sind. Die Sicherung und der Ausbau von Netzwerken könnte u.a. gelingen, *indem interdisziplinäre Arbeitsgruppen zu Belangen des Nachtlebens weiterentwickelt werden, die Vernetzung zu Nachbarbranchen wie der Hotellerie und Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft gestärkt wird und Netzwerkarbeit institutionell unterstützt wird.*

3. **Resilienz nachtökonomischer Geschäftsmodelle stärken:** Durch diverse Einflüsse ändern sich die wirtschaftlichen Bedingungen der Abend- und Nachtkultur-Betriebe. Die Resilienz der nachtökonomischen Betriebe und deren Geschäftsmodelle könnte gestärkt werden, *indem nachtökonomische Betriebe eine Diversifizierung des Programms zur Bindung neuer Zielgruppen anstreben, ihre Geschäftsmodelle erweitern, um weitere Standbeine zu erschließen und alternative Monetarisierungsmaßnahmen wie Kultur-Memberships, Verkauf von Konzertmitschnitten etc. angeregt werden.*
4. **Rechtliche Rahmenbedingungen verbessern und Handlungsspielräume der Verwaltung nutzen:** Die rechtlichen Rahmenbedingungen, unter denen Betriebe der Nachtökonomie agieren, sind teils veraltet und passen nur bedingt zur Arbeitspraxis. Dies kann den wirtschaftlichen Erfolg der Betriebe schmälern bzw. den Betrieb unwirtschaftlich machen. Die rechtlichen Bedingungen könnten verbessert werden, *indem sich bspw. das Mindset in Verwaltungen ändert und bestehende Gesetze flexibler angewandt und benutzerfreundlicher ausgelegt wird, wirtschaftsschädigende Regelungen wie bspw. Sperrzeiten reduziert und die Modalitäten zur Schallpegelmessung angepasst werden.*
5. **Talente und ihre Professionalisierung fördern:** In der Nachtkultur entwickeln junge Menschen Fähigkeiten, die ihnen bei ihrer beruflichen Entwicklung helfen. Eine häufig unterschätzte Bedeutung der Nachtökonomie ist daher die Nachwuchsförderung und ihre Professionalisierung. Förderung von Talenten ob auf künstlerischer oder betrieblicher Ebene könnte verbessert werden, *indem Stipendienprogramme für Künstlerinnen und Künstler ausgeweitet werden, Kooperationsveranstaltungen mit DIY-Kollektiven umgesetzt sowie die notwendige Infrastruktur, wie Proberäume und Labels, gesichert und gestärkt werden.*
6. **Nachtökonomie als Orte der Teilhabe und des demokratischen Miteinanders fördern:** Die Nachtökonomie leistet als Ort des gesellschaftlichen Austauschs einen wichtigen Beitrag zur demokratischen Teilhabe und kulturellen Vielfalt. Diese könnte weiter gestärkt werden, *indem Clubs, Musikbars und Livemusikspielstätten als Kulturorte anerkannt werden, der Zugang für Betreibende zu bestehender Kulturförderung erleichtert wird und Betreibende neue Modelle zur Teilhabe ihres Publikums erproben, wie die Etablierung solidarischer Ticketsysteme.*
7. **Gesundheitsprävention ernst nehmen:** Die Nachtökonomie dient als emotionaler Erholungsort, in dem der Alltag pausiert. Zugleich bietet sie sachliche Informationen und Aufklärung zu Substanzkonsum in Nachtbetrieben. Generell ist für die Mitarbeitenden der Nachtökonomie ein angemessener Arbeitsschutz von großer Bedeutung. Die Gesundheitsprävention könnte verbessert werden, *indem Beratungs- und Aufklärungsinstanzen wie „take“ gestärkt und ausgebaut werden, Maßnahmen wie Drug Checking den Gästen eine bessere Risikoabschätzung ermöglicht und Angebote für Mitarbeitende nachtkultureller Betriebe zum Gesundheitsschutz – auch für die mentale Gesundheit ausgeweitet werden.*
8. **Nachtökonomie als Raum für Inklusion, Diversität, Awareness-Arbeit und ökologische Nachhaltigkeit weiterentwickeln:** Die Nachtkultur bietet Räume, um gesellschaftlich relevante Themen in der Praxis weiterzuentwickeln: Inklusion kann erprobt, Diversität gelebt, Awareness-Arbeit weiterentwickelt und ökologische Nachhaltigkeit implementiert werden. Dies

kann gelingen, indem Maßnahmen für ein inklusives Nachtleben getroffen werden, geschützte Räume für LGBTQAI+<sup>31</sup>, Awareness-Arbeit und die Etablierung von FLINTA\*-Probierräumen und -Netzwerken unterstützt sowie Maßnahmen für Beratung initiiert und Nachhaltigkeitskonzepte erarbeitet werden.

9. **Nachtökonomische Betriebe im Stadtraum schützen und fördern:** Nachtökonomie belebt den öffentlichen Raum, wertet Standorte auf und schafft gemeinschaftliche Erlebnisse. Die nachtökonomischen Betriebe sollten daher im Stadtraum anerkannt, geschützt und gefördert werden. Dies könnte gelingen, *indem Kulturschutzzonen durch integrierte Bauleitplanung und das Agent of Change-Prinzip erprobt und eingeführt; Zwischennutzungsmöglichkeiten ausgebaut sowie Kulturraumschutz gelebt wird, in dem Kulturorte vor Beginn neuer Bauprojekte durch ein Kulturkataster verbindlich berücksichtigt und geschützt werden.*
10. **ÖPNV stärker an die Bedarfe der Gäste der Nachtökonomie anpassen:** Der öffentliche Verkehr ist in den Abend- und Nachtstunden von großer Bedeutung, um Gäste und Besuchende sicher an ihr Ziel zu bringen. Es gilt innovative Mobilitätskonzepte für die Abend- und Nachtstunden zu entwickeln, damit Gäste gut an ihr Ziel kommen. Dies könnte gelingen, *indem Kulturtickets in Kooperation mit Verkehrsverbänden eingeführt werden und in Modellversuchen Nachtbuslinien erprobt werden, die bestimmte Nachtökonomie-Destinationen anfahren.*
11. **Sicherheit und Konfliktprävention im öffentlichen Raum stärken:** Ein sicheres und konfliktarmes Nachtleben ist eine zentrale Voraussetzung für die Akzeptanz und Entwicklung der Nachtökonomie. Konflikte zwischen Anwohnenden, Behörden und Betreibenden, aber auch zwischen Gästen stellen Herausforderungen dar. Gleichzeitig kann eine lebendige und gut gestaltete Nachtkultur zur Aufwertung und zu einem erhöhten Sicherheitsempfinden in der Öffentlichkeit beitragen, *indem Abfall- und Lärmschutzkonzepte für den öffentlichen Raum weiterentwickelt werden, Initiativen oder Awareness-Kampagnen und mobile Teams zur Konfliktprävention gefördert und gestärkt werden wie auch regelmäßige Runde Tische mit Ordnungsbehörden, Anwohnerschaft, Betreibenden und Night Governance etabliert werden.*
12. **Nachtökonomie auch in ländlichen Regionen stärken:** Die Nachtökonomie findet nicht nur in Großstädten statt – auch in ländlichen Regionen ist sie ein wichtiger Teil kultureller Teilhabe, sozialer Infrastruktur und regionaler Identität. Um gleichwertige Lebensverhältnisse zu fördern und kulturelle Angebote jenseits der urbanen Räume zu sichern, braucht es gezielte Impulse für die ländliche Nachtkultur, *indem alternative (Rechts-)formen der Nachtökonomie wie bspw. ehrenamtlich oder genossenschaftlich geführte Kneipen zum Erhalt von Räumen der Gemeinschaft unterstützt werden, Netzwerke zwischen städtischen und ländlichen Akteurinnen und Akteure gefördert werden und Nachtökonomie in regionalen Kultur- und Wirtschaftskonzepten mitgedacht wird.*

<sup>31</sup> LGBTQAI+ ist eine Abkürzung für lesbische, schwule, bisexuelle, transsexuelle/Transgender-, queere, intersexuelle und asexuelle Menschen.

---

## Quellenverzeichnis

---

AG Kreisjugendreferate beim Landkreistag Baden-Württemberg (2012). Hütten, Buden und Bauwagen. Eine Arbeitshilfe mit Rechtsgutachten. Arbeitsgemeinschaft der Kreisjugendreferate beim Landkreistag Baden-Württemberg. Online verfügbar unter [https://www.kvjs.de/fileadmin/dateien/jugend/Kinder-\\_und\\_Jugendarbeit\\_Jugendsozialarbeit/kommunale\\_jugendreferate/buden\\_broschuere\\_bw.pdf](https://www.kvjs.de/fileadmin/dateien/jugend/Kinder-_und_Jugendarbeit_Jugendsozialarbeit/kommunale_jugendreferate/buden_broschuere_bw.pdf), zuletzt abgerufen am 14.05.2025.

Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag (=IHK Baden-Württemberg) (2024). Neue Nutzungskonzepte für die Innenstädte in Baden-Württemberg entwickeln und umsetzen. Online verfügbar unter <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/6295796/9255542c0045bae1a78e06cd60b2d233/studie-als-pdf-data.pdf>, zuletzt abgerufen am 14.05.2025.

Birkmann, J. et al. (2019). Entwicklung der Ländlichen Räume in Baden-Württemberg. Forschungsvorhaben im Auftrag des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg. Institut für Raumordnung und Entwicklungsplanung (IREUS) und Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung (ILS). Stuttgart, Dortmund, 116. Online verfügbar unter [https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mlr/intern/dateien/PDFs/L%C3%A4ndlicher\\_Raum/2019\\_11\\_11\\_IREUS2.0\\_Abschlussbericht.pdf](https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mlr/intern/dateien/PDFs/L%C3%A4ndlicher_Raum/2019_11_11_IREUS2.0_Abschlussbericht.pdf), zuletzt abgerufen am 12.05.2025. DEHOGA (2024).

DEHOGA (2024). Dehoga-Zahlenspiegel IV/2023. Online verfügbar unter [https://www.dehoga-bundesverband.de/fileadmin/Startseite/04\\_Zahlen\\_\\_\\_Fakten/07\\_Zahlenspiegel\\_\\_\\_Branchenberichte/DEHOGA-Zahlenspiegel\\_4\\_Quartal\\_2023.pdf](https://www.dehoga-bundesverband.de/fileadmin/Startseite/04_Zahlen___Fakten/07_Zahlenspiegel___Branchenberichte/DEHOGA-Zahlenspiegel_4_Quartal_2023.pdf), zuletzt abgerufen am 10.06.2025.

Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class (Vol. 9). New York: Basic Books.

Henckel, D. et al. (2009). Schwerpunktorte der Berliner Kreativwirtschaft: Standortfaktoren und Immobilienstrategien. Vertiefungsstudie im Rahmen des Förderprogramms "Forschungsprämie" des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). Berlin. Technische Universität Berlin.

Initiative Musik (2021). Clubstudie. Studie zur Situation der Musikspielstätten in Deutschland 2020/2021. Online verfügbar unter [https://www.initiative-musik.de/wp-content/uploads/sites/4/2023/05/2021\\_Clubstudie\\_Initiative\\_Musik-1.pdf](https://www.initiative-musik.de/wp-content/uploads/sites/4/2023/05/2021_Clubstudie_Initiative_Musik-1.pdf), zuletzt abgerufen am 01.04.2025.

Institute for Cultural Governance (o. J.) Warum Cultural Governance? Online verfügbar unter <https://www.institute-for-cultural-governance.org/cultural-governance>, zuletzt abgerufen am 17.06.2025.

Konermann, J. (2022). Standortfaktor Nachtökonomie - Förderung und Entwicklung der Nachtökonomie als Aufgabenfeld der kommunalen Wirtschaftsförderung? Dissertation. Online verfügbar unter [https://osnadocs.ub.uni-osnabrueck.de/bitstream/ds-202306269187/7/the-sis\\_konermann.pdf](https://osnadocs.ub.uni-osnabrueck.de/bitstream/ds-202306269187/7/the-sis_konermann.pdf), zuletzt abgerufen am 12.05.2025.

Livemusikkommission (2023). Die TA Lärm novellieren mit der Einführung der ersten Kulturschallverordnung. Online verfügbar unter: <https://www.livemusikkommission.de/die-ta-laerm-novellieren-mit-der-einfuehrung-der-ersten-kulturschallverordnung/>, zuletzt abgerufen am 30.06.2025

Manthe, R. (2024). Demokratie fehlt Begegnung: über Alltagsorte des sozialen Zusammenhalts. Bielefeld: transcript Verlag.

nachtsam & Frauenhorizonte (2025). Umfrage zu sexualisierten Belästigungen und Übergriffen im Nachtleben der Landeskoordinierungsstelle Sicherheit im Nachtleben Baden-Württemberg [unveröffentlicht].

Pill, M. et al. (2024). Nachtökonomische Studie Stuttgart 2023. Im Auftrag der Landeshauptstadt Stuttgart, Abteilung Wirtschaftsförderung. Online verfügbar unter <https://www.stuttgart.de/medien/ibs/noes-stuttgart-kurzfassung-screen1-2023.pdf>, zuletzt abgerufen am 14.05.2025.

Schäfer, L. (2020). Die Mediterranisierung der Stadtnacht. Das Beispiel Osnabrück. Standort, 44(2), 99-106.

---

## Impressum

---

NightLÄND BW

Studie zur Rolle der Nachtökonomie in in Baden-Württemberg (Kurzfassung)

---

Herausgeber

Prognos AG  
Eberhardstraße 12  
70173 Stuttgart  
E-Mail: [info@prognos.com](mailto:info@prognos.com)  
[www.prognos.com](http://www.prognos.com)  
[www.linkedin.com/company/prognos-ag](http://www.linkedin.com/company/prognos-ag)

Drei K Kordula Kunert Kulturmanagement  
[www.dr3-k.de/](http://www.dr3-k.de/)  
<http://www.linkedin.com/in/kordula-kunert-7743a031a>

---

Autorinnen und Autoren

Bianca Creutz, Prognos AG (Projektleitung)  
Frauke Dornberg, Prognos AG  
Dr. Anna Heugel, Prognos AG (Projektleitung)  
Kamronbek Turgunov, Prognos AG  
Kordula Kunert, Drei K Kordula Kunert Kulturmanagement

---

Kontakt

Dr. Anna Heugel (Projektleitung)  
Telefon: +49 711 3209 614  
E-Mail: [anna.heugel@prognos.com](mailto:anna.heugel@prognos.com)

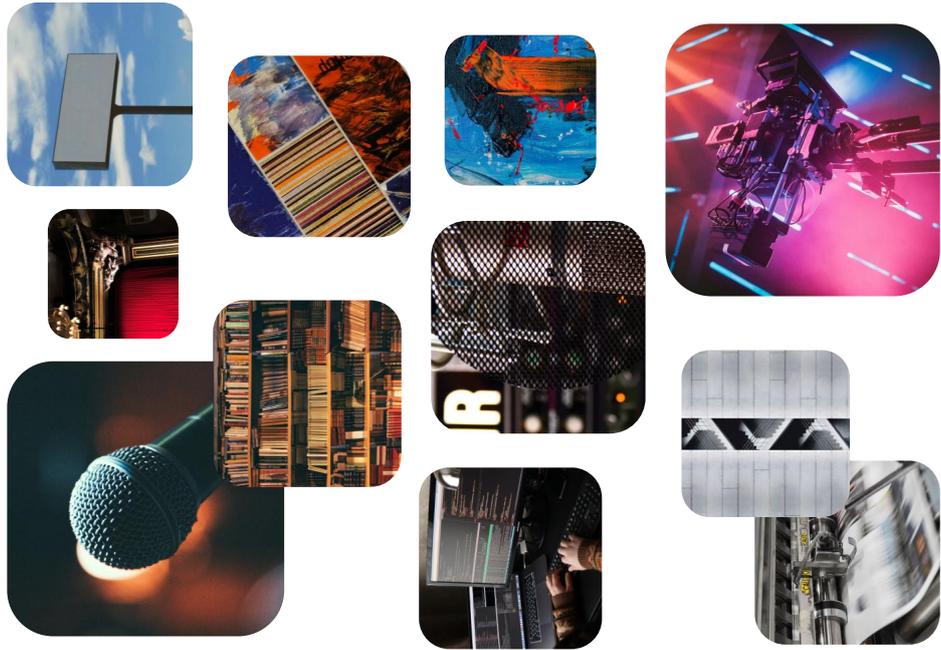
---

Satz und Layout: Prognos AG  
Stand: Juli 2025  
Copyright: 2025, Prognos AG

---

Alle Inhalte dieses Werkes, insbesondere Texte, Abbildungen und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Prognos AG/2025.

Zitate im Sinne von § 51 UrhG sollen mit folgender Quellenangabe versehen sein: Prognos AG/Drei K Kordula Kunert Kulturmanagement (2025): NightLÄND BW - Studie zur Rolle der Nachtökonomie in Baden-Württemberg (Kurzfassung).



# STANDORTSTUDIE 2025

## KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG

Studie im Auftrag:



Erstellt durch:



# ÜBERSICHT DER UNTERSUCHTEN TEILMÄRKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT



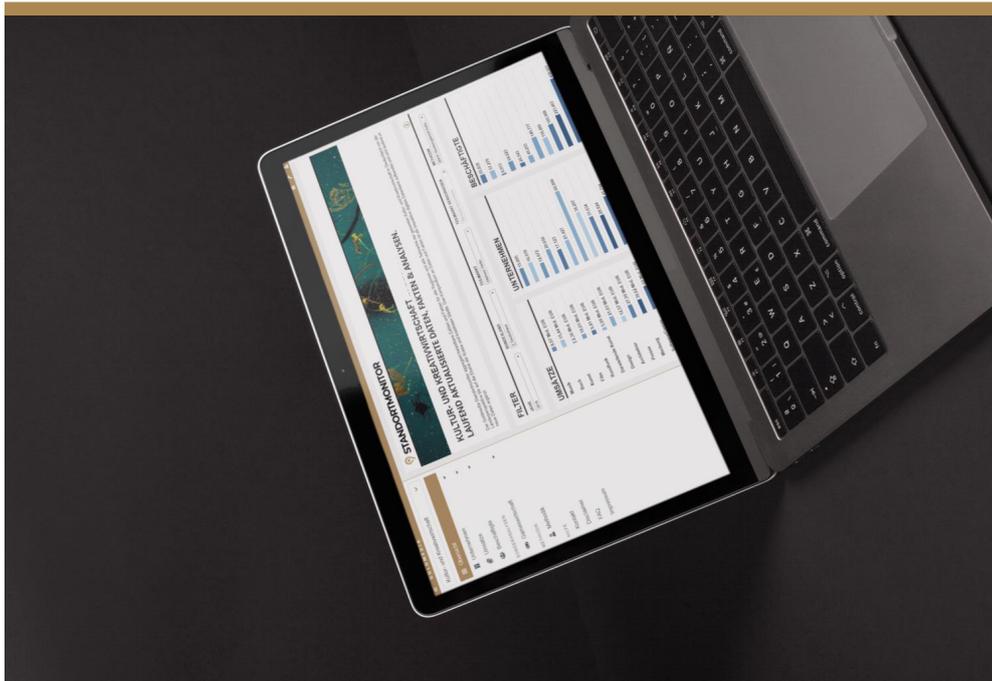
## INHALTSVERZEICHNIS

<b>ABSCHNITT 1 ZENTRALE KENNZAHLEN</b>	Überblick zu den wichtigsten Kennzahlen der Kultur- & Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg	▲ S. 4
<b>ABSCHNITT 2 GESAMTMARKT- ANALYSE</b>	Analyse von Zeitreihen und Prognosen bis 2026 zur KKW-Gesamtmarktentwicklung	▲ S. 15
<b>ABSCHNITT 3 BUNDESVERGLEICH</b>	Einordnung der wirtschaftlichen Kennzahlen der KKW in Baden-Württemberg im Vergleich der Bundesländer	▲ S. 22
<b>ABSCHNITT 4 BRANCHENVERGLEICH</b>	Einordnung von Kennzahlen der KKW im Interbranchenvergleich	▲ S. 25
<b>ABSCHNITT 5 TEILMARKT- ANALYSEN</b>	Einzelanalyse wirtschaftlicher Kenngrößen der elf Teilmärkte der KKW in Baden-Württemberg	▲ S. 29
<b>ABSCHNITT 6 FOKUS: VFX, ANIMATION UND GAMES</b>	Zahlen der Sonderanalyse zur baden-württembergischen VFX-, Animations- und Games-Branche	▲ S. 97
<b>ABSCHNITT 7 FAZIT</b>	Zusammenfassung der Studienergebnisse	▲ S. 107
<b>ABSCHNITT 8 METHODIK</b>	Darstellung der Untersuchungsmethodik	▲ S. 109

# ZENTRALE KENNZAHLEN

## KULTUR- UND KREATIVMÄRKTE IN BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



## QUICK FACTS

### ÜBERSICHT ZENTRALER KENNZAHLEN ZUR KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2023/2024



Die Kultur- und Kreativwirtschaft (im Folgenden auch KKW) in Baden-Württemberg erwirtschaftete im Jahr 2023 einen Gesamtumsatz in Höhe von rund 30,5 Mrd. EUR. Gegenüber dem Jahr 2022 bedeutet dies ein Umsatzwachstum von rund 4,9 Prozent.

Vor allem der Markt für darstellende Künste (+27 %), die Musikwirtschaft (+14 %), die Software-/Games-Industrie (+12 %) und die Filmwirtschaft (+11 %) konnten gegenüber 2022 wachsen. Als wachstumsstärkste Märkte der letzten fünf Jahre stechen die Software-/Games-Industrie (+40 % ggü. 2018), der Markt für darstellende Künste (+29 %) und der Architekturmarkt (+21 %) hervor. Insgesamt 28.229 Unternehmen waren 2023 in der KKW tätig, dies ist ein Wachstum von rund einem Prozent gegenüber 2022. Hinzu kommen etwa 45.500 Kleinunternehmen mit einem Jahresumsatz von jeweils maximal 22.000 EUR.

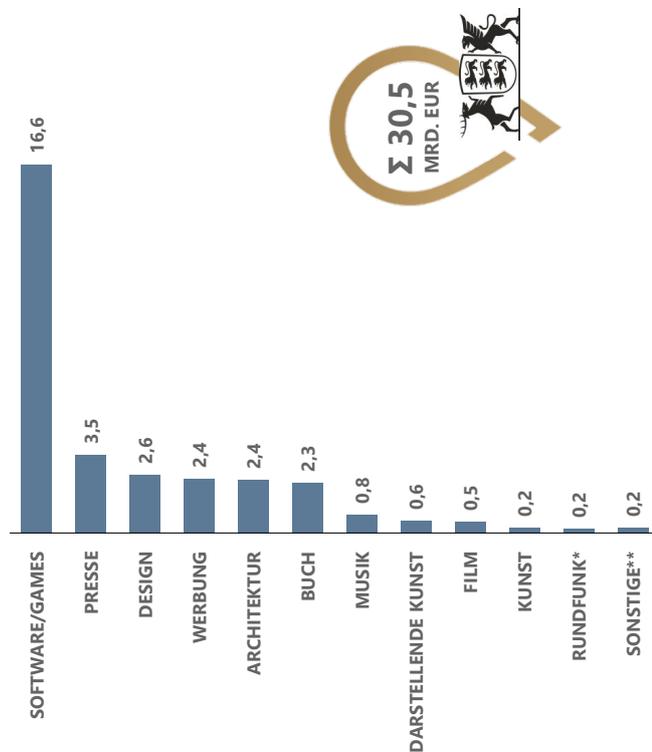
2024 waren in der KKW Baden-Württembergs rund 165.000 Personen sozialversicherungspflichtig (im Folgenden sv-pflichtig) beschäftigt (-0,6 % ggü. 2023). Hinzu kommen rund 45.000 geringfügig Beschäftigte (-2,7 %).

In einer Sonderanalyse wurden 2024 die wirtschaftlichen Kennzahlen der VFX-, Animations- und Games-Branche erfasst. Der Umsatz der baden-württembergischen Games-Unternehmen lag 2022 bei 190 Mio. EUR, jener der VFX- und Animationsbranche zusammen bei 170 Mio. EUR. Gegenüber der letzten branchenspezifischen Standortstudie mit Stand 2010 ist der Umsatz der VFX-/Animationsunternehmen um rund 800 Prozent gewachsen. Für die Games-Industrie liegen Vergleichszahlen für 2015 vor. Der Umsatz der Games-Unternehmen ist gegenüber 2015 um mindestens 90 Prozent gewachsen.

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS, Bundesagentur für Arbeit & Goldmedia-Berechnungen. \* Kleinunternehmen = Jahresumsatz von bis zu 22.000 EUR; Hinweis: Durch ein Update der amtlichen Statistik sowie Goldmedia-Fortschreibungen sind die Zahlen für Kleinunternehmen nicht mit den vergangenen Berichten vergleichbar. \*\* Stichtag: 30.06.2024. \*\*\*2022 wurde gewählt, da VFX-/Animationsunternehmen 2023/24 stark u. a. von Streiks der Hollywood-Autor:innen sowie vom Krieg in der Ukraine betroffen waren und nicht der Krisenzustand abgebildet werden sollte.

## UMSÄTZE DER UNTERNEHMEN IN DEN KKW-TEILMÄRKTEN

UMSÄTZE VON UNTERNEHMEN DER KKW IN BW NACH TEILMÄRKTEN, 2023, IN MRD. EUR



Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg erwirtschafteten im Jahr 2023 einen Gesamtumsatz in Höhe von rund 30,5 Mrd. EUR.

Die Software-/Games-Industrie ist der umsatzstärkste Teilmarkt. Mit rund 16,6 Mrd. EUR generierte der Teilmarkt über die Hälfte der Gesamteinnahmen der KKW in Baden-Württemberg. Effizienzgewinne entstehen dabei unter anderem durch den verstärkten Einsatz von KI-Lösungen. Gleichzeitig zeigen sich vermehrt positive Wechselwirkungen zwischen der klassischen Softwarebranche und der Games-Industrie – etwa in der zunehmenden Bedeutung von Gamification-Ansätzen für traditionelle Softwareanwendungen und Dienstleistungen.<sup>1</sup> Der Games-Anteil an der Software-/Games-Industrie lässt sich dabei nicht eindeutig innerhalb des Teilmarkts Software-Games-Industrie abgrenzen.<sup>2</sup>

Mit deutlichem Abstand und einem Umsatz von rund 3,5 Mrd. EUR folgen der Pressemarkt sowie die Teilmärkte Design, Werbung, Architektur und Buch mit Umsätzen von 2,3 bis 2,6 Mrd. EUR.

Umsätze von jeweils unter einer Milliarde Euro erwirtschafteten die Musikwirtschaft (0,8 Mrd. EUR), der Markt für darstellende Künste (0,6 Mrd. EUR), die Filmwirtschaft (0,5 Mrd. EUR) sowie die Teilmärkte Kunst (0,2 Mrd. EUR), privater Rundfunk (0,2 Mrd. EUR) und die sonstige KKW (0,2 Mrd. EUR).

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. Hinweis: Aufgrund von Double-Counting-Effekten ist die KKW-Gesamtsumme geringer als die Summe der einzelnen Teilmärkte. \* Anonymisierte Werte im Bereich Rundfunk wurden durch Goldmedia geschätzt. \*\* Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“. <sup>1</sup> Vgl. Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024): Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg. <sup>2</sup> Laut einer Sonderanalyse (vgl. S. 99ff.) lagen die Umsätze der Games-Branche in Baden-Württemberg bei rund 190 Mio. EUR.

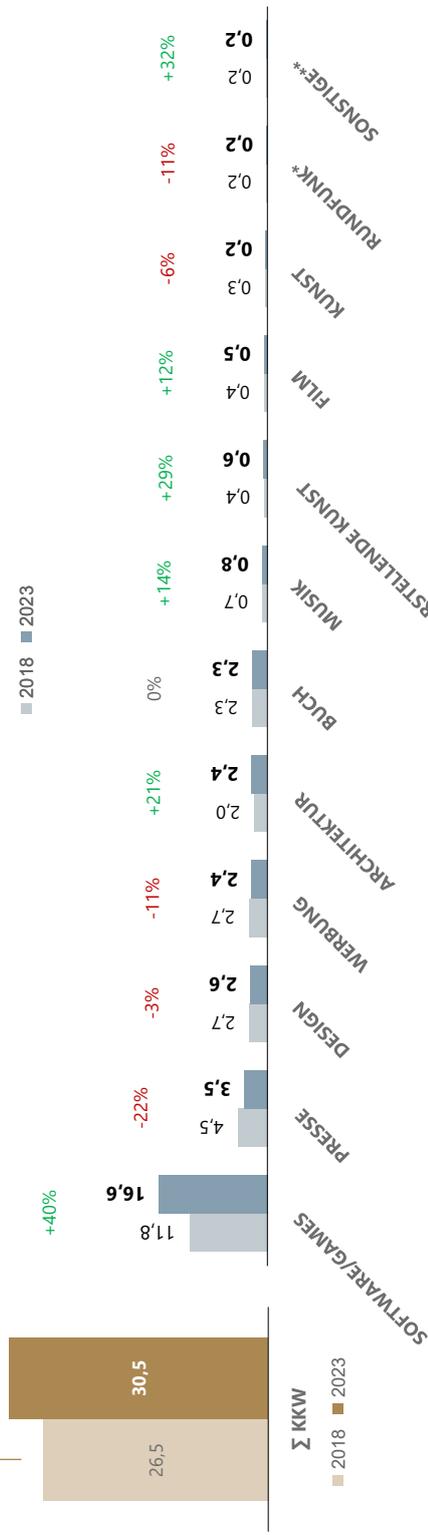
## UMSÄTZE DER UNTERNEHMEN 2018 VS. 2023

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg entwickelte sich zwischen 2018 und 2023 insgesamt sehr positiv, mit einem Umsatzwachstum um rund 15 Prozent von 26,5 Mrd. EUR (2018) auf 30,5 Mrd. EUR (2023). Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von +3 Prozent. Bundesweit stieg der Umsatz im selben Zeitraum ähnlich stark um rund 14 Prozent mit einer jährlichen Wachstumsrate von ebenfalls 3 Prozent.

Verantwortlich für das Umsatzwachstum der KKW in Baden-Württemberg ist vor allem die Software-/Games-Industrie, die ihren Umsatz seit 2018 um rund 40 Prozent steigern konnte. Auch der Markt für darstellende Künste (+29 %), insbesondere im Bereich von Opern- und Schauspielhäusern sowie Konzerthallen, der Architekturmarkt (+21 %), die Musikindustrie (+14 %) und die Filmwirtschaft (+12 %) verzeichneten deutliches Wachstum. Der umsatzseitig kleine Teilmarkt „Sonstige“ legte ebenfalls um 32 Prozent zu.<sup>1</sup> Die Designwirtschaft (-3 %) und der Kunstmarkt (-6 %) entwickelten sich hingegen leicht rückläufig. Die größten prozentualen Verluste verzeichneten der Werbemarkt (-11 %), der private Rundfunk (-11 %) sowie der Pressemarkt (-22 %).

jährliche  
Wachstumsrate 18-23

### UMSATZENTWICKLUNG NACH TEILMÄRKTEN IN BW, 2018 VS. 2023



Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. \*Anonymisierte Werte im Bereich Rundfunk wurden durch Goldmedia geschätzt. \*\* Eine Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“. <sup>1</sup> Das starke Wachstum des Teilmarkts (auf geringem Umsatzniveau) ist v. a. auf das Wachstum in den Bereichen botanische/zoologische Gärten und Dolmetschen zurückzuführen.

# ANZAHL VON UNTERNEHMEN NACH TEILMÄRKTEN

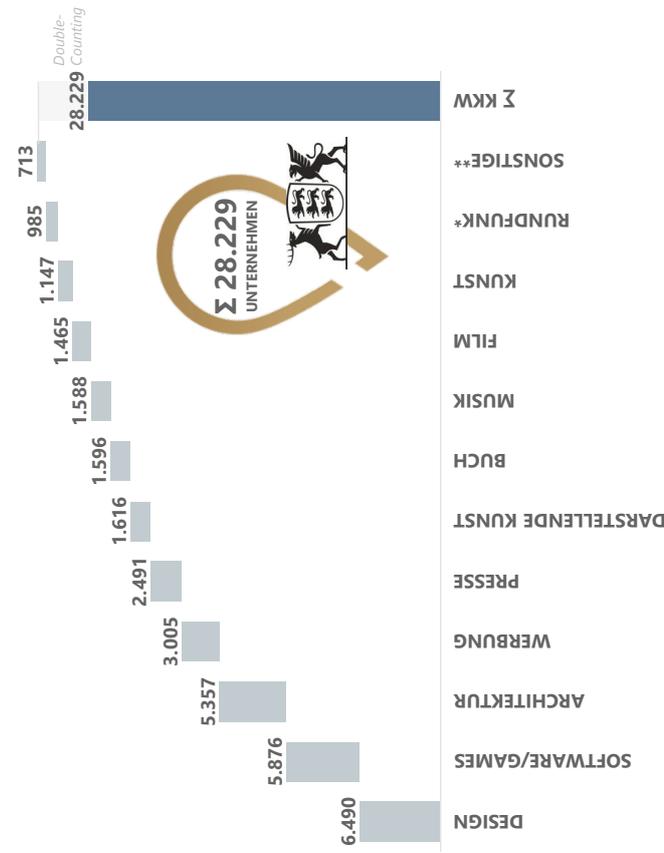
## ANZAHL DER UNTERNEHMEN IN DER KKW IN BW NACH TEILMÄRKTEN, 2023

Im Jahr 2023 gab es in der KKW Baden-Württembergs 28.229 steuerpflichtige Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mindestens 22.000 EUR. Mehr als 63 Prozent aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg konzentrieren sich dabei auf die drei Teilmärkte Designwirtschaft (6.490 Unternehmen), Software-/Games-Industrie (5.876 Unternehmen) und Architekturmarkt (5.357 Unternehmen). Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Baden-Württemberg repräsentieren etwa 12 Prozent aller Unternehmen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft und rund 7 Prozent der insgesamt etwa 428.000 Unternehmen in Baden-Württemberg.

Differenzen zwischen der Gesamtzahl und der addierten Summe einzelner Teilmärkte resultieren aus Überschneidungen der Teilmärkte (Double-Counting).

\* Anonymisierte Werte im Bereich Rundfunk wurden durch Goldmedia geschätzt.

\*\* Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“.

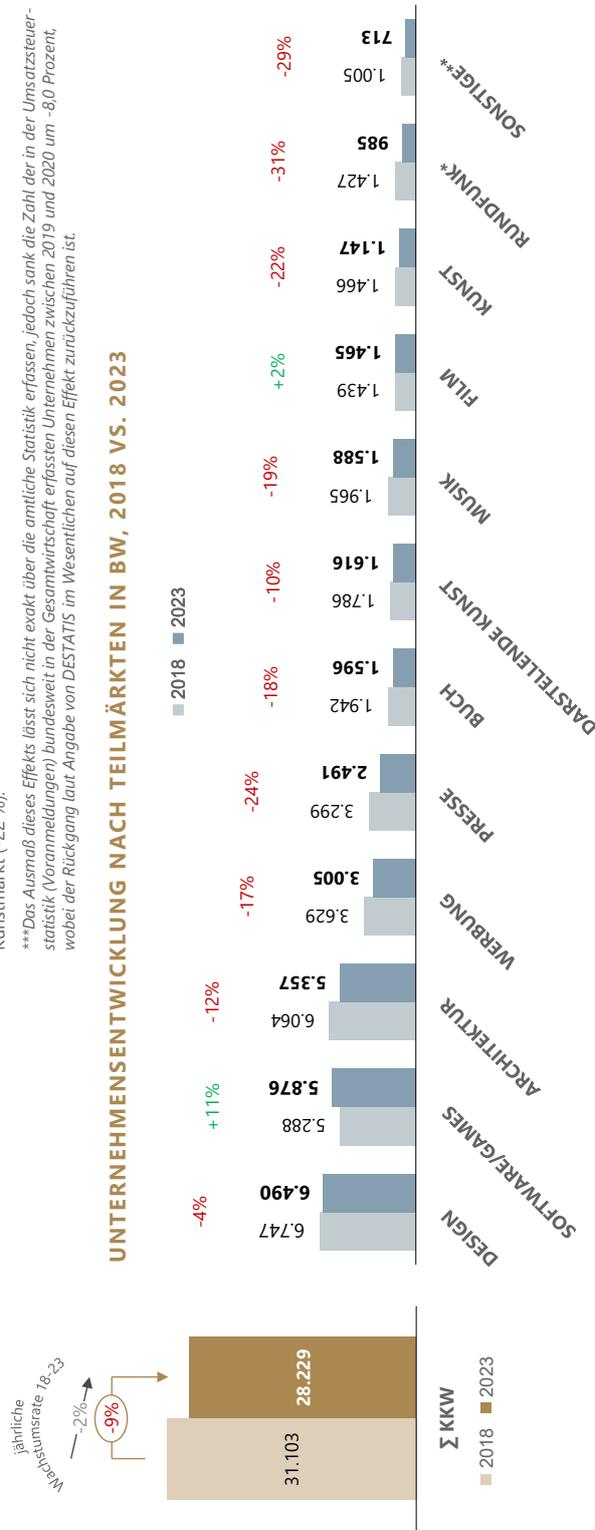


GOLD MEDIA STANDORTMONITOR Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS.

## ANZAHL DER UNTERNEHMEN 2018 VS. 2023

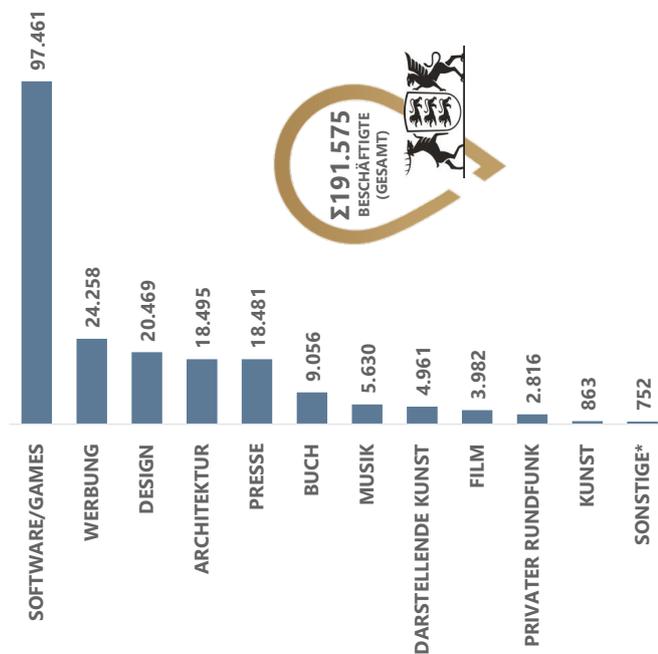
Die Zahl der Unternehmen in der baden-württembergischen KKW ist zwischen 2018 und 2023 um insgesamt 9 Prozent von rund 31.100 auf knapp 28.200 zurückgegangen. Dies entspricht einem durchschnittlichen jährlichen Rückgang von 2 Prozent. Diese Entwicklung liegt auf dem Niveau des bundesweiten Trends. Hauptursache hierfür ist vor allem die Anhebung der Grenze für die Kleinunternehmerregelung: Steuerpflichtige Unternehmen werden ab 2020 erst ab einem Jahreseinkommen von 22.000 EUR erfasst (vorher 17.500 EUR).\*\* Die einzigen Teilmärkte, die zwischen 2018 und 2023 dennoch ein Wachstum der Anzahl der Unternehmen verzeichnen konnten, sind die Software-/Games-Industrie (+11 %) und die Filmwirtschaft (+2 %). Die stärksten Verluste verzeichnete der Rundfunkmarkt (-31 %) sowie die sonstige KKW (-29 %). Ebenfalls gab es erhebliche Rückgänge im Presse- (-24 %) und im Kunstmarkt (-22 %).

\*\*\*Das Ausmaß dieses Effekts lässt sich nicht exakt über die amtliche Statistik erfassen, jedoch sank die Zahl der in der Umsatzsteuerstatistik (Voranmeldungen) bundesweit in der Gesamtwirtschaft erfassten Unternehmen zwischen 2019 und 2020 um -8,0 Prozent, wobei der Rückgang laut Angabe von DESTATIS im Wesentlichen auf diesen Effekt zurückzuführen ist.



## ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN NACH TEILMÄRKTEN

### BESCHÄFTIGTE IN DER KKW IN BW NACH TEILMÄRKTEN, 2024



In der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg waren im Jahr 2024 insgesamt rund 1191.575 Personen beschäftigt.<sup>1</sup> Im Ländervergleich liegt Baden-Württemberg mit einem Anteil von rund 16 Prozent an allen Beschäftigten der deutschen KKW auf dem 3. Platz.

Die Software-/Games-Industrie übernimmt eine vorherrschende Position bei der Zahl der Beschäftigten der KKW im Land. Mit mehr als 97.000 Beschäftigten stellt sie den mit Abstand größten Arbeitgeber der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft dar. Grund hierfür ist der Sitz vieler großer Softwarehäuser im Land, darunter mit SAP eines der weltweit führenden Softwareunternehmen. SAP beschäftigte zum Zeitpunkt des Datenstandes (06/2024) in Deutschland über 25.000 Menschen, den größten Teil davon in Walldorf und St. Leon-Rot.<sup>2</sup> Die Zahl der Beschäftigten im Games-Bereich lag 2024 bei rund 1.400, was einem Anteil von 5 Prozent aller Beschäftigten der Games-Branche in Deutschland (rund 29.000) entspricht.<sup>3</sup>

Mit Beschäftigtenzahlen von rund 24.000 bzw. 20.000 folgen mit großem Abstand der Werbemarkt sowie die Designwirtschaft. Der Kunstmarkt und die „sonstigen“ Wirtschaftszweige haben mit jeweils weniger als 1.000 die geringsten Beschäftigtenzahlen unter den KKW-Teilmärkten Baden-Württembergs.

<sup>1</sup> Die Daten zu den Gesamtbeschäftigten werden seit 2023 direkt von der Arbeitsagentur bezogen. Dadurch ist die Kennzahl der Gesamtbeschäftigten um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Dies verhindert das Double-Counting von Beschäftigten und erhöht die Datenqualität gegenüber der zuvor verwendeten Definition (Summe aus sv-pflichtig und allen geringfügig Beschäftigten).

<sup>2</sup> vgl. Handelsblatts.com (2024). Ende 2024 wurden nach Presseberichten rund 3.500 Stellen abgebaut, der Großteil über ein Vorruhestandsprogramm. Diese Veränderung ist in den aktuellen Zahlen der Bundesagentur (Stand: 06/2024) noch nicht erfasst.

<sup>3</sup> vgl. game – Verband der deutschen Games-Branche (gamesmap.de, Stand: 05/2024).

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.). \*Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“.

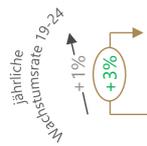
GOLD MEDIA STANDORTMONITOR

## ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN 2019 VS. 2024

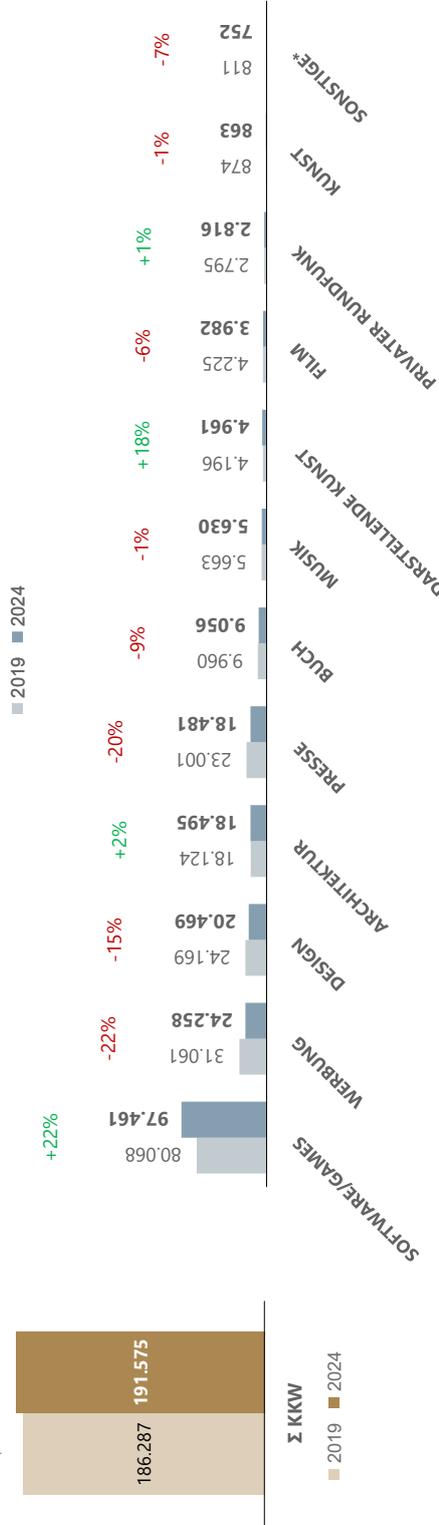
Mit einem Wachstum von rund 3 Prozent von rund 186.000 (2019) auf 191.600 (2024) und einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (2019-2024) von rund einem Prozent pro Jahr entwickelte sich die Anzahl der Gesamtbeschäftigten<sup>1</sup> der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg positiv.

Dies liegt vor allem an den deutlichen Zuwächsen in den Teilmärkten Software/Games (+22 %) und darstellende Künste (+18 %). Auch die Beschäftigtenzahlen im Architekturmarkt konnten gegenüber dem Jahr 2019 leicht steigen (+2 %). Die anderen Teilmärkte wiesen hingegen sinkende Beschäftigtenzahlen im Zeitraum von 2019 bis 2024 auf. Insbesondere der Werbemarkt (-22 %), der Pressemarkt (-20 %) und die Designwirtschaft (-15 %) verzeichneten starke Verluste.

<sup>1</sup> Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Dies verhindert das Double-Counting von Beschäftigten gegenüber der zuvor verwendeten Definition (Summe aus sv-pflichtig und allen geringfügig Beschäftigten).



### BESCHÄFTIGTENENTWICKLUNG NACH TEILMÄRKTEN IN BW, 2019 VS. 2024



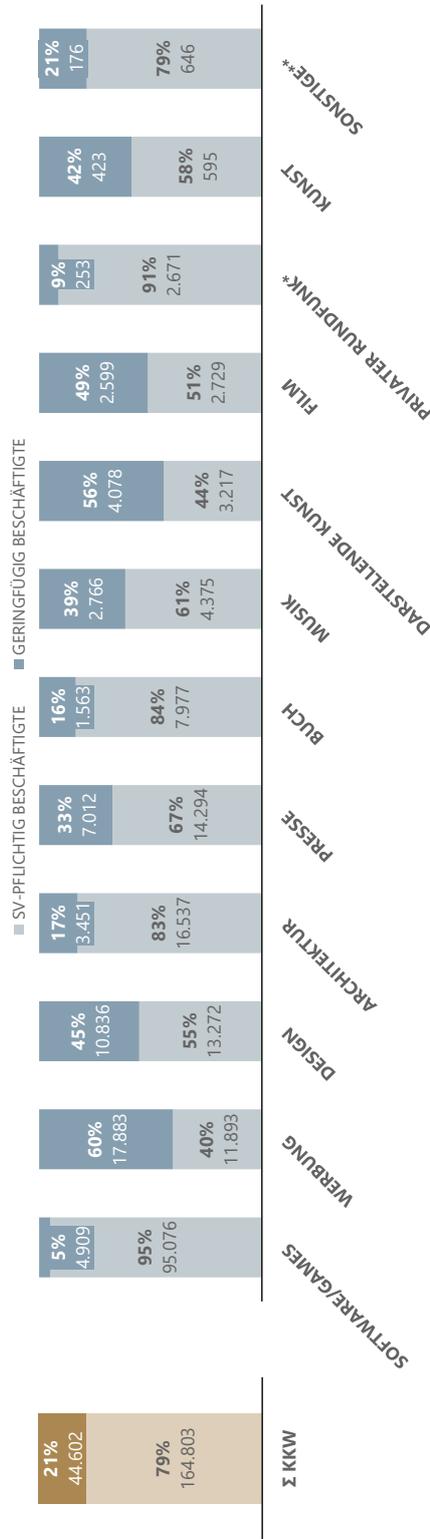
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.). \* Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“.

## SV-PFLICHTIG UND GERINGFÜGIG BESCHÄFTIGTE IN DEN TEILMÄRKTEN

In der KKW in Baden-Württemberg liegt das Verhältnis von sozialversicherungspflichtig (sv-pflichtig) zu geringfügig Beschäftigten bei rund 79 zu 21 Prozent. Zwischen den einzelnen Teilmärkten zeigen sich dabei große Unterschiede: So weisen die Software-/ Games-Industrie mit 95 Prozent und der private Rundfunkmarkt mit 91 Prozent einen sehr hohen Anteil sv-pflichtig Beschäftigter auf. Diese Verteilung entspricht in etwa dem Bundestrend (Software-/Games und privater Rundfunk jeweils 95 %). Demgegenüber weist der baden-württembergische Werbemarkt mit 60 Prozent den höchsten Anteil geringfügig Beschäftigter auf. Auch im Bereich der darstellenden Künste, der Design- und Filmwirtschaft

sowie im Kunstmarkt sind die Anteile der geringfügig Beschäftigten mit Werten zwischen 45 und 56 Prozent relativ hoch. Diese Teilmärkte zeigen auch im Vergleich mit der Verteilung von Beschäftigten auf Bundesebene hohe Anteile an geringfügig Beschäftigten, jedoch weniger hoch als in Baden-Württemberg.

### ANTEIL DER SV-PFLICHTIG UND GERINGFÜGIG BESCHÄFTIGTEN IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG NACH TEILMÄRKTEN, 2024



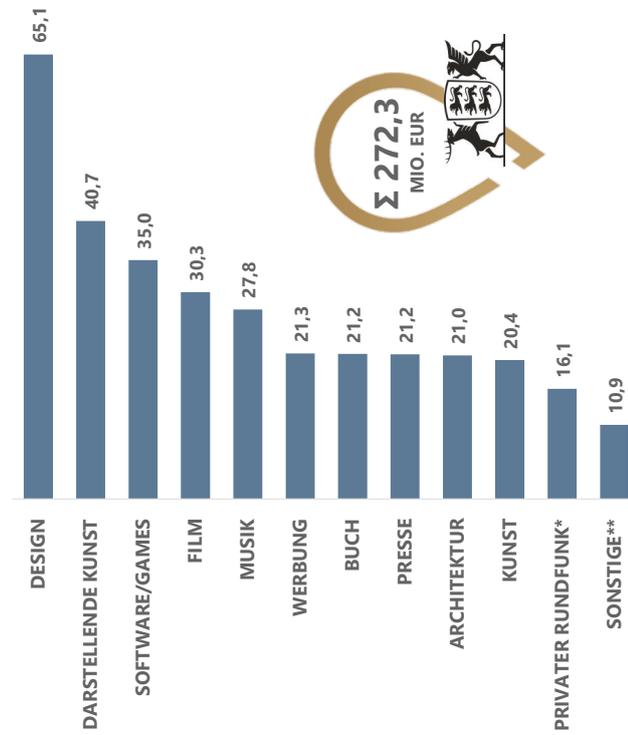
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.).\* Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“. Hinweis: Basis für die prozentualen Angaben ist jeweils die Summe aus sv-pflichtig und geringfügig Beschäftigten.

## UMSÄTZE VON KLEINUNTERNEHMEN

Die Kleinunternehmen (mit einem Jahresumsatz über 22.000 EUR) der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg erwirtschafteten im Jahr 2023 rund 272 Mio. EUR. Dies sind rund ein Prozent der Gesamtumsätze aller Unternehmen der KKW in Baden-Württemberg.

In der Designwirtschaft wurde mit über 65 Mio. EUR der größte Umsatzanteil der Kleinunternehmen erzielt. Es folgen der Markt für darstellende Künste, mit einem Umsatz von rund 41 Mio. EUR und die Software-/Games-Industrie mit rund 35 Mio. EUR Umsatz im Jahr 2023.

### UMSÄTZE VON KLEINUNTERNEHMEN DER KKW IN BW NACH TEILMÄRKTEN, 2023, IN MIO. EUR



Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS und Goldmedia Schätzungen. Hinweis: Durch ein Update der amtlichen Statistik sowie Goldmedia-Fortschreibungen sind die Zahlen für Kleinunternehmen nicht mit den vergangenen Berichten vergleichbar. Differenzen zwischen der Gesamtzahl und der addierten Summe einzelner Teilmärkte resultieren aus Überschneidungen der Teilmärkte (Double-Counting). \* Anonymisierte Werte im Bereich Rundfunk wurden durch Goldmedia geschätzt. \*\* Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“.

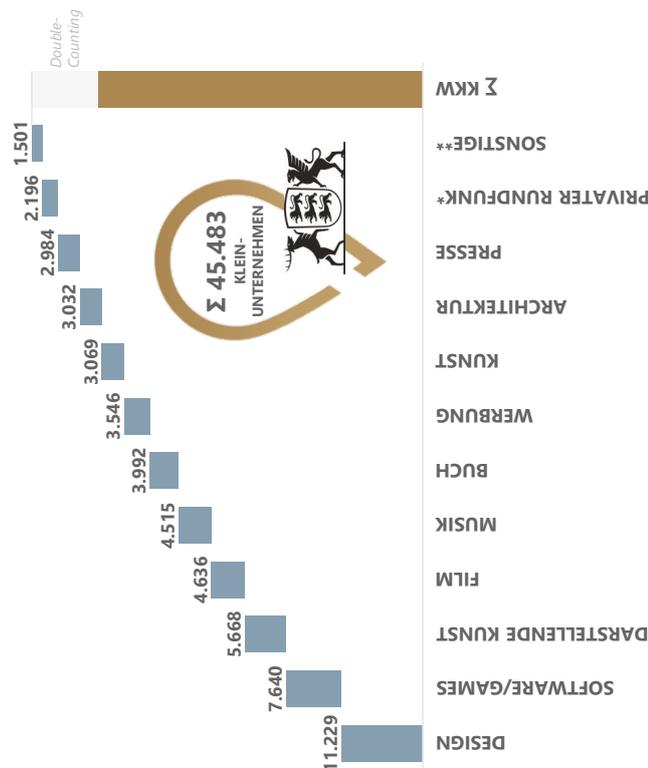
## ANZAHL DER KLEINUNTERNEHMEN

Im Jahr 2023 gab es in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg rund 45.500 Kleinunternehmen.

Kleinunternehmen sind Unternehmen mit einem Jahresumsatz von unter 22.000 EUR. Die Umsatzgrenze für die Kleinunternehmerregelung wurde 2020 von 17.500 auf 22.000 EUR erhöht. Hierdurch werden zahlreiche vormals steuerpflichtige Unternehmen nun als Kleinunternehmen gezählt. Durch pandemiebedingte Umsatzverluste kam es außerdem zu einer vorübergehenden Unterschreitung der Umsatzgrenze durch weitere Unternehmen. Im Zuge dessen kam es trotz der negativen Effekte der Pandemie in allen Teilmärkten zu einem (in Teilen temporären) Zuwachs der Zahl der Kleinunternehmen.

Die meisten Kleinunternehmen der KKW gab es nach Berechnungen von Goldmedia im Jahr 2023 in der Designwirtschaft (11.229), der Software-/Games-Industrie (7.640) sowie im Markt für darstellende Künste (5.668).

VERTEILUNG DER ANZAHL AN KLEINUNTERNEHMEN DER KKW IN BW NACH TEILMÄRKTEN, 2023



Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS und Goldmedia Schätzungen. Hinweis: Durch ein Update der amtlichen Statistik sowie Goldmedia-Fortschreibungen sind die Zahlen für Kleinunternehmen nicht mit den vergangenen Berichten vergleichbar. Differenzen zwischen der Gesamtzahl und der addierten Summe einzelner Teilmärkte resultieren aus Überschneidungen der Teilmärkte (Double-Counting). \* Anonymisierte Werte im Bereich Rundfunk wurden durch Goldmedia geschätzt. \*\* Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmarkts „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik“.

# GESAMTMARKTANALYSE

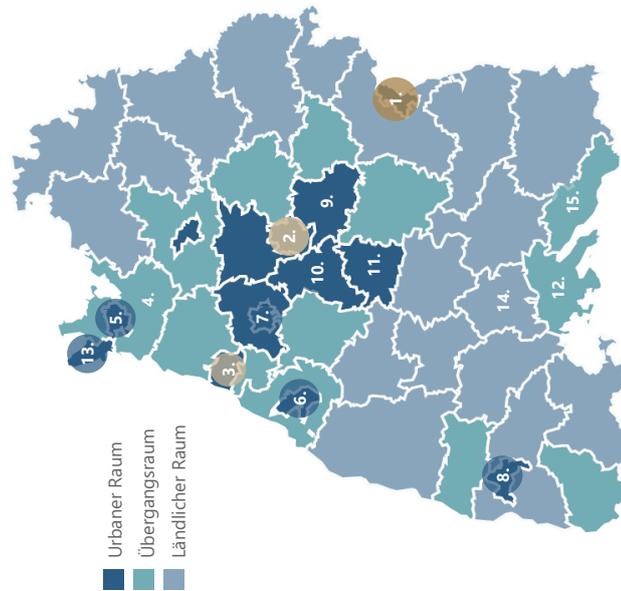
KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT  
IN BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



Unsplash.com @markus spiske

### RAUMSTRUKTUR UND REGIONALE BESCHÄFTIGENZENTREN NACH ANTEIL DER KKW-BESCHÄFTIGTEN AN DER BEVÖLKERUNG, BADEN-WÜRTTEMBERG 2024

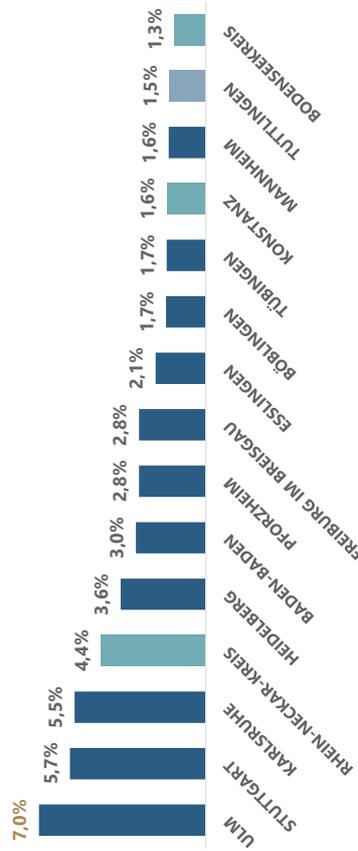


### ANTEIL BESCHÄFTIGTE AN DER BEVÖLKERUNG NACH KREISEN/KREISFREIEN STÄDTEN

Der Anteil der Beschäftigten im Verhältnis zur Bevölkerungszahl in der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft war im Jahr 2024 mit 7,0 Prozent in der Universitätsstadt Ulm am höchsten. Es folgen die Landeshauptstadt Stuttgart mit 5,7 Prozent und die Stadt Karlsruhe mit 5,5 Prozent.

Damit konzentrieren sich die kreativen Zentren Baden-Württembergs erwartungsgemäß in urbanen Ballungsräumen, die zugleich bedeutende Bildungs- und Ausbildungsstandorte der Branche sind. Insgesamt ist die KKW jedoch landesweit präsent und in allen Raumtypen Baden-Württembergs vertreten.

### ANTEIL DER BESCHÄFTIGTEN IN DER KKW AN DER BEVÖLKERUNG, NACH KREISEN BZW. KREISFREIEN STÄDTEN IN BADEN - WÜRTTEMBERG, 2024



Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024) (Hrsg.): KreativLand BW. Daten, Chancen, Tatkraft für die Kultur- und Kreativwirtschaft in ländlichen Räumen von Baden-Württemberg.

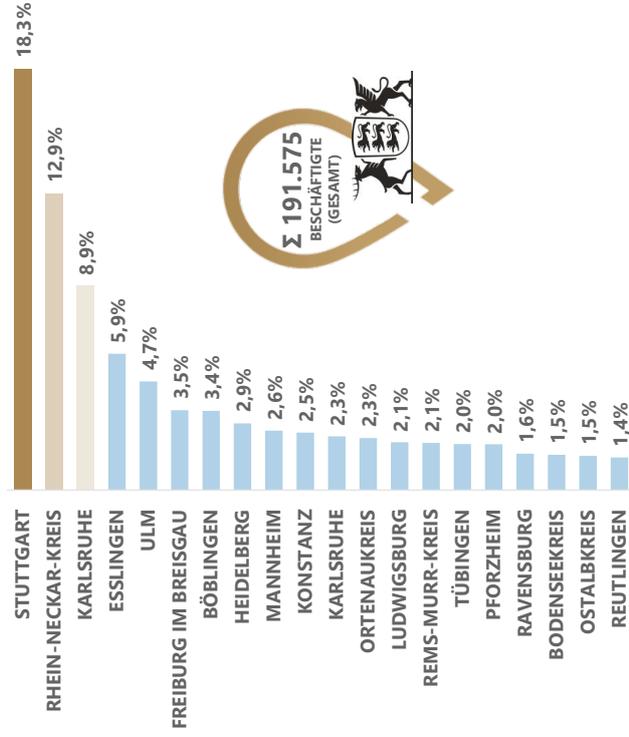
## VERTEILUNG DER BESCHÄFTIGTEN IN DER KKW IN BADEN-WÜRTTEMBERG (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

Der Anteil der KKW-Gesamtbeschäftigten je Kreis bzw. kreisfreier Stadt an der Anzahl Gesamtbeschäftigter der KKW in Baden-Württemberg war im Jahr 2024 in der Landeshauptstadt Stuttgart mit 18,3 Prozent am höchsten. Auf Rang 2 und 3 finden sich der Rhein-Neckar-Kreis mit 12,9 Prozent sowie die Stadt Karlsruhe mit 8,9 Prozent.

Damit konzentrieren sich knapp über 40 Prozent der Beschäftigten auf die drei größten Kreise und rund die Hälfte auf die größten fünf Kreise. KKW-Beschäftigte sind darüber hinaus jedoch über alle Regionen des Landes verteilt.

Dabei sind 59 Prozent der Gesamtwerbstätigen im urbanen Raum, 27 Prozent im Übergangsraum und 14 Prozent im ländlichen Raum beschäftigt.

TOP 20 DER VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTER DER KKW IN BADEN-WÜRTTEMBERG NACH KREISEN/KREISFREIEN STÄDTEN, 2024



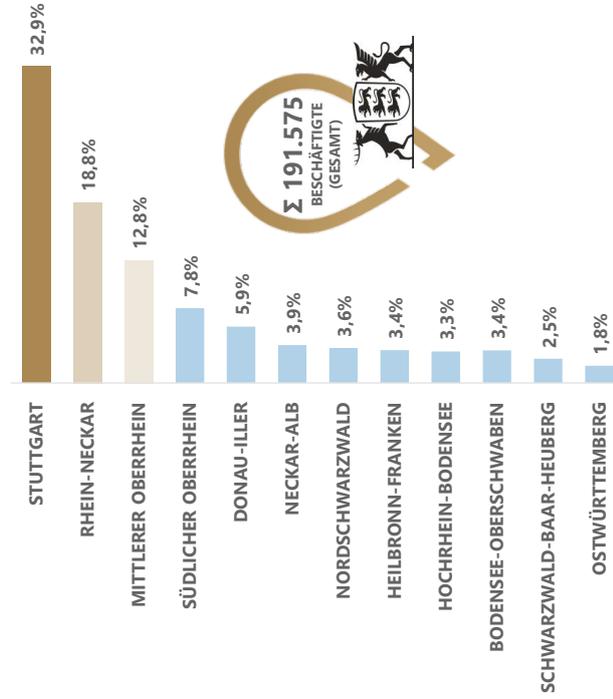
## VERTEILUNG DER BESCHÄFTIGTEN IN DER KKW IN BADEN-WÜRTTEMBERG (REGIONALVERBÄNDE)

Auf Ebene der Regionalverbände waren im Jahr 2024 rund ein Drittel der Gesamtbeschäftigten der KKW in Baden-Württemberg in der Region Stuttgart angesiedelt. Dazu zählen neben der Landeshauptstadt auch die Landkreise Böblingen, Esslingen, Göppingen, Ludwigsburg sowie der Rems-Murr-Kreis.

Rund 19 Prozent der Beschäftigten waren in der Region Rhein-Neckar (Heidelberg, Mannheim, Neckar-Odenwald-Kreis und Rhein-Neckar-Kreis) ansässig. Etwa die Hälfte der Beschäftigten der KKW in Baden-Württemberg konzentriert sich damit auf diese beiden Regionalverbände.

Es folgen die Regionalverbände Mittlerer Oberrhein (Baden-Baden, Stadt sowie Landkreis Karlsruhe und Rastatt) mit einem Anteil von 12,8 Prozent an den Gesamtbeschäftigten in der KKW, Südllicher Oberrhein (Freiburg, Breisgau-Hochschwarzwald, Emmendingen, Ortenaukreis) mit 7,8 Prozent sowie der Regionalverband Donau-Iller (Ulm, Alb-Donau-Kreis, Biberach) mit 5,9 Prozent aller KKW-Beschäftigten.

### ANTEIL DER KKW-BESCHÄFTIGTEN JE REGIONALVERBAND AN DEN GESAMTBESCHÄFTIGTEN DER KKW IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



## UMSÄTZE: ENTWICKLUNG & PROGNOSE 2018-2026

Die Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg sind zwischen 2018 und 2023 von rund 26,5 Mrd. EUR auf rund 30,5 Mrd. EUR gewachsen. Der Markt erreichte im Jahr 2023 damit sein bisher größtes Umsatzniveau und konnte gegenüber 2022 um rund 5 Prozent wachsen.

Für das Jahr 2024 wird ein weiteres signifikantes Wachstum der Gesamtumsätze erwartet, das vor allem durch die weiterhin äußerst positive Entwicklung der umsatzstarken Software- und Games-Industrie getragen wird. Auch für die Jahre 2025 und 2026 prognostiziert Goldmedia ein jährliches Wachstum von rund 5 Prozent für die KKW in Baden-Württemberg. Haupttreiber dieser Entwicklung bleibt die stark wachsende Software- und Games-Industrie. Auch die Teilmärkte darstellende Künste, Musik, Rundfunk und Werbung sowie die sonstige KKW zeigen eine stabile oder leicht positive Entwicklung. In den Teilmärkten Architektur, Buch, Design, Film sowie Kunst und Presse ist hingegen von einer leicht rückläufigen Entwicklung auszugehen. Insgesamt sehen sich Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft angesichts gesamtwirtschaftlicher und globaler Unsicherheiten, wie Inflation und Handelskonflikten, vor der Herausforderung, ihre Einnahmemodelle anzupassen.<sup>1</sup>

Technologische Entwicklungen im Bereich der (generativen) Künstlichen Intelligenz beeinflussen außerdem zunehmend die Marktentwicklung, indem sie einerseits die Nachfrage nach entsprechender Software und Dienstleistungen steigern und andererseits manuell erstellte Kreationen – etwa im Grafik- und Kommunikationsdesign – zunehmend substituieren. KI erlaubt es dabei nicht nur, kreative Prozesse effizienter zu gestalten, sondern dringt auch zunehmend in strategische und prozessorientierte Bereiche vor, wodurch Unternehmen schneller, kostengünstiger und flexibler produzieren können. Dies verändert die Wettbewerbslage erheblich und könnte bestehende Geschäftsmodelle nachhaltig transformieren.

## UMSÄTZE: ENTWICKLUNG UND PROGNOSE IN DER KKW IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT



Die Prognosen und Schätzungen des Standortmonitors werden fortlaufend aktualisiert und können sich verändern.

## UNTERNEHMEN: ENTWICKLUNG & PROGNOSE 2018-2026

Die Zahl der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg reduzierte sich, vor allem bedingt durch die Anhebung der Grenze für die Kleinunternehmerregelung im Jahr 2020, zwischen 2018 und 2023 von rund 31.000 auf rund 28.000 Unternehmen. Dies entspricht einem durchschnittlichen jährlichen Rückgang von -1,9 Prozent. Nach diesem statistischen und pandemiebedingten Sonder-effekt wiesen die Jahre 2022 und 2023 wieder einen positiven Trend auf.

Für die Folgejahre ist mit einer leicht rückläufigen Zahl der Unternehmen zu rechnen. Einige Wirtschaftszweige, insbesondere der Architekturmarkt, sind weiterhin von den Auswirkungen des Ukraine-Kriegs betroffen, etwa durch gestiegene Materialpreise und Bauverzögerungen. Auch der zunehmende Einsatz von Künstlicher Intelligenz führt dazu, dass Selbstständige in Bereichen wie Fotografie, Grafikdesign und Komposition berufliche Veränderungen durchlaufen. Vor dem Hintergrund von Unsicherheiten in Verbindung mit Inflation und Handelskonflikten geraten viele Betriebe – insbesondere kleine und mittlere Unternehmen – finanziell unter Druck, stellen Investitionen zurück und müssen im schlimmsten Fall ihre Geschäftstätigkeit einschränken oder ganz einstellen.

Trotz dieser Herausforderungen lassen die stabilen Wachstumsraten in krisenresistenten Teilmärkten wie der Software- und Games-Industrie erwarten, dass die Rückgänge bei der Gesamtzahl der Unternehmen in der KKW eher gering ausfallen werden. Zugleich ist auch in der Gesamtwirtschaft rezessions- und krisenbedingt von einer vergleichbar rückläufigen Unternehmenszahl auszugehen. Somit wird nach Goldmedia-Prognose auch der Anteil der KKW an der Gesamtwirtschaft Baden-Württembergs mit rund sieben Prozent stabil bleiben.

## UNTERNEHMEN: ENTWICKLUNG UND PROGNOSE IN DER KKW IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026



Die Prognosen und Schätzungen des Standortmonitors werden fortlaufend aktualisiert und können sich verändern.

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS und Goldmedia Berechnungen; Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang). Der Rückgang der Anzahl an KKW-Unternehmen 2020 ist zum wesentlichen Teil auf eine (z. T. vorübergehende) Unterschreitung einzelner Unternehmen der Umsatzgrenze von 22.000 EUR gemäß Kleinunternehmerregelung zurückzuführen.

## BESCHÄFTIGTE: ENTWICKLUNG & PROGNOSE 2018-2027

Im Jahr 2018 lag die Zahl der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg bei rund 183.000 und konnte bis 2023 auf rund 194.000 stabil wachsen. Nur in den Jahren 2020 und 2021 kam es pandemiebedingt zu rückläufigen Zahlen. Im Jahr 2022 konnte das Vor-Corona-Niveau in der Gesamtsumme wieder überschritten werden und der positive Trend setzte sich 2023 fort. 2024 kam es hingegen zu einem leichten Beschäftigungsrückgang von rund 1,2 Prozent auf rund 192.000, insbesondere infolge von Stellenreduzierungen bei Werbeagenturen und Architekturbüros für Hochbau. Nach Goldmedia-Prognosen ist mit einem weiteren Rückgang im Jahr 2025 und in reduziertem Maße auch den Folgejahren zu rechnen, auch weil durch den KI-Trend und zunehmend automatisierte Prozesse u. a. in der Text-, Bild- und Musikproduktion traditionelle Jobprofile substituiert werden.

Die Entwicklung in den einzelnen Teilmärkten war und ist dabei sehr unterschiedlich. Der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Kostenzuwächse haben insbesondere Auswirkungen auf die Beschäftigung im Architekturmarkt. Die zunehmende Verbreitung von generativer Künstlicher Intelligenz beeinflusst dagegen verstärkt Bereiche wie den Werbemarkt und die Software- und Games-Industrie. SAP gab bekannt, dass aufgrund der verstärkten Nutzung von KI und Automatisierung etwa 3.500 Stellen abgebaut werden. Dieser Schritt ist Teil eines umfassenden Plans, die Effizienz durch KI und Automatisierung zu steigern. Langfristig plant SAP jedoch, durch den Einsatz neuer Technologien neue Arbeitsplätze in Bereichen wie KI-Entwicklung und Cloud-Diensten zu schaffen.<sup>1</sup> KI führt damit einerseits zur Substitution von Stellen und hat zugleich das Potenzial, die Software-Branche und angrenzende Bereiche wie UX-Design oder Extended Reality als „Jobmotor“ für die Entstehung neuer, technologieorientierter Arbeitsplätze weiter voranzutreiben.<sup>2</sup> Auch in weiteren Bereichen der KKW entstehen zunehmend Jobs u. a. im Bereich der KI-gestützten Content-Erstellung, Datenanalyse und Prompt-Design.

Quelle: Goldmedia Standortmonitor. Daten bis 2024 nach Bundesagentur für Arbeit; Werte ab 2025 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang). Stichtag: 30.06. des jeweiligen Jahres. Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Dies verhindert das Double-Counting von Beschäftigten gegenüber der zuvor verwendeten Definition (Summe aus sv-pflichtig und geringfügig Beschäftigten). <sup>1</sup> Tageschau.de (2024). <sup>2</sup> vgl. u. a. BITKOM (2024).

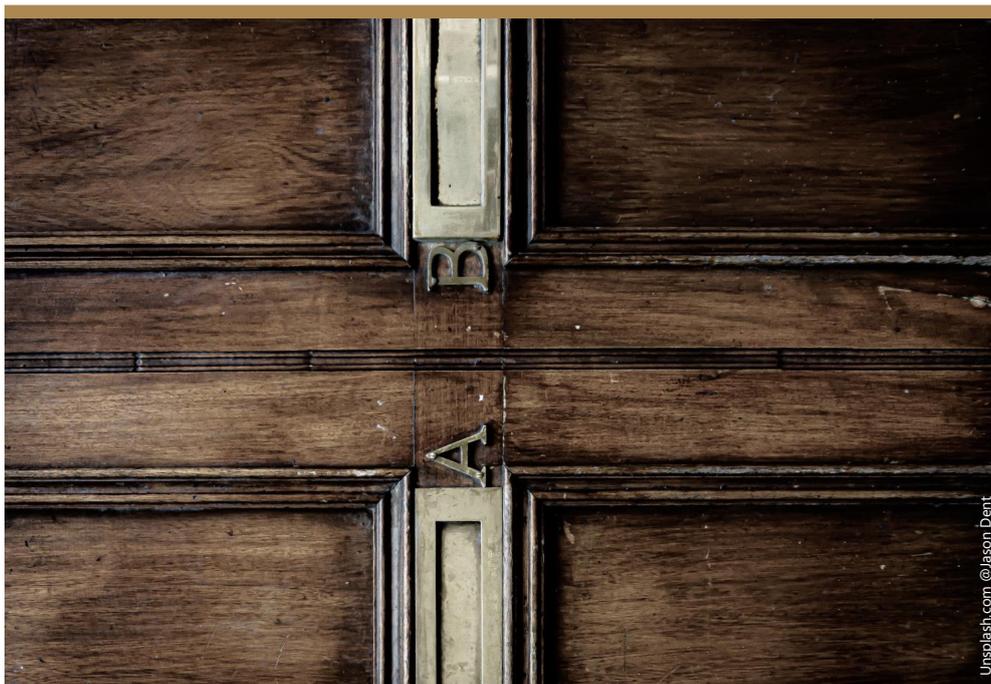
## BESCHÄFTIGTE: ENTWICKLUNG UND PROGNOSE IN DER KKW IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2027



Die Prognosen und Schätzungen des Standortmonitors werden fortlaufend aktualisiert und können sich verändern.

# BUNDESVERGLEICH

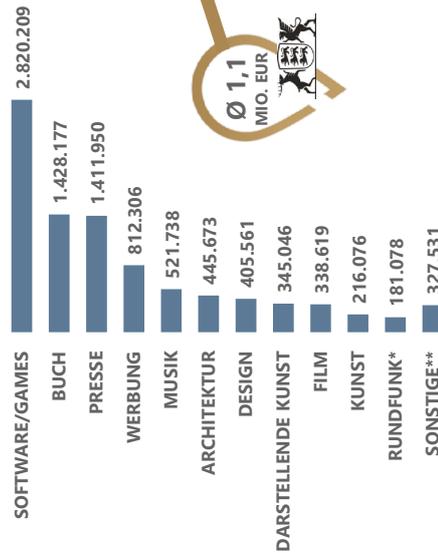
KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT  
IN BADEN-WÜRTTEMBERG IM VERGLEICH  
DER BUNDESLÄNDER



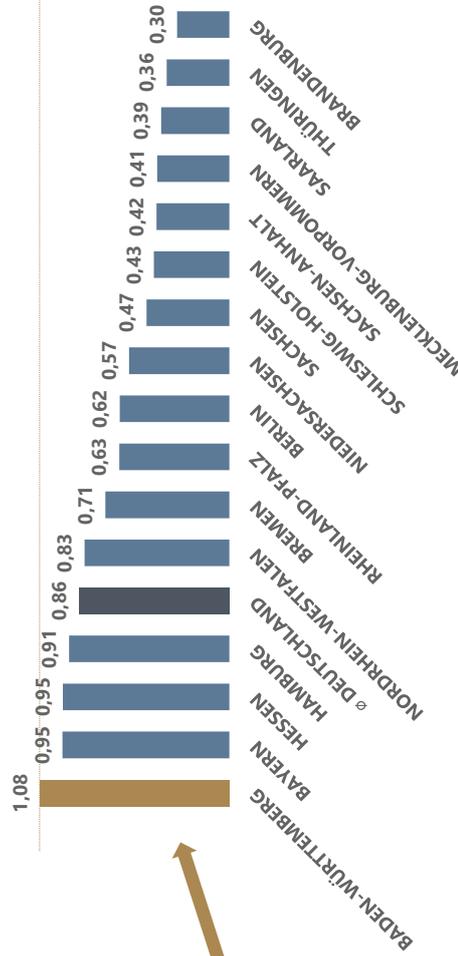
Unsplash.com @Jason Dent

# UMSATZ PRO UNTERNEHMEN NACH TEILMÄRKTEN & BUNDESLÄNDERN

UMSATZ PRO UNTERNEHMEN DER KKW IN BW NACH TEILMÄRKTEN, 2023, IN EUR



UMSATZ PRO UNTERNEHMEN DER KKW NACH BUNDESLÄNDERN, 2023, IN MIO. EUR



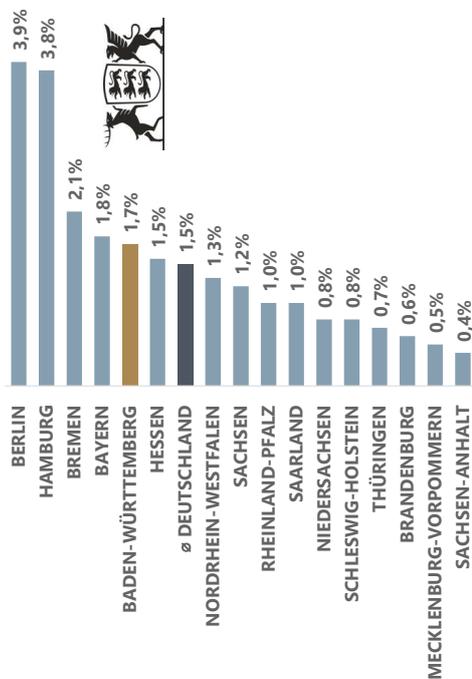
Mit rund 2,8 Mio. EUR werden in Baden-Württemberg die höchsten Umsätze pro Unternehmen in der Software-/Games-Industrie erzielt. Mit insgesamt rund 4,9 Mrd. EUR Umsatz im Jahr 2023 in Deutschland trägt SAP, eines der weltweit größten Softwareunternehmen und mit Hauptsitz in Baden-Württemberg, maßgeblich zur Position dieser Branche bei.<sup>1</sup> Rechnet man den Anteil von SAP an der Software-/Games-Industrie heraus, liegt diese mit einem Umsatz von rund 11,7 Mrd. EUR und einem Umsatz pro Unternehmen von rund 2,0 Mrd. EUR noch immer auf dem ersten Platz im Vergleich der Teilmärkte im Land.

Über alle Teilmärkte hinweg liegt der durchschnittliche Umsatz pro Unternehmen der KKW in Baden-Württemberg bei rund 1,1 Mio. EUR. Im Ländervergleich positioniert sich Baden-Württemberg bei der Höhe des Umsatzes pro Unternehmen in der KKW damit auf dem ersten Platz und liegt deutlich über dem Bundesschnitt von 857.000 EUR Umsatz pro Unternehmen. Ohne den Umsatzanteil von SAP würde das Umsatzvolumen der KKW in Baden-Württemberg rund 25,5 Mrd. EUR betragen. Der Umsatz pro Unternehmen läge somit bei rund 0,9 Mio. EUR und Baden-Württemberg würde sich im Ländervergleich auf dem 4. Platz, aber weiterhin über dem Durchschnitt aller Länder einordnen.

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. Anonymisierte Werte im Bereich Rundfunk wurden durch Goldmedia geschätzt. \* Eine detaillierte Aufschlüsselung des Teilmärkte „Sonstige“ nach einzelnen WZ-Klassen findet sich im Abschnitt „Methodik.“<sup>1</sup> <https://www.sap.com/integrated-reports/2023/en.html?pdf-asset=5234b263-add7e-0010-bca6-c68f7e60039b&page=73>

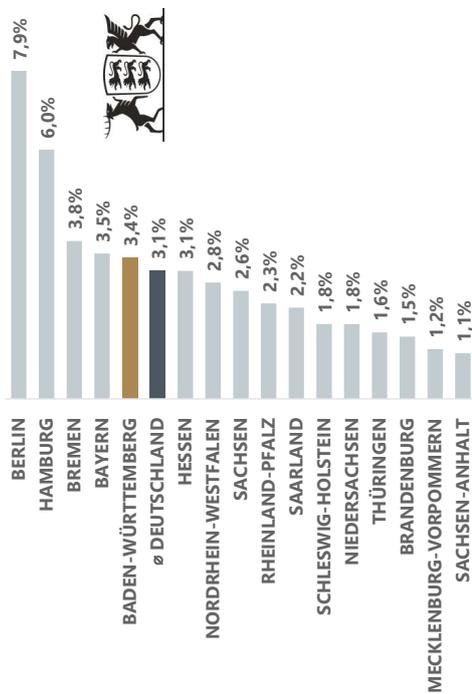
# BESCHÄFTIGTENANTEIL DER KKW AN BEVÖLKERUNG UND GESAMTBESCHÄFTIGUNG

ANTEIL DER BESCHÄFTIGTEN IN DER KKW AN DER BEVÖLKERUNG IM BUNDESLAND, 2024



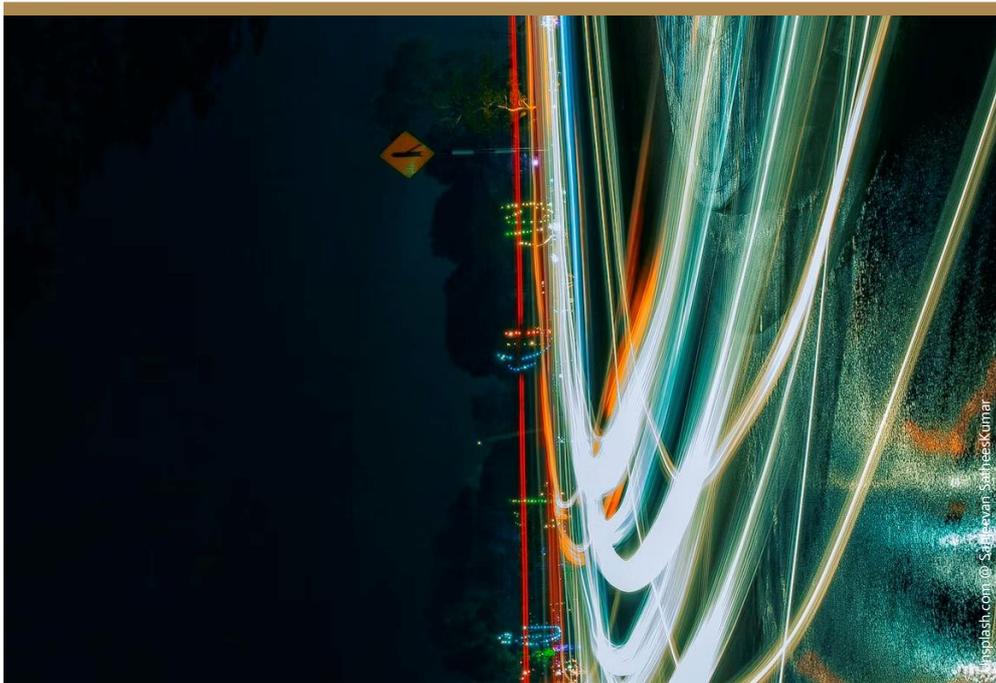
Der Anteil der Beschäftigten in der KKW an der Gesamtbevölkerung in Baden-Württemberg lag im Jahr 2024 bei 1,7 Prozent. Damit belegt Baden-Württemberg im Ländervergleich den 5. Rang und liegt damit leicht über dem Bundesdurchschnitt mit einem Anteil von rund 1,5 Prozent.

ANTEIL DER BESCHÄFTIGTEN IN DER KKW AN DER GESAMTBESCHÄFTIGUNG IM LAND, 2024



Auch beim Anteil der Beschäftigten in der KKW an der Gesamtbeschäftigung im Bundesland (über alle Wirtschaftszweige hinweg) belegt Baden-Württemberg den 5. Rang, mit einem Anteil von 3,4 Prozent.

Mit einem Anteil der KKW-Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung von 3,4 Prozent liegt Baden-Württemberg leicht über dem Bundesdurchschnitt mit einem Anteil von 3,1 Prozent.



# BRANCHENVERGLEICH

DIE KKW IM VERGLEICH ZU ANDEREN BRANCHEN

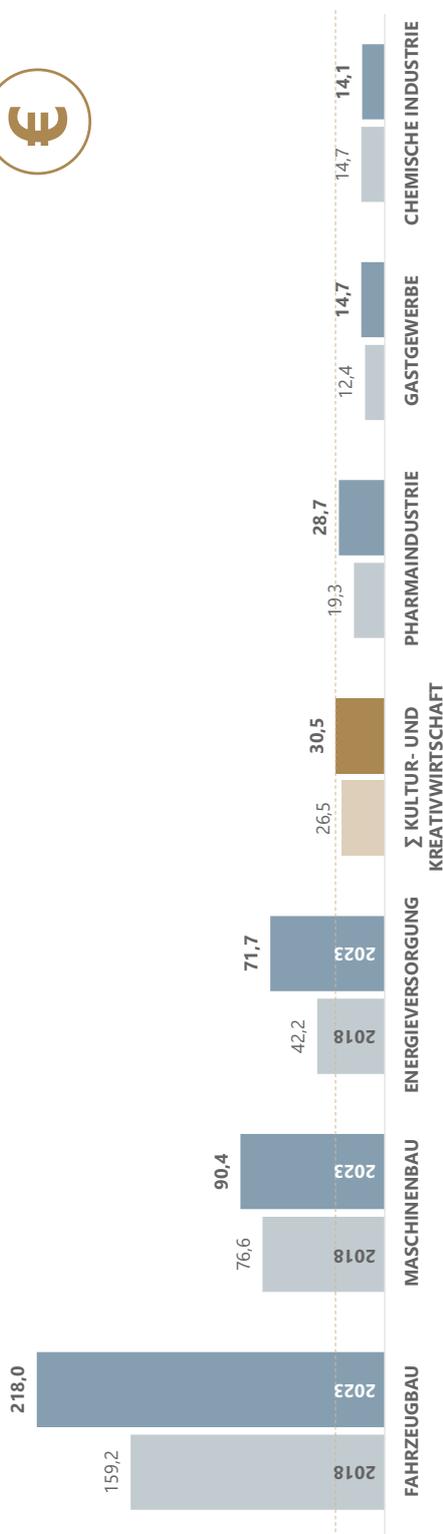
GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR

## UMSÄTZE DER KULTUR- & KREATIVWIRTSCHAFT IM BRANCHENVERGLEICH

Im Vergleich mit anderen Branchen lässt sich die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für Baden-Württemberg besonders gut veranschaulichen. 2023 wurde in der KKW ein Umsatz von insgesamt rund 30,5 Mrd. EUR erzielt und damit mehr als bspw. in der Pharmaindustrie (28,7 Mrd. EUR), dem Gastgewerbe (14,7 Mrd. EUR) sowie in der chemischen Industrie (14,1 Mrd. EUR). Im Vergleich zur Fahrzeugindustrie (218,0 Mrd. EUR) liegt die KKW umsatzseitig bei rund 14 Prozent.

Gegenüber dem Jahr 2019 verzeichnen alle der aufgeführten Branchen, bis auf die Chemische Industrie, ein Umsatzwachstum. Die KKW konnte ihren Umsatz gegenüber 2018 um rund 15 Prozent steigern.

### UMSÄTZE DER KULTUR- & KREATIVWIRTSCHAFT IM BRANCHENVERGLEICH, BADEN-WÜRTTEMBERG, IN MRD. EUR, 2018 VS. 2023



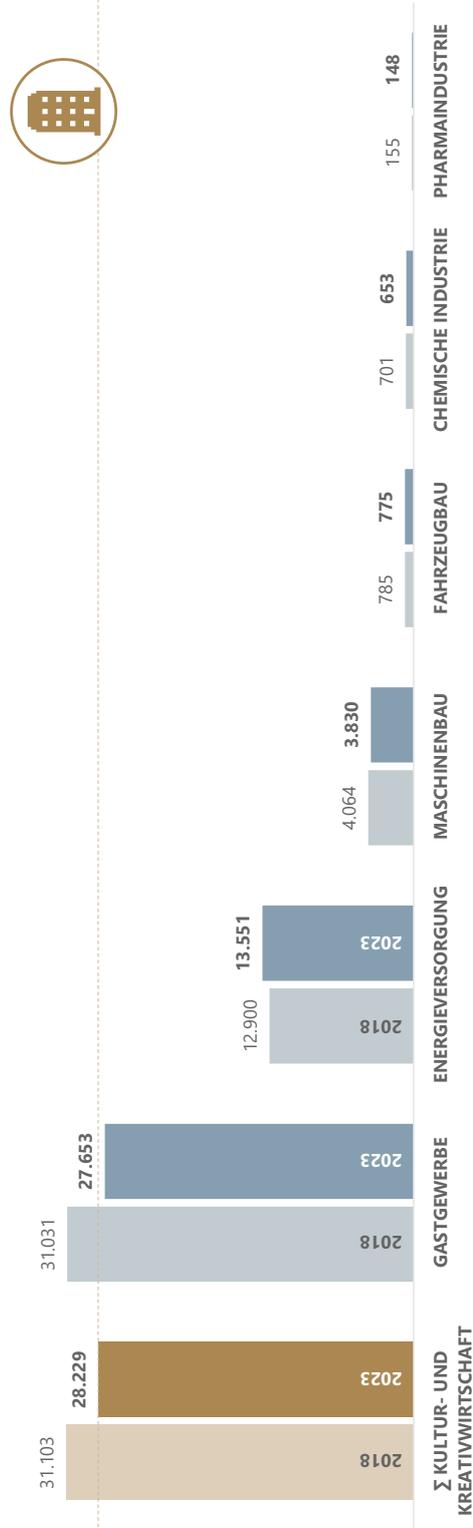
## UNTERNEHMEN DER KULTUR- & KREATIVWIRTSCHAFT IM BRANCHENVERGLEICH

Auch beim Vergleich der Anzahl an Unternehmen in verschiedenen Branchen zeigt sich die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für Baden-Württemberg: Im Jahr 2023 waren dort rund 28.200 Unternehmen in der KKW gemeldet. Unter den vergleichbaren Branchen weist die KKW die höchste Anzahl an Unternehmen auf, dicht gefolgt vom Gastgewerbe mit rund 27.600 Betrieben. Die Kultur- und Kreativwirtschaft weist dabei eine besonders hohe Zahl an Solo-Selbstständigen und Unternehmen mit geringerem Umsatzniveau auf. Die Zahl der Unternehmen in der KKW ist mehr als doppelt so hoch wie in der Energie-

versorgung und mehr als fünfmal so hoch wie in Baden-Württembergs Maschinenbau, Fahrzeugbau, Chemischer Industrie und Pharmazeutischer Industrie zusammen (insgesamt etwa 5.400 Unternehmen).

Im Jahr 2023 ist im Vergleich zu 2018 in allen Branchen mit Ausnahme der Energieversorgung, die um rund 5 Prozent gewachsen ist, ein Rückgang der Unternehmenszahlen zu verzeichnen. Den stärksten Rückgang verzeichnet das Gastgewerbe mit -11 Prozent, gefolgt von der KKW mit -9 Prozent.

### UNTERNEHMEN DER KULTUR- & KREATIVWIRTSCHAFT IM BRANCHENVERGLEICH, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018 VS. 2023



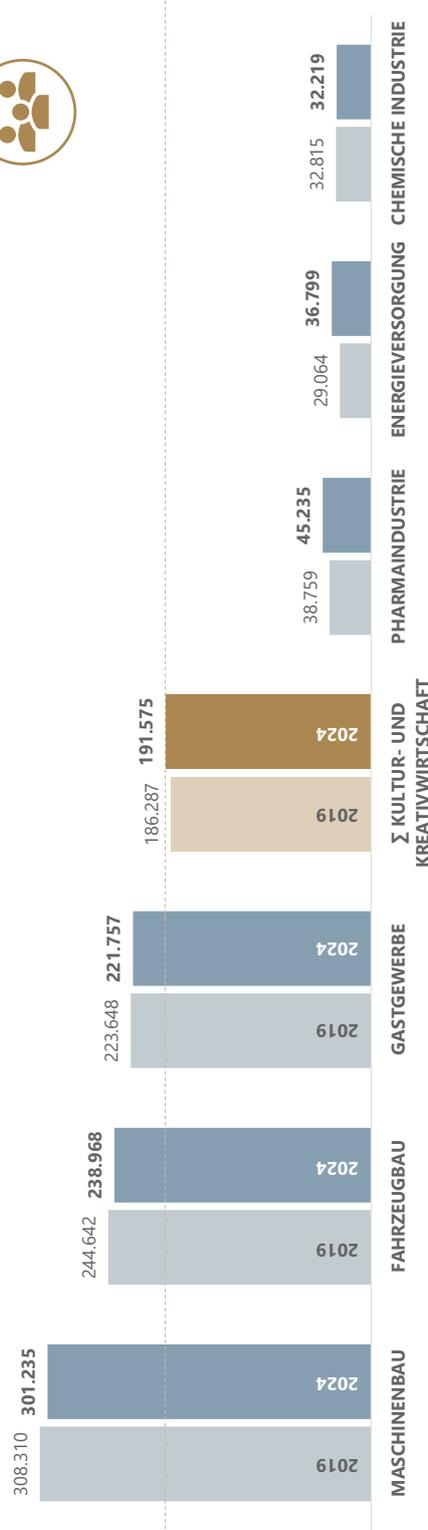
## BESCHÄFTIGTE DER KULTUR- & KREATIVWIRTSCHAFT IM BRANCHENVERGLEICH

Mehr als 191.000 Menschen sind im Jahr 2024 in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg beschäftigt. In der KKW sind somit mehr Personen tätig als in der Pharmaindustrie, der Energieversorgung und der Chemischen Industrie zusammen (insgesamt rund 114.000). Im Jahr 2024 erreichte die KKW so etwa 86 Prozent der Beschäftigten im Gastgewerbe. Gegenüber 2019 ist in der KKW ein leichtes Wachstum an Beschäftigten zu beobachten (+ 3 %).

Der Maschinenbau, der Fahrzeugbau und das Gastgewerbe verzeichneten im selben Zeitraum jeweils einen leichten Rückgang von rund 1 bis 2 Prozent. In der Pharmaindustrie, der Energieversorgung und der Chemischen Industrie stieg hingegen die Anzahl der Beschäftigten.

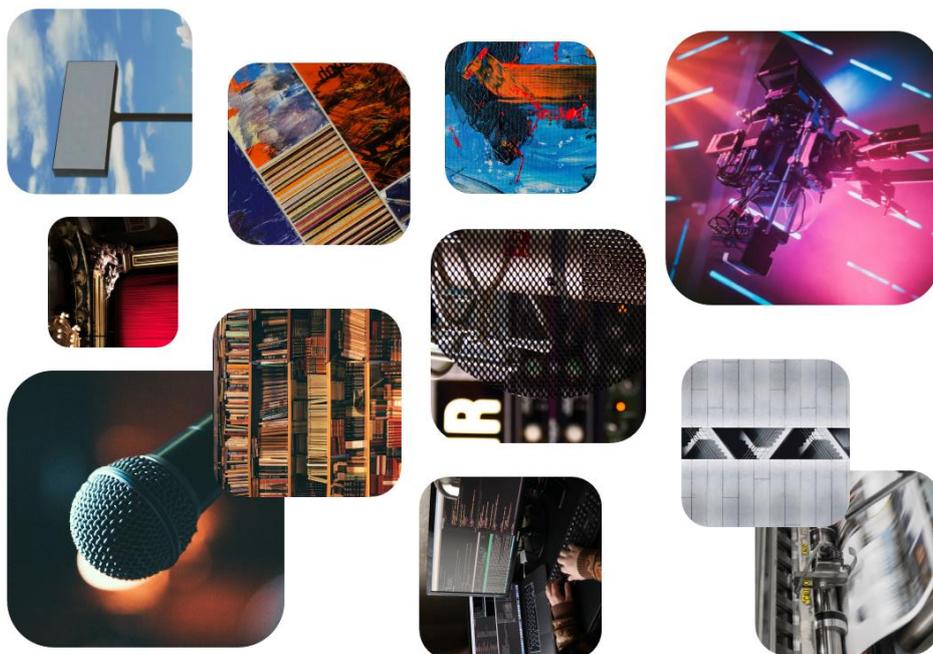
*Hinweis: Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Dies verhindert das Double-Counting von Beschäftigten gegenüber der zuvor verwendeten Definition (Summe aus sv-pflichtig und allen geringfügig Beschäftigten).*

### ANZAHL BESCHÄFTIGTE (GESAMT) IN DER KULTUR- & KREATIVWIRTSCHAFT IM BRANCHENVERGLEICH, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2019 VS. 2024



# TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR

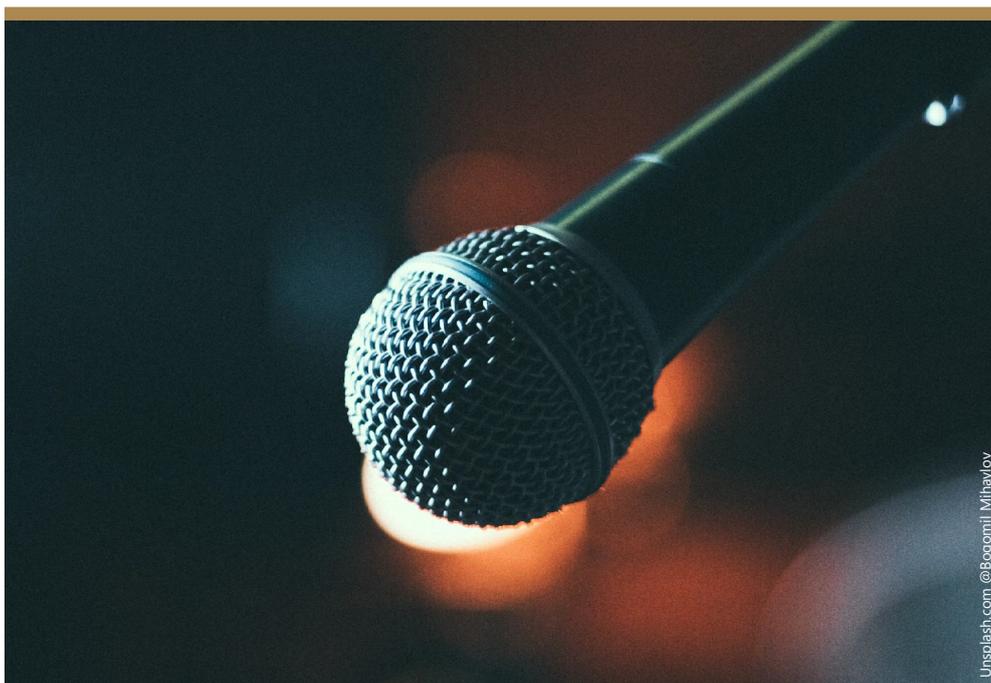




# MUSIKWIRTSCHAFT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



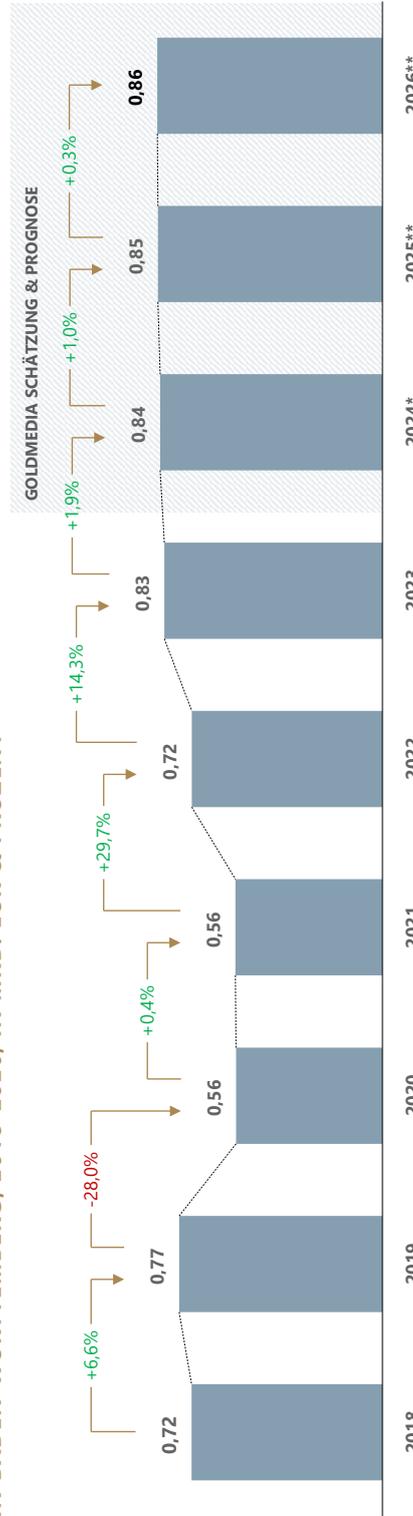
Unsplash.com @Bogomil Mihaylov



## MUSIKWIRTSCHAFT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Nach den weitreichenden Folgen der Corona-Pandemie in den Jahren 2020 und 2021 und den bereits deutlichen Erholungseffekten im Jahr 2022 konnte die Musikwirtschaft in Baden-Württemberg 2023 das Niveau vor der Pandemie sogar übertreffen. Trotz der gestiegenen Kostenstrukturen, insbesondere im Personalbereich, verzeichnete vor allem der Veranstaltungssektor, von Konzerthallen bis zu Opernhäusern und Orchestern, weiterhin ein kräftiges Wachstum. Aber auch andere Bereiche, wie der Einzelhandel mit Musikinstrumenten sowie der Musikinstrumentenbau, konnten im Vergleich zu den Vorjahren signifikante Zuwächse erzielen. Für die kommenden Jahre wird eine weiterhin stabile Entwicklung erwartet.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IN DER MUSIKWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

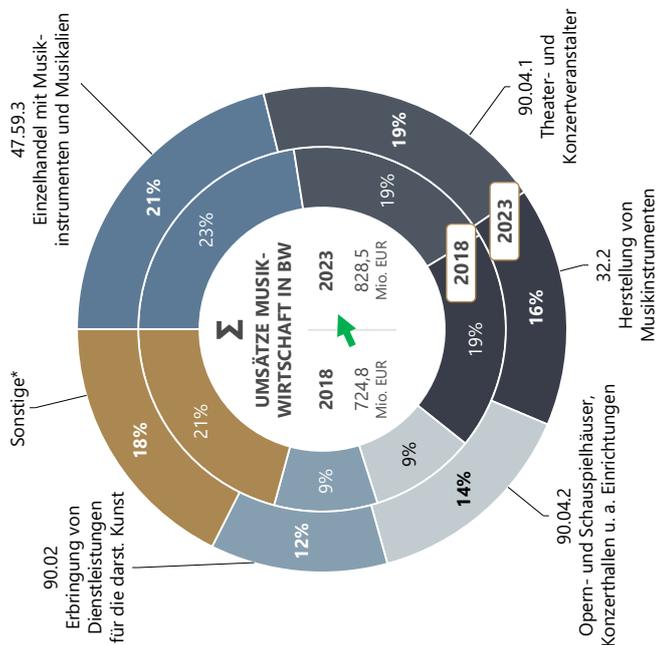


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor. Daten bis 2023 nach: DESTATIS.  
Werte ab 2023 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang).



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER MUSIKWIRTSCHAFT



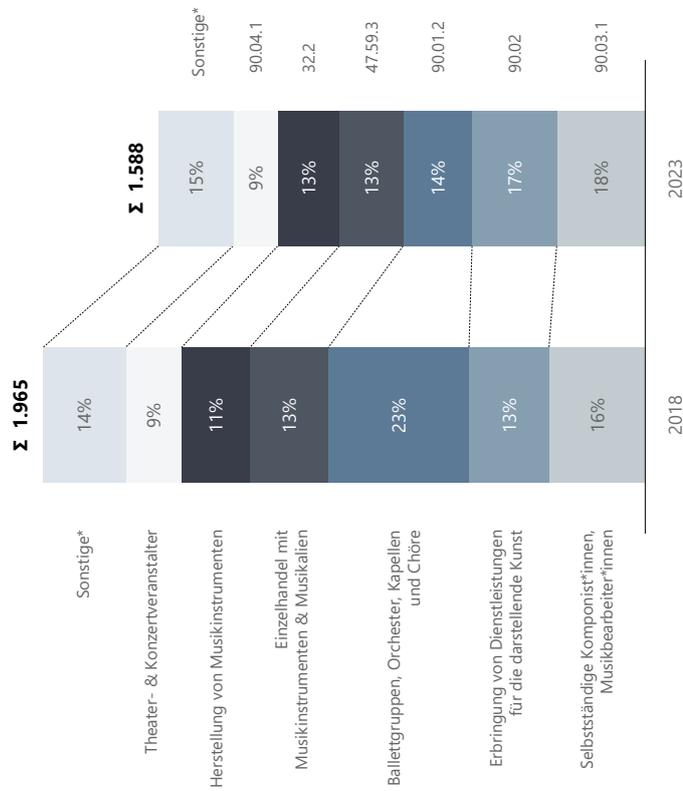
Insgesamt sind die Umsätze in der Musikwirtschaft zwischen 2018 und 2023 um rund 100 Mio. EUR gewachsen. Die Entwicklung war dabei in den einzelnen Wirtschaftszweigen unterschiedlich. So wuchsen u.a. die Umsätze von Opern- und Schauspielhäusern, Konzerthallen und ähnlichen Einrichtungen, der Dienstleistungen für die darstellende Kunst, der Theater- und Konzertveranstalter sowie des Einzelhandels mit Musikinstrumenten und Musikalien zum Teil erheblich. Auch das Verlegen von bespielten Tonträgern legte zu. Andere WZ wie die Herstellung von Musikinstrumenten, das Verlegen von Musikalien, Tonstudios sowie der Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern mussten hingegen im Zeitraum Umsatzverluste hinnehmen.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER MUSIKWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	163,3	175,2
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	136,6	159,9
32.2	Herstellung von Musikinstrumenten	140,6	132,2
90.04.2	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen	67,8	118,5
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	65,8	97,0
90.03.1	Selbstständige Komponist*innen, Musikbearbeiter*innen	32,5	32,6
90.01.2	Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre	31,8	31,2
59.20.3	Verlegen von Musikalien	35,8	29,3
59.20.2	Verlegen von bespielten Tonträgern	19,2	26,7
59.20.1	Tonstudios und Herstellung von Hörfunkbeiträgen	15,9	13,6
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern	15,4	12,5
<b>Σ</b>	<b>Musikmarkt</b>	<b>724,8</b>	<b>828,5</b>



## VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IN DER MUSIKWIRTSCHAFT



Zwischen 2018 und 2023 ist die Zahl der Unternehmen in der Musikwirtschaft, in erster Linie bedingt durch die Anhebung der Grenze für die Kleinunternehmerregelung, von 1.965 im Jahr 2018 auf 1.588 Unternehmen 2023 gesunken. Den größten Anteil machten 2023 die selbstständigen Komponist\*innen und Musikbearbeiter\*innen (18 %) sowie die Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst aus (17 % der Unternehmen).

**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IN DER MUSIKWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.03.1	Selbstständige Komponist*innen, Musikbearbeiter*innen	314	289
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	261	276
90.01.2	Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre	459	225
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	256	208
32.2	Herstellung von Musikinstrumenten	223	201
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	183	146
59.20.3	Verlegen von Musikalien	85	85
59.20.1	Tonstudios und Herstellung von Hörfunkbeiträgen	73	57
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern	53	48
59.20.2	Verlegen von bespielten Tonträgern	34	28
90.04.2	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen	24	25
<b>Σ</b>	<b>Musikwirtschaft</b>	<b>1.965</b>	<b>1.588</b>

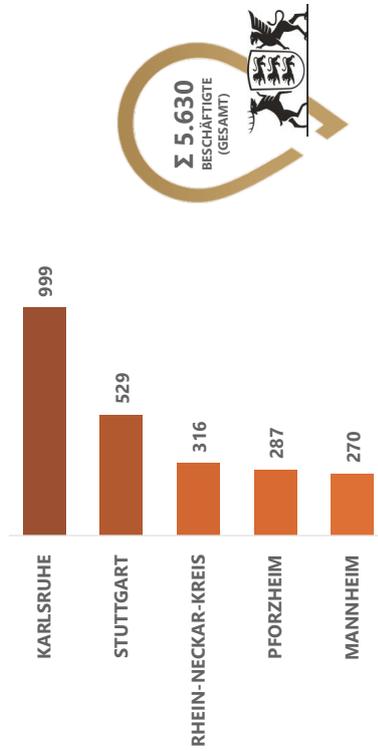


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IN DER MUSIKWIRTSCHAFT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

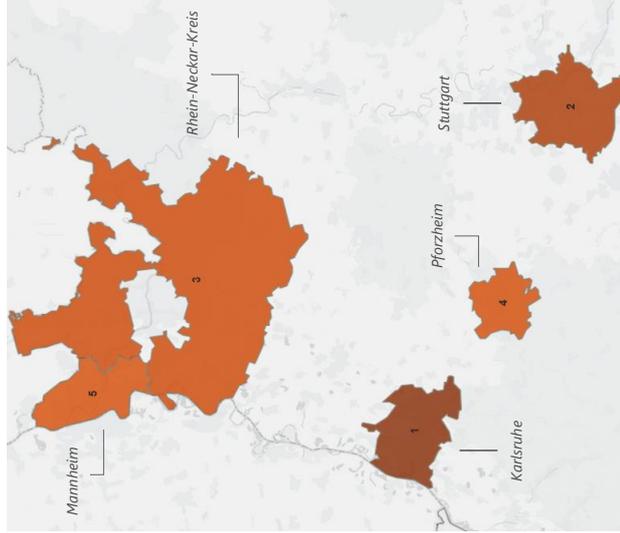
Im Musikmarkt in Baden-Württemberg waren im Jahr 2024 insgesamt 5.630 Personen beschäftigt. Mit 999 Beschäftigten im Jahr 2024 findet sich der größte Ballungsraum für die Musikwirtschaft Baden-Württembergs in Karlsruhe. Ein weiteres Zentrum befindet sich in der Landeshauptstadt Stuttgart (529 Beschäftigte).

Der Rhein-Neckar-Kreis weist 319 beschäftigte Personen auf. Es folgen mit 287 bzw. 270 Beschäftigten Pforzheim und Mannheim. Die kreisfreie Stadt Pforzheim konnte aufgrund von Anonymisierung im Jahr 2023 nicht ausgewiesen werden.

### ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



### REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IN DER MUSIKWIRTSCHAFT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

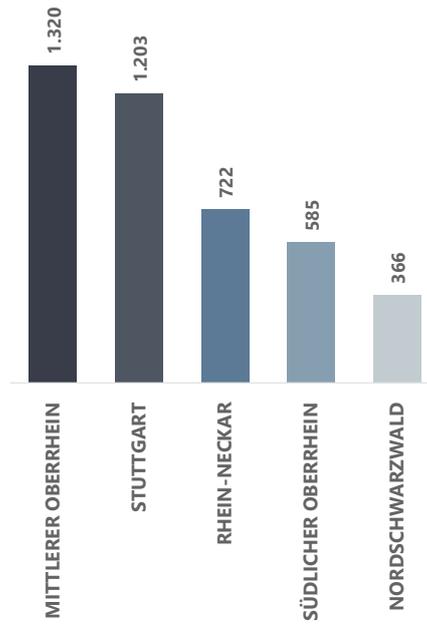


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

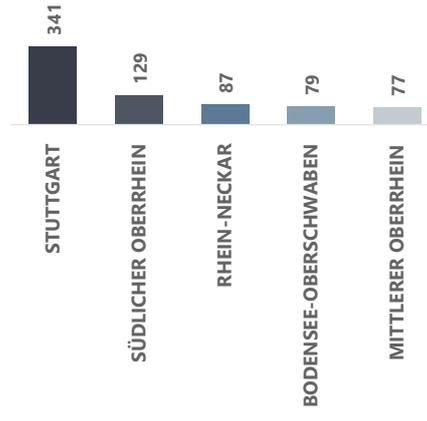


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IN DER MUSIKWIRTSCHAFT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# BUCHMARKT

## TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

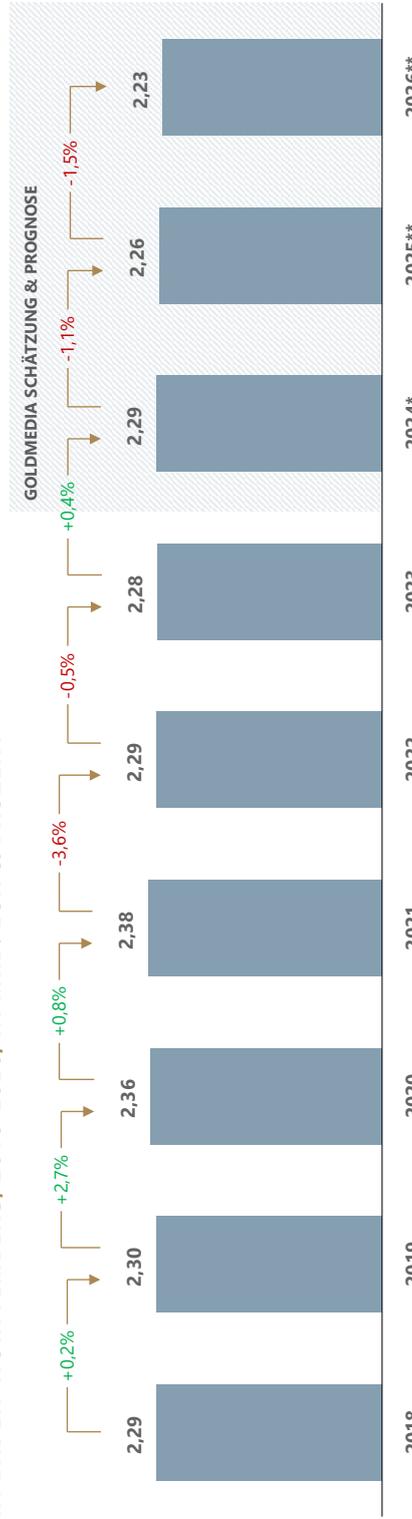
GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



## BUCHMARKT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Nach einem pandemiebedingten Zwischenhoch in den Jahren 2020 und 2021 mit Umsätzen von rund 2,4 Mrd. EUR hat sich der baden-württembergische Buchmarkt seit 2022 wieder auf dem Vor-Corona-Niveau von etwa 2,3 Mrd. EUR stabilisiert. Für die Jahre 2024 bis 2026 ist von einer weitgehend konstanten Umsatzentwicklung auszugehen – mit leicht rückläufiger Tendenz.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IM BUCHMARKT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

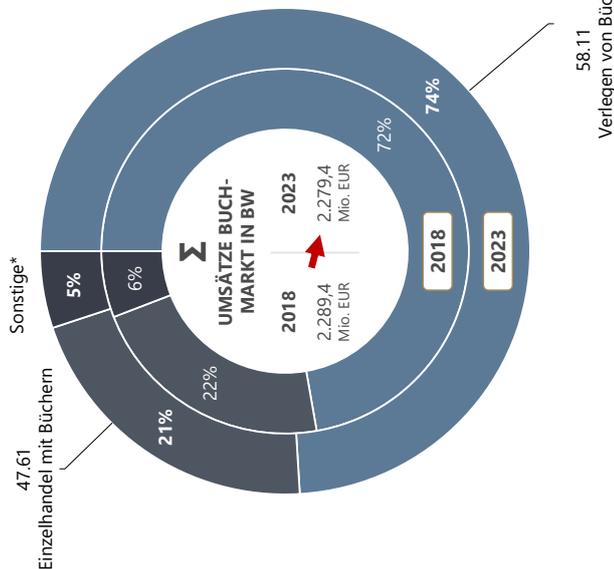


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM BUCHMARKT

Die Umsätze im Buchmarkt waren zwischen 2018 und 2023 in der Gesamtschau nahezu stabil. Den mit Abstand größten Umsatzanteil generieren weiterhin die Buchverlage, die zudem als einziger Bereich spürbar zulegen konnten. Ebenfalls leicht gestiegen sind die Umsätze selbstständiger Schriftstellerinnen und Schriftsteller. Rückläufig entwickelten sich hingegen die Umsätze im Einzelhandel mit Büchern sowie – auf geringerem Niveau – im Bereich Übersetzen und bei den Antiquariaten.



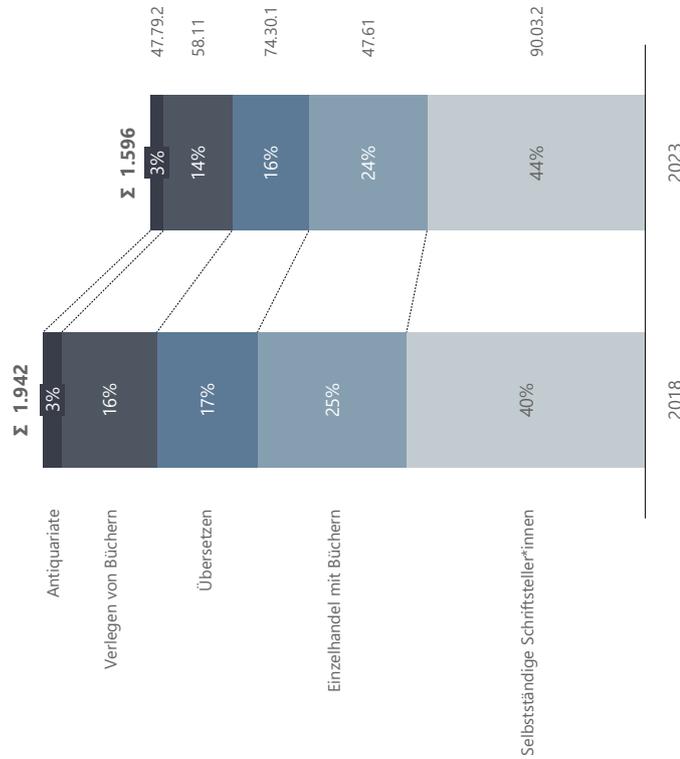
GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM BUCHMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
58.11	Verlegen von Büchern	1.654,0	1.687,7
47.61	Einzelhandel mit Büchern	500,9	475,2
90.03.2	Selbstständige Schriftsteller*innen	55,5	58,3
74.30.1	Übersetzen	65,8	49,3
47.79.2	Antiquariate	13,3	8,8
<b>Σ Buchmarkt</b>		<b>2.289,4</b>	<b>2.279,4</b>

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. Die Zahlen differieren leicht von den ausgewiesenen Umsätzen des Börsenvereins des deutschen Buchhandels (Umsatz der Verlage 2023: 1,73 Mrd. EUR, Umsatz im Buchhandel 2022: 445 Mio. EUR). Grund ist die differierende Methodik der Destatis-Umsatzsteuerstatistik und WZ-Klassifikation, welche Unternehmen nach ihrer Haupttätigkeit gliedert und somit teilweise auch bereichsfremde Umsätze mit erfassen kann. \* Die Kategorie „Sonstige“ umfasst die restlichen in der Tabelle aufgeführten Branchen.



## VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM BUCHMARKT



Im Jahresvergleich 2018 vs. 2023 der Unternehmensstruktur im Buchmarkt Baden-Württembergs zeigt sich ein Rückgang von rund 350 Unternehmen. Dieser Rückgang ist vor allem auf die Anhebung der Grenze für die Kleinunternehmerregelung zurückzuführen.

Den größten Anteil machten 2023 die selbstständigen Schriftsteller\*innen (44 %), der Einzelhandel mit Büchern (24 % der Unternehmen) sowie die Übersetzer\*innen mit 248 Unternehmen (16 %) aus. Knapp dahinter folgen die baden-württembergischen Buchverlage mit 221 Unternehmen (14 % aller Unternehmen im Buchmarkt).

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM BUCHMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.03.2	Selbstständige Schriftsteller*innen	770	704
47.61	Einzelhandel mit Büchern	481	381
74.30.1	Übersetzen	324	248
58.11	Verlegen von Büchern	307	221
47.79.2	Antiquariate	60	42
<b>Σ Buchmarkt</b>		<b>1.942</b>	<b>1.596</b>

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. Die Zahlen differieren von den ausgewiesenen Unternehmenszahlen des Börsenvereins des deutschen Buchhandels (Anzahl Verlage 2023: 249, Anzahl Buchhandlungen 2023: 541). Grund ist die differierende Methodik der Destatis-Umsatzsteuerstatistik und WZ-Klassifikation, welche Unternehmen nach ihrer Haupttätigkeit gliedert, so dass Unternehmen, deren Haupttätigkeit neben dem Verlegen von oder dem Handel mit Büchern eine andere ist, ggf. nicht erfasst sind.



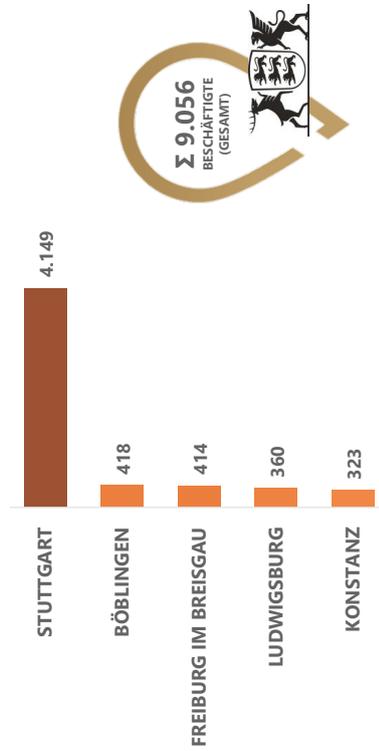
## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IM BUCHMARKT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

Insgesamt waren im Buchmarkt in Baden-Württemberg im Jahr 2024 über 9.000 Personen beschäftigt.

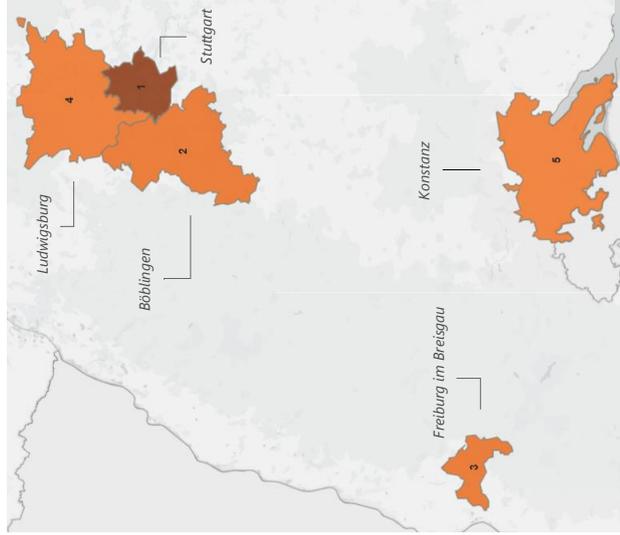
Fast die Hälfte der Beschäftigten befindet sich in der Landeshauptstadt Stuttgart (4.149). Der Landkreis Böblingen und die kreisfreie Stadt Freiburg im Breisgau folgen mit großem Abstand und rund 400 Beschäftigten auf dem zweiten Platz.

Ludwigsburg und Konstanz schließen die Top-5-Liste mit 360 bzw. 323 Beschäftigten ab.

### ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



### REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IM BUCHMARKT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

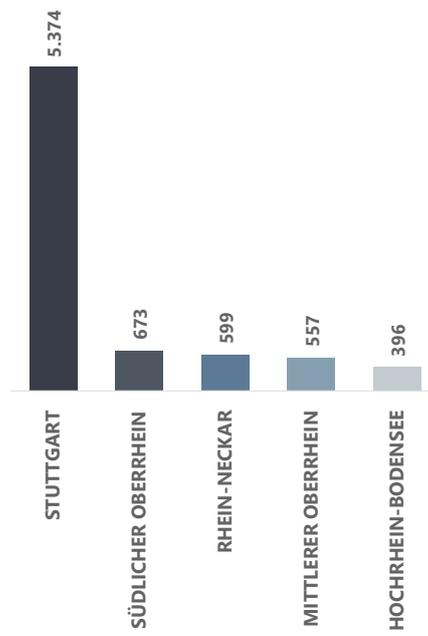


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

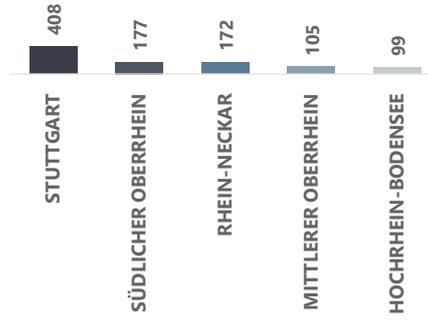


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IM BUCHMARKT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# KUNSTMARKT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



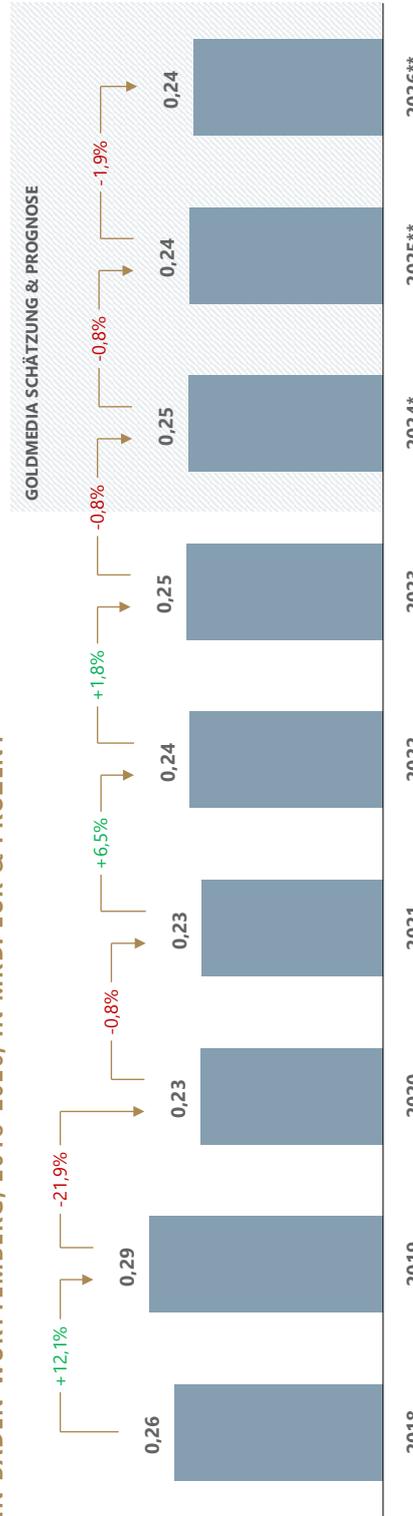


## KUNSTMARKT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Im Vor-Corona-Jahr 2019 erreichten die Umsätze des baden-württembergischen Kunstmarktes nahezu 300 Mio. EUR.

Infolge pandemiebedingter Einschränkungen wie Galerieschließungen, verkürzten Öffnungszeiten und abgesagten Kunstmessex kam es 2020 und 2021 zu deutlichen Einbußen. Seit 2022 hat sich der Markt auf einem stabilen Niveau von rund 250 Mio. EUR eingependelt – ein Wert, der voraussichtlich auch in den Jahren bis 2026 gehalten wird.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IM KUNSTMARKT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

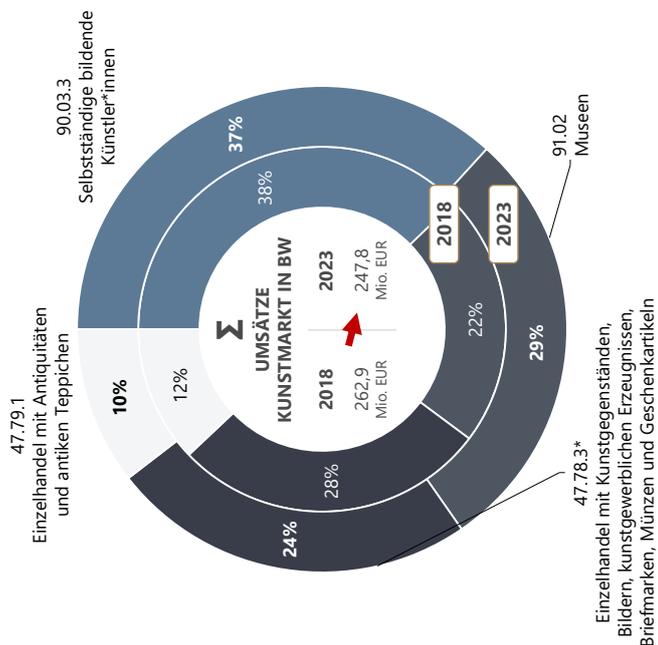


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS;  
Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang).



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM KUNSTMARKT



Die Umsätze im Kunstmarkt sind zwischen 2018 und 2023 um rund 15 Mio. EUR gesunken. Der Rückgang betrifft mehrere Wirtschaftszweige, wobei insbesondere der Einzelhandel mit Kunstgegenständen, kunstgewerblichen Erzeugnissen und Ähnlichem sowie der Bereich der selbstständigen bildenden Künstler\*innen rückläufig waren. Auch der Einzelhandel mit Antiquitäten verzeichnete ein Minus. Einzig die Museen konnten ihre Umsätze in diesem Zeitraum deutlich steigern.

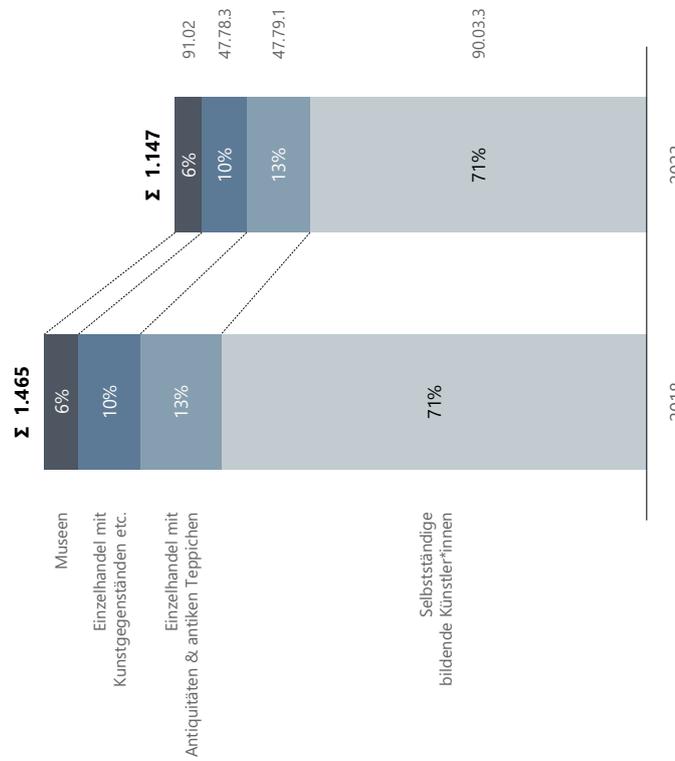
GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM KUNSTMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.03.3	Selbstständige bildende Künstler*innen	99,3	91,0
91.02	Museen	59,1	71,0
47.78.3*	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln	72,7	59,9
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen	31,8	26,0
<b>Σ Kunstmarkt</b>		<b>262,9</b>	<b>247,8</b>

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. \* Nach Definition des Kunstmarktes wird die WZ 47.78.3 Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln umsatzseitig zu 20 Prozent zugerechnet (vgl. Methodik).



## VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM KUNSTMARKT



Die Zahl der Unternehmen im Kunstmarkt Baden-Württembergs reduzierte sich zwischen 2018 und 2023 um rund 320 Unternehmen. Für den Rückgang ist im Wesentlichen die Anhebung der Grenze für die Kleinunternehmerregelung verantwortlich.

Den mit Abstand größten Anteil machten 2021 die selbstständigen bildenden Künstler\*innen aus (71 % aller Unternehmen), geringere Anteile hat der Einzelhandel mit Antiquitäten & antiken Teppichen (13 %) sowie der Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen & Geschenkartikeln (10 %). In den Jahren 2018 bis 2023 hat sich die prozentuale Verteilung des Teilmarktes nicht verändert.

**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM KUNSTMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.03.3	Selbstständige bildende Künstler*innen	1.035	819
47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen	198	154
47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln	150	109
91.02	Museen	83	65
<b>Σ Kunstmarkt</b>		<b>1.466</b>	<b>1.147</b>

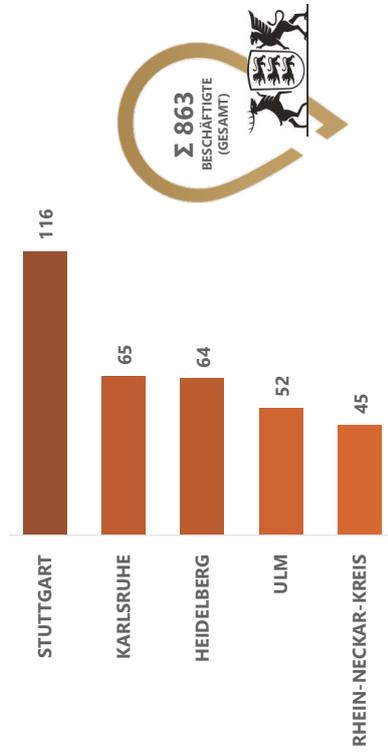


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IM KUNSTMARKT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

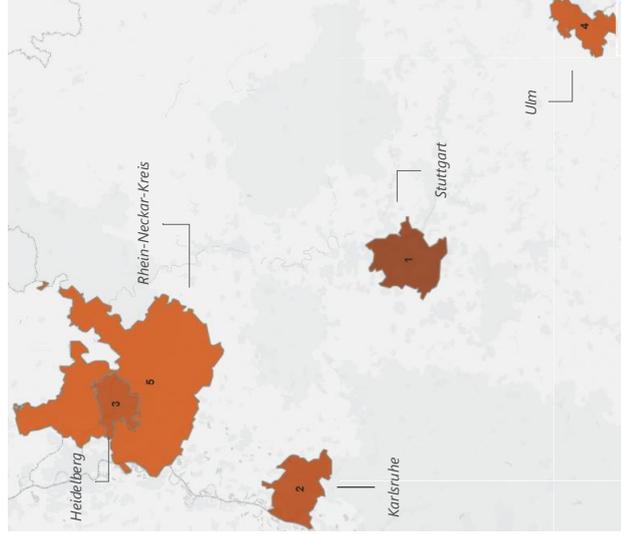
Der Kunstmarkt in Baden-Württemberg verzeichnete im Jahr 2024 insgesamt 863 Beschäftigte.

Die Landeshauptstadt Stuttgart bildet mit 116 Beschäftigten das größte Beschäftigungszentrum. Weitere Zentren des Kunstmarktes in Baden-Württemberg bilden die Universitätsstädte und Ballungsräume Karlsruhe (65), Heidelberg (64), Ulm (52) sowie der Rhein-Neckar-Kreis (45).

ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IM KUNSTMARKT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

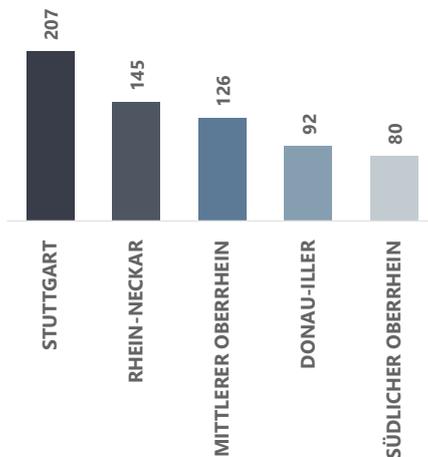


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

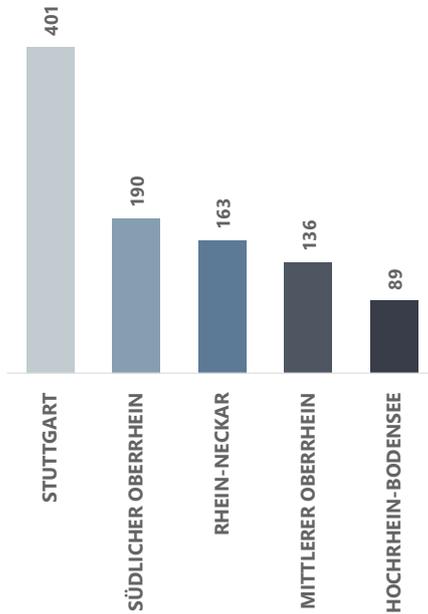


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IM KUNSTMARKT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN: TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
 Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# FILMWIRTSCHAFT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



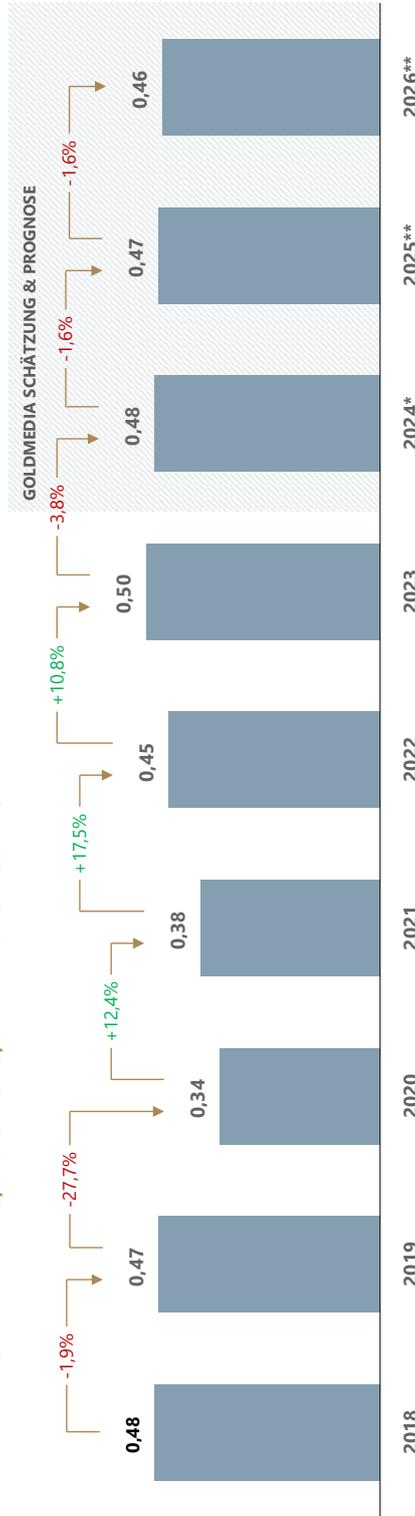
Unsplash.com @Jakob Owens



## FILMWIRTSCHAFT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Bereits vor der Corona-Pandemie hatte die baden-württembergische Filmwirtschaft Umsatzrückgänge zu verkraften. Die Pandemie verstärkte diesen Abwärtstrend: 2020 sanken die Umsätze um fast ein Viertel auf 340 Mio. EUR. 2021/22 setzte eine Erholung ein. Mit einem Umsatz von rund 500 Mio. EUR erreichte die Branche 2023 erneut das Vor-Krisen-Niveau, getragen vor allem durch eine positive Entwicklung der Filmproduktion. Zunehmende Fachkräftengpässe und Produktionskosten sowie sinkende Auftragsbudgets führen hier jedoch zu einer Trendumkehr. Die Kinobranche konnte sich zwar ebenfalls erholen, liegt aber weiterhin unter den Werten der Vor-Pandemie-Zeit. Für die kommenden Jahre rechnet Goldmedia im Filmmarkt mit einer leicht rückläufigen Entwicklung mit Umsätzen zwischen 480 und 460 Mio. EUR bis 2026.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IN DER FILMWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

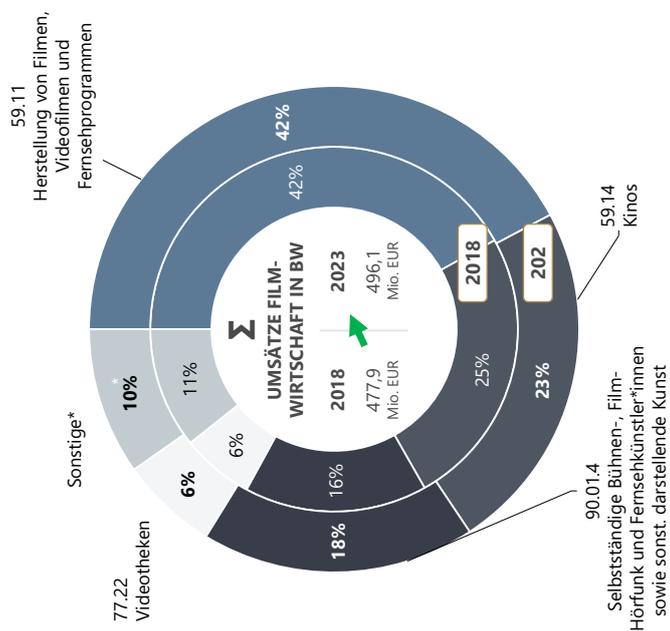


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS und Goldmedia-Schätzung;  
Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang).



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER FILMWIRTSCHAFT



Insgesamt stiegen die Umsätze der baden-württembergischen Filmwirtschaft zwischen 2018 und 2023 leicht an – von rund 478 Mio. EUR auf etwa 496 Mio. EUR. Die Filmproduktion (Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen) und der Bereich der selbstständigen darstellenden Künstler\*innen konnten zulegen. Positiv entwickelte sich auch die Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik, deren Umsatz trotz vergleichsweise kleinem Gesamtvolumen leicht gestiegen ist.

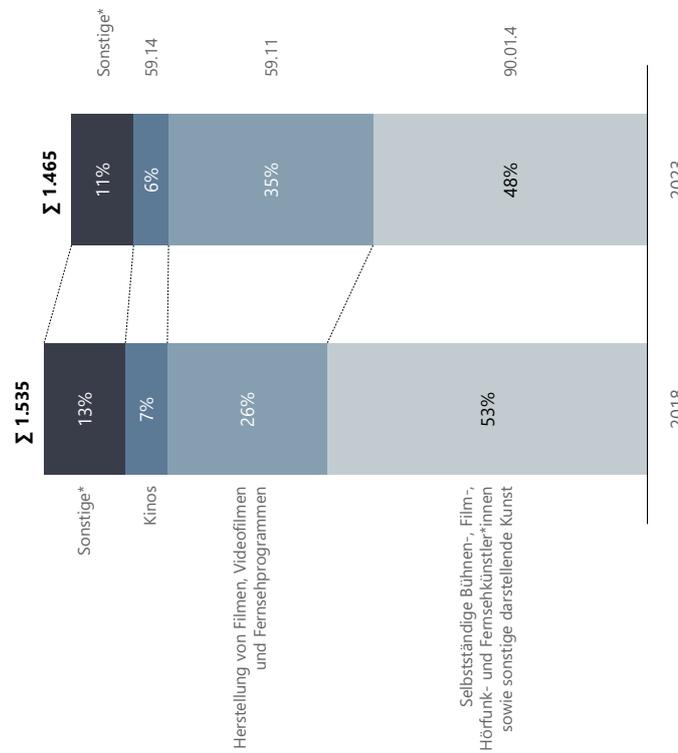
Währenddessen gingen die Umsätze der Kinos leicht zurück. Rückgänge gab es zudem beim Filmverleih sowie im Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern.

**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER FILMWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
59.11	Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen	200,3	209,4
59.14	Kinos	119,0	116,4
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler*innen sowie sonstige darstellende Kunst	77,0	89,8
77.22	Videotheken	30,6	32,0
59.13	Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken)	29,5**	28,2
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern	15,4	12,5
59.12	Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik	6,2**	7,9
<b>Σ</b>	<b>Filmmarkt</b> (inkl. Schätzung anonymisierter Werte)	<b>477,9</b>	<b>496,1</b>



## VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IN DER FILMWIRTSCHAFT



Zwischen 2018 und 2023 ist die Zahl der Unternehmen in der baden-württembergischen Filmwirtschaft leicht von 1.535 auf 1.465 gesunken. Dieser Rückgang lässt sich vor allem auf eine geringere Zahl von Selbstständigen zurückführen, die in den Bereichen Bühne, Film, Hörfunk und Fernsehen tätig sind. Diese Gruppe stellte 2023 mit 598 Unternehmen zwar weiterhin den größten Anteil (48 %), verzeichnete jedoch einen deutlichen Rückgang im Vergleich zu 2018. Dagegen konnte die Herstellung von Film- und Fernsehproduktionen ihren Anteil am Gesamtmarkt weiter ausbauen: Ihr Anteil stieg von 26 Prozent im Jahr 2018 auf 35 Prozent im Jahr 2023 – entgegen dem allgemeinen Trend des Marktes.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IN DER FILMWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
<b>90.01.4</b>	Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler*innen sowie sonstige darstellende Kunst	815	698
<b>59.11</b>	Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen	406	520
<b>59.14</b>	Kinos	107	89
<b>47.63</b>	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern	53	48
<b>59.12</b>	Nachbearbeitung und sonstige Filmetechnik	46**	45
<b>59.13</b>	Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken)	50**	36
<b>77.22</b>	Videotheken	58	29
<b>Σ Filmmarkt</b>		<b>1.535</b>	<b>1.465</b>

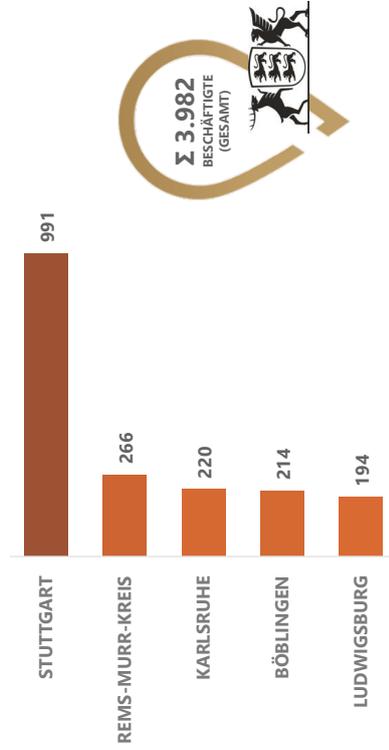


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IN DER FILMWIRTSCHAFT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

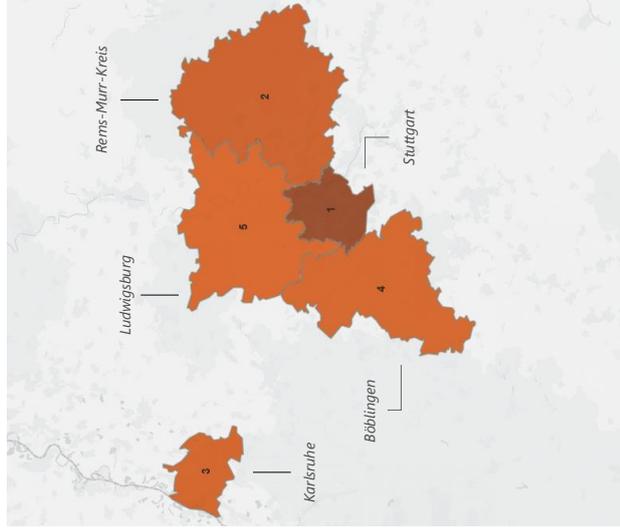
In der Filmwirtschaft in Baden-Württemberg waren im Jahr 2024 insgesamt 3.982 Personen beschäftigt.

Die meisten Beschäftigten finden sich in der Landeshauptstadt Stuttgart (991 Personen). Es folgen der Rems-Murr-Kreis (266), Karlsruhe (220) sowie Böblingen mit 214 Beschäftigten und Ludwigsburg mit knapp unter 200 Beschäftigten.

ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IN DER FILMWIRTSCHAFT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

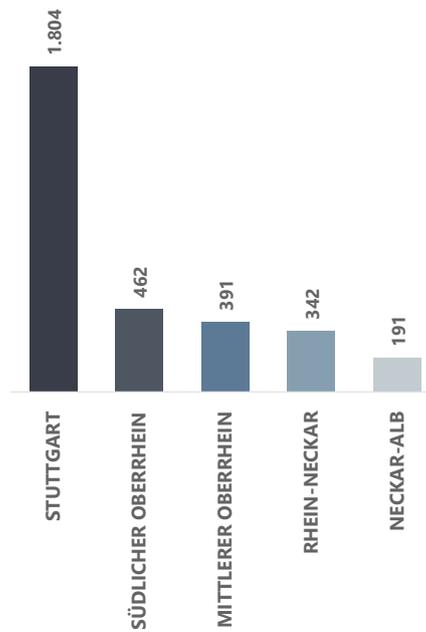


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

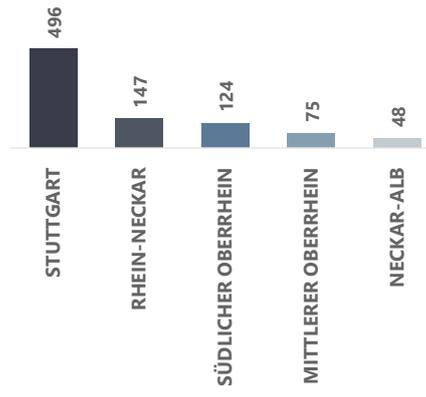


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IN DER FILMWIRTSCHAFT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# PRIVATE RUNDfunkWIRTSCHAFT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



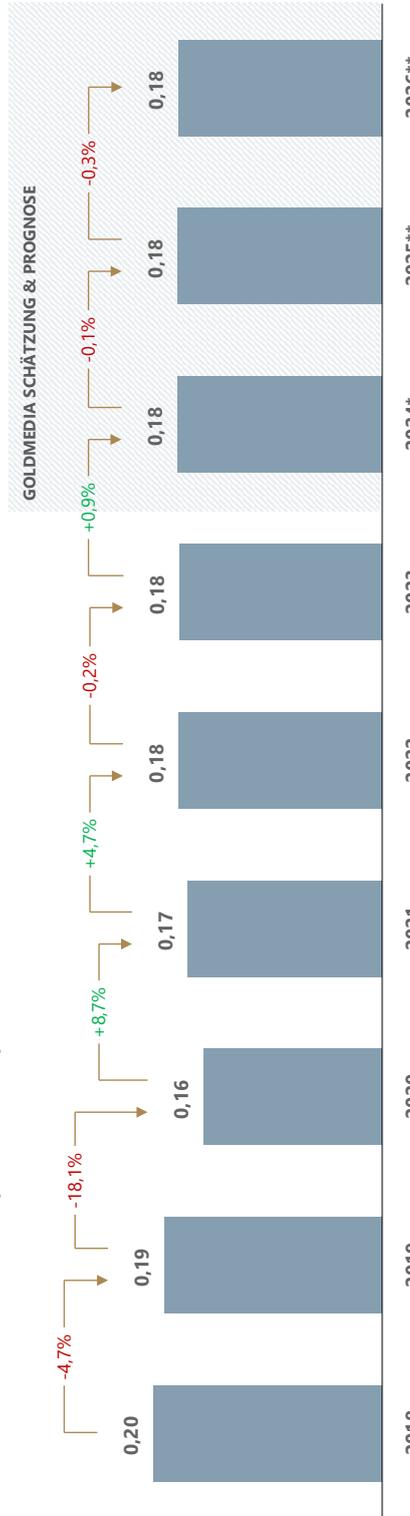
Unsplash.com @Finger Cat



## PRIVATE RUNDFUNKWIRTSCHAFT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Die private Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg ist vergleichsweise klein und verzeichnete im Jahr 2023 einen Gesamtumsatz von rund 180 Mio. EUR. Damit bewegt sich der Markt seit Jahren auf einem konstanten, aber niedrigen Niveau. Zwischen 2018 und 2020 kam es zu deutlichen Rückgängen, insbesondere im Corona-Jahr 2020, das stark unter dem Einbruch der Werbeumsätze litt. In den Folgejahren stabilisierte sich der Markt zwar wieder, eine echte Dynamik blieb jedoch aus. Auch für die Jahre 2023 bis 2026 ist lediglich mit leichten Schwankungen um die 180-Millionen-Euro-Marke zu rechnen. Erwartet wird, dass sich die schrittweise Erholung des Werbemarkts mittelfristig leicht positiv auf die Umsatzentwicklung im privaten Rundfunk auswirkt – allerdings ohne nennenswertes Wachstumspotenzial.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IN DER (PRIVATEN) RUNDFUNKWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

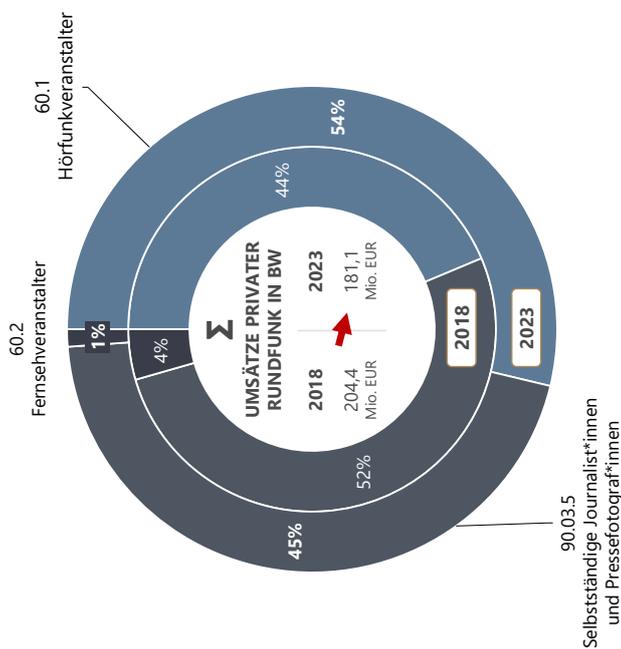


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS und Goldmedia-Schätzung;  
Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang).



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER PRIVATEN RUNDFUNKWIRTSCHAFT



Zwischen 2018 und 2023 gingen die Umsätze in der privaten Rundfunkwirtschaft in Baden-Württemberg um rund 23 Mio. EUR zurück – von rund 204 Mio. EUR auf rund 181 Mio. EUR.

Während die Hörfunkveranstalter ihre Umsätze leicht steigern konnten (+8 Mio. EUR), verzeichneten die selbstständigen Journalist\*innen und Pressefotograf\*innen deutliche Verluste von rund 25 Mio. EUR. Besonders stark betroffen war der Fernsehbereich, dessen Umsatz laut Schätzung inzwischen bei rund 2 Mio. EUR liegt.

Die verbleibenden Aktivitäten konzentrieren sich überwiegend auf regionales und lokales Fernsehen sowie einzelne bundesweit ausstrahlende Spartensender. Neben der privaten Rundfunkwirtschaft ist der SWR mit Sitz in Stuttgart als öffentlich-rechtliche Landesrundfunkanstalt für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz von zentraler Bedeutung. 2023 erwirtschaftete der SWR rund 1,1 Mrd. EUR – größtenteils über Rundfunkgebühren.<sup>1</sup> Diese öffentlich-rechtlichen Umsätze sind in den hier ausgewiesenen Zahlen nicht enthalten.

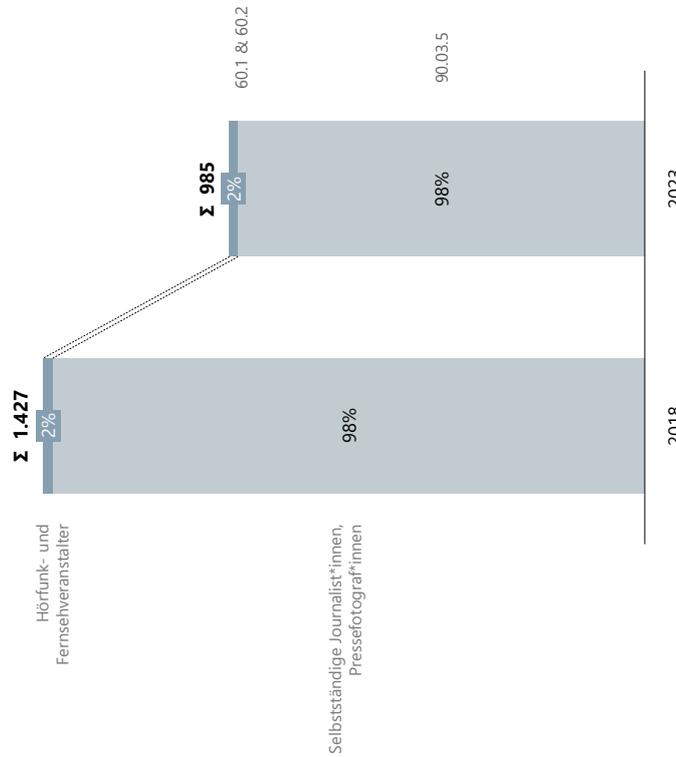
**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER (PRIVATEN) RUNDFUNKWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
60.1	Hörfunkveranstalter	89,2	97,3*
90.03.5	Selbstständige Journalist*innen und Pressefotograf*innen	106,1	81,7
60.2	Fernsehveranstalter	9,1	2,1*
<b>Σ (private) Rundfunkwirtschaft</b>		<b>204,4</b>	<b>181,1</b>

Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. \*Schätzung Goldmedia. <sup>1</sup> <https://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/pressemitteilungen/swr-geschaeftsbericht-2023-gewinn-und-verlustrechnung-100.pdf>



## VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IN DER PRIVATEN RUNDFUNKWIRTSCHAFT



Die Anzahl der Unternehmen im privaten Rundfunkmarkt in Baden-Württemberg sank zwischen 2018 und 2023 um rund 440 Unternehmen. Für den Rückgang ist im Wesentlichen die Anhebung der Grenze für die Kleinunternehmerregelung verantwortlich.

Die Akteur\*innen im privaten Rundfunkmarkt waren fast vollständig in der WZ-Klasse der selbstständigen Journalist\*innen und Pressefotograf\*innen aktiv. In diesem Wirtschaftszweig ist zugleich der maßgebliche Rückgang der Anzahl an steuerpflichtigen Unternehmen zu verorten.

Schätzungsweise sind darüber hinaus rund 20 Unternehmen im Bereich der registrierten Hörfunk- und TV-Veranstalter aktiv.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IN DER (PRIVATEN) RUNDFUNKWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

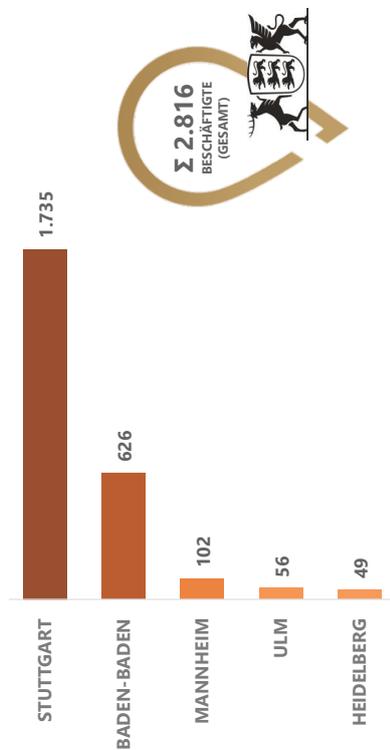
WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.03.5	Selbstständige Journalist*innen und Pressefotograf*innen	1.404	965
60.1	Hörfunkveranstalter	17	17*
60.2	Fernsehveranstalter	6	3*
<b>Σ (privater) Rundfunkwirtschaft</b>		<b>1.427</b>	<b>985</b>



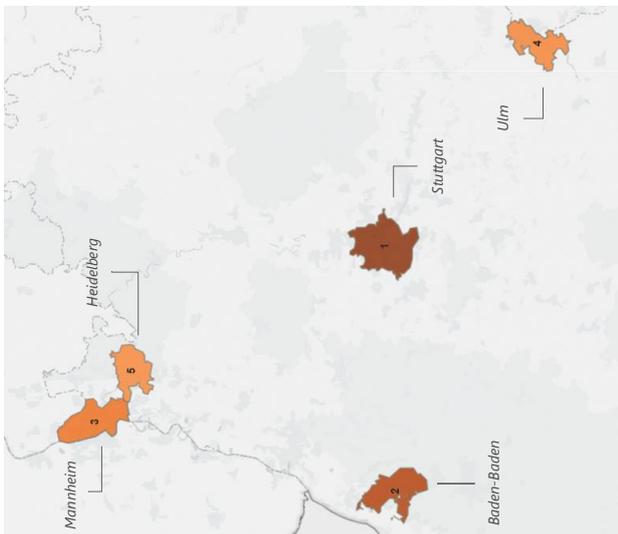
## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IN DER PRIVATEN RUNDFUNKWIRTSCHAFT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

Im privaten Rundfunkmarkt in Baden-Württemberg waren im Jahr 2024 insgesamt 2.816 Personen beschäftigt. Stuttgart bildet mit 1.735 Beschäftigten das größte Beschäftigungszentrum im Markt (Anteil von 61 %). Baden-Baden<sup>1</sup> bildet mit 626 Beschäftigten ein weiteres Zentrum. In geringerem Maße findet Beschäftigung darüber hinaus in Mannheim, Ulm und Heidelberg statt. Neben dem privaten Rundfunkmarkt ist vor allem der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Baden-Württemberg stark vertreten. Die rund 3.600 Beschäftigten des SWR (Stand 2023)<sup>2</sup> verteilen sich auf drei Funkhäuser (zwei davon in BW) sowie mehrere Studios und Büros, von denen ein Großteil in Baden-Württemberg ansässig ist.

### ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



### REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IN DER PRIVATEN RUNDFUNKWIRTSCHAFT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

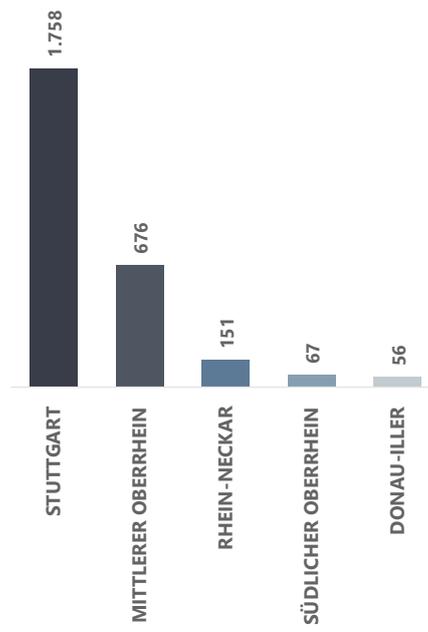


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können. <sup>1</sup> Baden-Baden und Mannheim wurden aufgrund von Anonymisierung im Jahr 2023 nicht ausgewiesen. <sup>2</sup> <https://www.ard.de/die-ard/aufgaben-der-ard/mitarbeiterinnen-und-mitarbeiter-in-der-ard-100/>

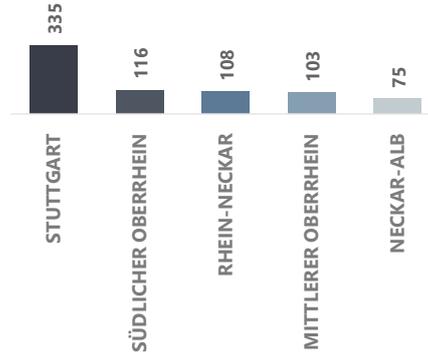


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IN DER PRIVATEN RUNDFUNKWIRTSCHAFT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



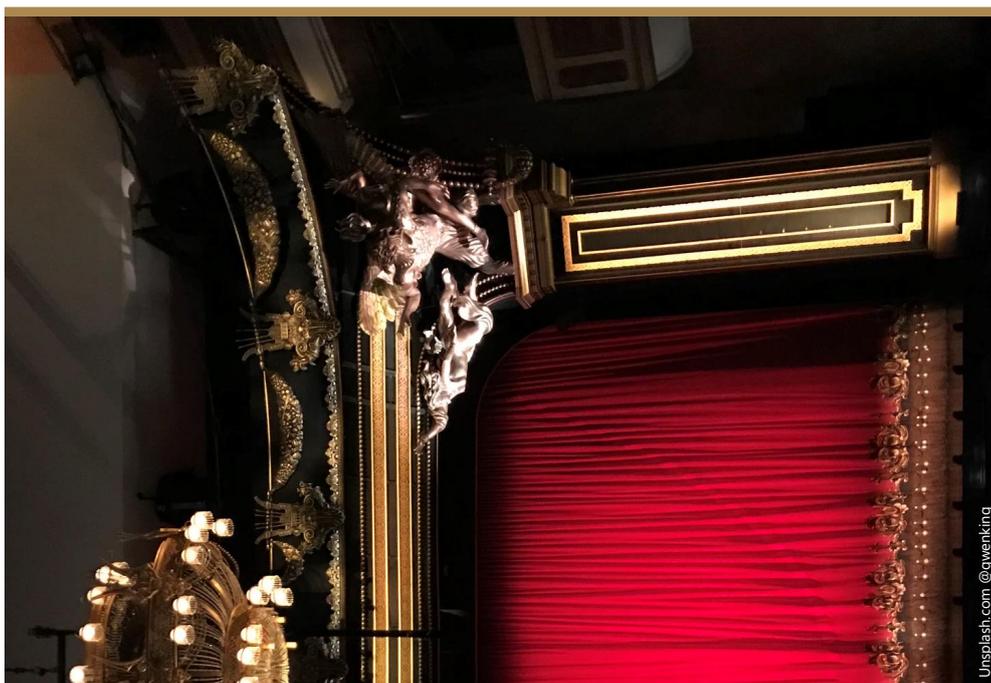
\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# MARKT FÜR DARSTELLEND KÜNSTE

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



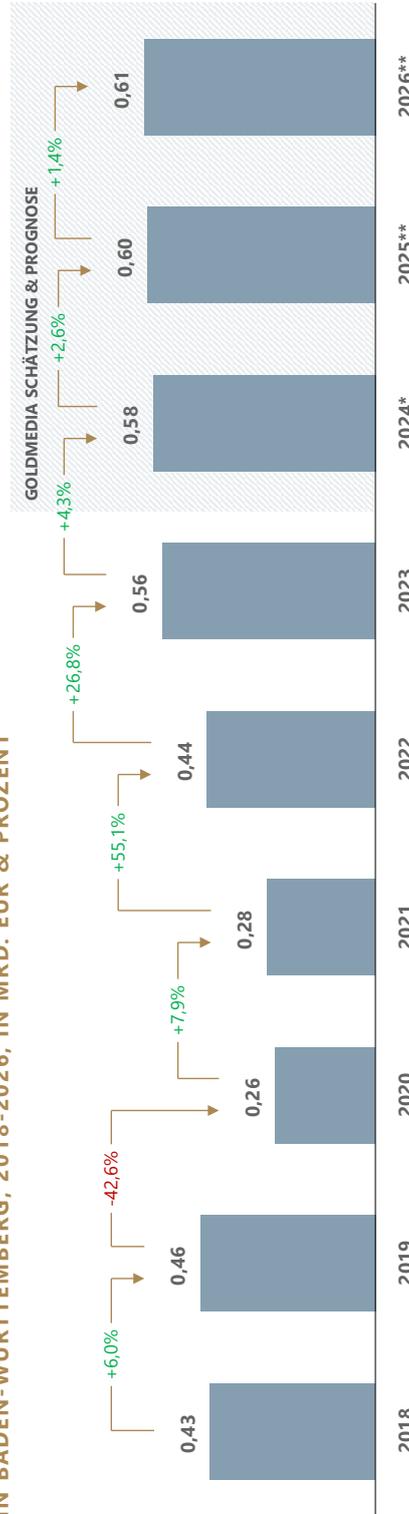
Unsplash.com @gwenking



## MARKT FÜR DARSTELLENDEN KÜNSTE: UMSATZENTWICKLUNG & -PROGNOSE

Der Markt für darstellende Künste in Baden-Württemberg hat sich nach dem starken pandemiebedingten Einbruch im Jahr 2020 bemerkenswert schnell erholt. Mit einem Umsatz von rund 440 Mio. EUR lag er 2022 bereits wieder nahe am Vor-Corona-Niveau – in einigen Teilbereichen wie bei den Selbstständigen oder bestimmten Dienstleistungsangeboten wurde dieses sogar überschritten. Im Jahr 2023 konnte der Markt noch einmal stark um über 10 Mio. EUR bzw. rund 27 Prozent wachsen. Auch die weitere Entwicklung zeigt eine positive Dynamik: Für die Jahre 2024 bis 2026 wird ein schwächeres, aber kontinuierliches Umsatzwachstum prognostiziert – auf ein Umsatzniveau von bis zu 610 Mio. EUR im Jahr 2026. Der Markt hat sich damit nicht nur stabilisiert, sondern zeigt auch Potenzial für weiteres Wachstum über das Vor-Krisen-Niveau hinaus.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IM MARKT FÜR DARSTELLENDEN KÜNSTE IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

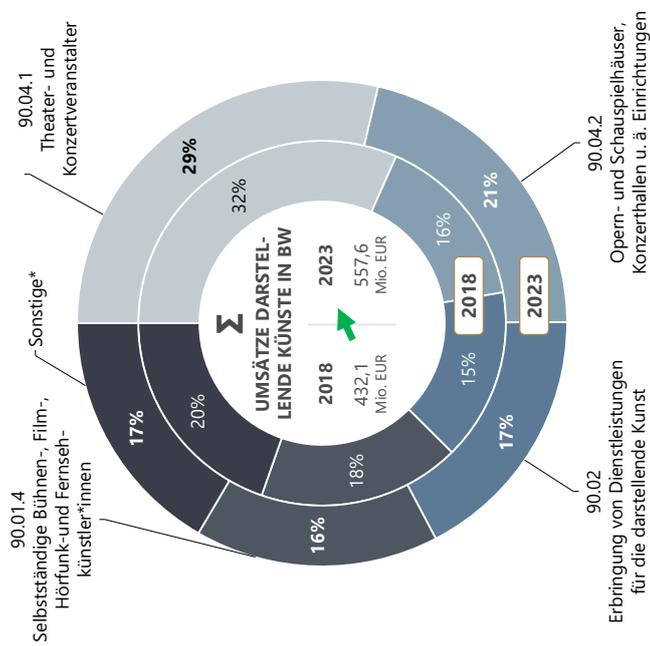


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS und Goldmedia-Schätzung; Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang). Hinweis: Die Zahlen erfassen ausschließlich den erwerbswirtschaftlichen Teil des Marktes. Öffentliche Förderungen, z. B. für kommunale Theater oder Opernhäuser, sind nicht enthalten.



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNST



Zwischen 2018 und 2023 sind die Umsätze im Markt für darstellende Künste in Baden-Württemberg von rund 432 Mio. EUR auf rund 558 Mio. EUR gestiegen.

Den größten Zuwachs verzeichneten die Opern- und Schauspielhäuser mit einem Umsatzplus von rund 51 Mio. EUR (+75 %) sowie die Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst mit einem Wachstum um rund 31 Mio. EUR (+47 %). Der einzige Bereich mit einem Umsatzrückgang waren die Theaterensembles, deren Umsatz um rund 2 Mio. EUR bzw. 18 Prozent sank.

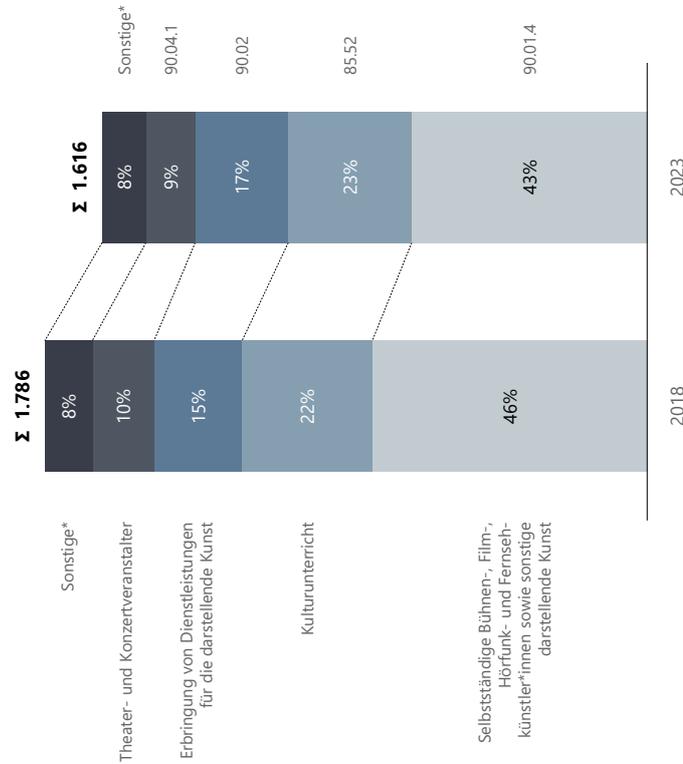
**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNST NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	136,6	159,9
90.04.2	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen	67,8	118,5
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	65,8	97,0
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernseh-künstler*innen sowie sonst. darstellende Kunst	77,0	89,8
85.52	Kulturunterricht	65,5	69,5
90.01.3	Selbstständige Artist*innen, Zirkusgruppen	6,6	8,8
90.04.3	Varietés und Kleinkunsthäuser	4,5	7,3
90.01.1	Theaterensembles	8,4	6,8
<b>Σ</b>	<b>Markt für Darstellende Kunst</b>	<b>432,1</b>	<b>557,6</b>

**GOLD MEDIA STANDORTMONITOR** Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. \* Die Kategorie „Sonstige“ umfasst die restlichen in der Tabelle aufgeführten Branchen.



## VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IM MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNSTE



Zwischen 2018 und 2023 war der Markt für darstellende Künste in Baden-Württemberg insgesamt rückläufig. Die Zahl der Unternehmen sank in nahezu allen Bereichen. Am stärksten betroffen war die Gruppe der selbstständigen Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler\*innen deren Zahl um 117 auf 698 zurückging.

Lediglich bei den Dienstleistungen für darstellende Kunst und bei den privaten Musical-/Theater- und Konzerthäusern entwickelten sich die Zahlen leicht positiv.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM MARKT FÜR DARSTELLENDEN KUNSTE NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.01.4	Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler*innen sowie sonstige darstellende Kunst	815	698
85.52	Kulturunterricht	386	366
90.02	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst	261	276
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter	183	146
90.01.3	Selbstständige Artist*innen, Zirkusgruppen	74	70
90.04.2	Private Musical-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.	24	25
90.01.1	Theaterensembles	25	22
90.04.3	Varietés und Kleinkunstbühnen	18	13
<b>Σ Markt für darstellende Künste</b>		<b>1.786</b>	<b>1.616</b>

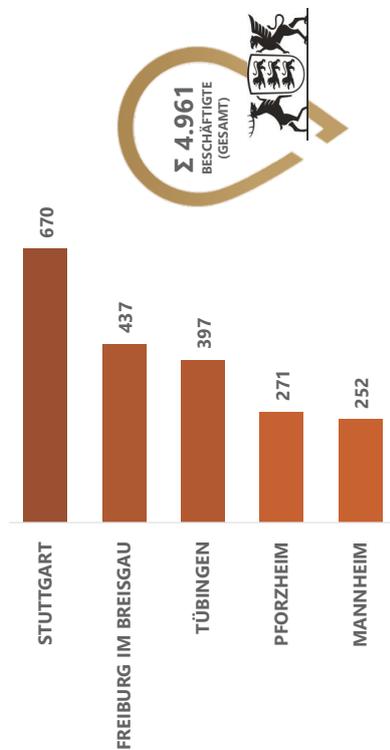


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IM MARKT FÜR DARSTELLE KÜNSTE (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

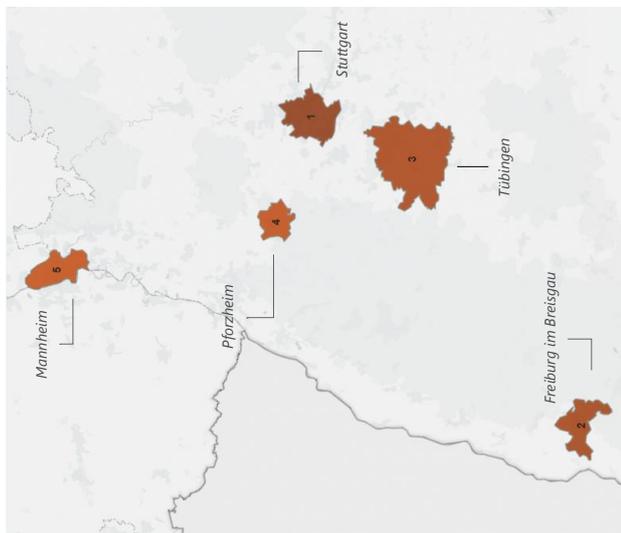
Im Markt für darstellende Künste in Baden-Württemberg waren 2024 insgesamt 4.961 Personen beschäftigt.

Mit 670 Beschäftigten bildet die Landeshauptstadt Stuttgart ein Zentrum für die darstellenden Künste. Freiburg im Breisgau (437) und Tübingen (397) folgen. Auf Platz vier und fünf und mit je weniger als 300 Beschäftigten folgen die kreisfreie Stadt Pforzheim und die kreisfreie Stadt Mannheim, die im Jahr 2023 von Anonymisierungen betroffen waren und deshalb zuvor nicht ausgewiesen werden konnten.

### ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



### REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IM MARKT FÜR DARSTELLE KÜNSTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

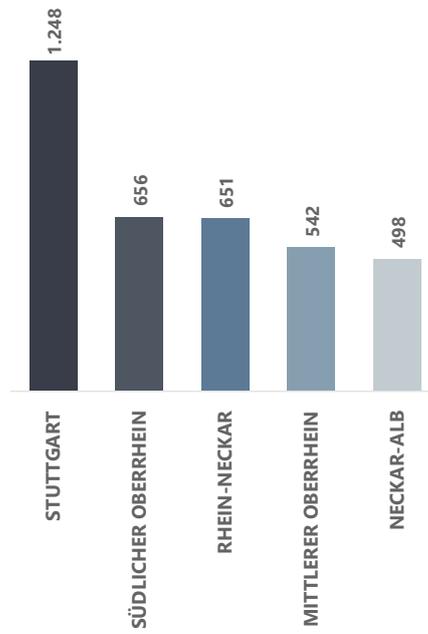


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

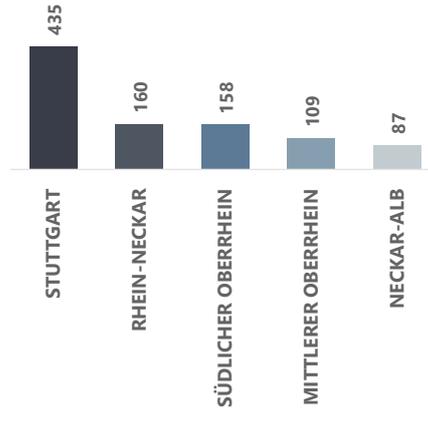


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IM MARKT FÜR DARSTELLENDEN KÜNSTE (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# DESIGNWIRTSCHAFT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR

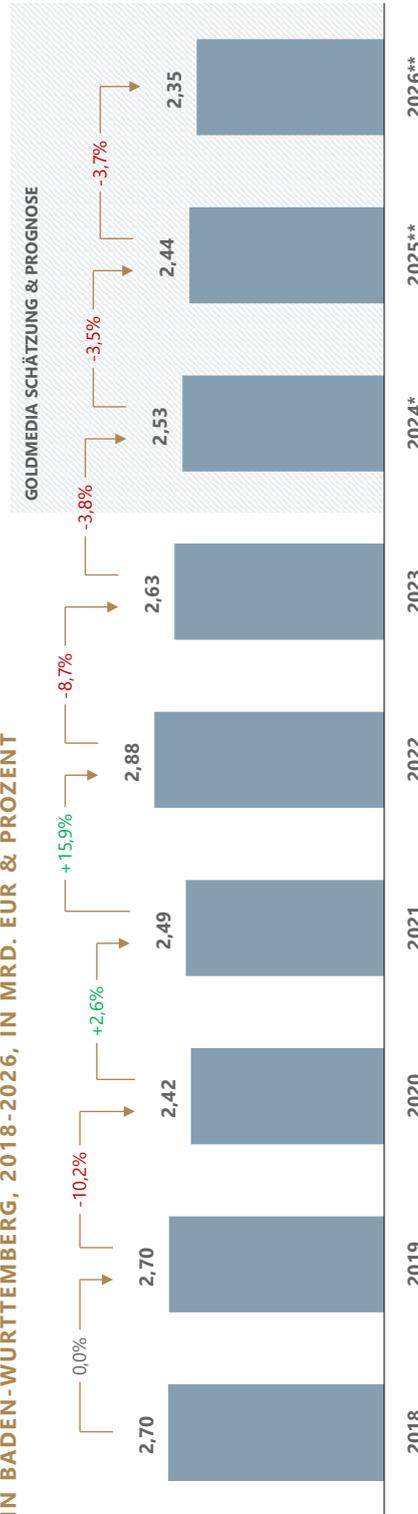




## DESIGNWIRTSCHAFT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Im Jahr 2023 verzeichnete die Designwirtschaft in Baden-Württemberg einen leichten Rückgang auf rund 2,63 Mrd. EUR – nach dem starken Umsatzhoch von 2,88 Mrd. EUR im Jahr 2022. Trotz weiterhin hoher Nachfrage, insbesondere im werbegetriebenen Segment, blieb das Marktumfeld von Unsicherheiten geprägt. Erste Effekte technologischer Veränderungen und eine zunehmende Marktsättigung wirkten bereits dämpfend auf die Umsatzentwicklung. Für den Zeitraum 2024 bis 2026 wird ein kontinuierlicher Rückgang auf bis zu 2,35 Mrd. EUR im Jahr 2026 erwartet. Ursache dafür ist vor allem die wachsende Verbreitung generativer KI-Lösungen, die insbesondere standardisierte Designleistungen zunehmend substituieren könnten. Die Designwirtschaft steht damit vor der Herausforderung, neue kreative Geschäftsmodelle zu entwickeln, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IN DER DESIGNWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

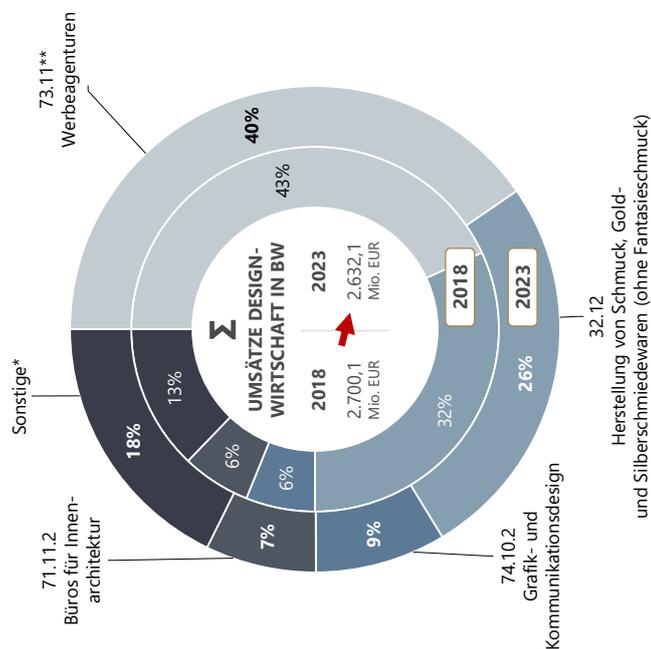


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS und Goldmedia-Schätzung;  
Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang).



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER DESIGNWIRTSCHAFT



Zwischen 2018 und 2023 sind die Umsätze in der Designwirtschaft in Baden-Württemberg insgesamt leicht gesunken. Während der Gesamtmarkt ein Minus von rund 68 Mio. EUR verzeichnete, entwickelten sich die einzelnen Teilbereiche sehr unterschiedlich. Den stärksten absoluten Zuwachs verzeichnete das Grafik- und Kommunikationsdesign mit einem Plus von gut 63 Mio. EUR auf 227 Mio. EUR, gefolgt vom Interior Design und der Raumgestaltung. Auch die Büros für Innenarchitektur und das Industrie-, Produkt- und Mode-Design sowie die Fotografie legten zu. Demgegenüber sanken die Umsätze der Werbeagenturen um über 100 Mio. EUR auf rund 1.063 Mio. EUR. Trotz des Rückgangs bleiben Werbeagenturen mit rund 40 Prozent Marktanteil der größte Wirtschaftszweig der Designwirtschaft.

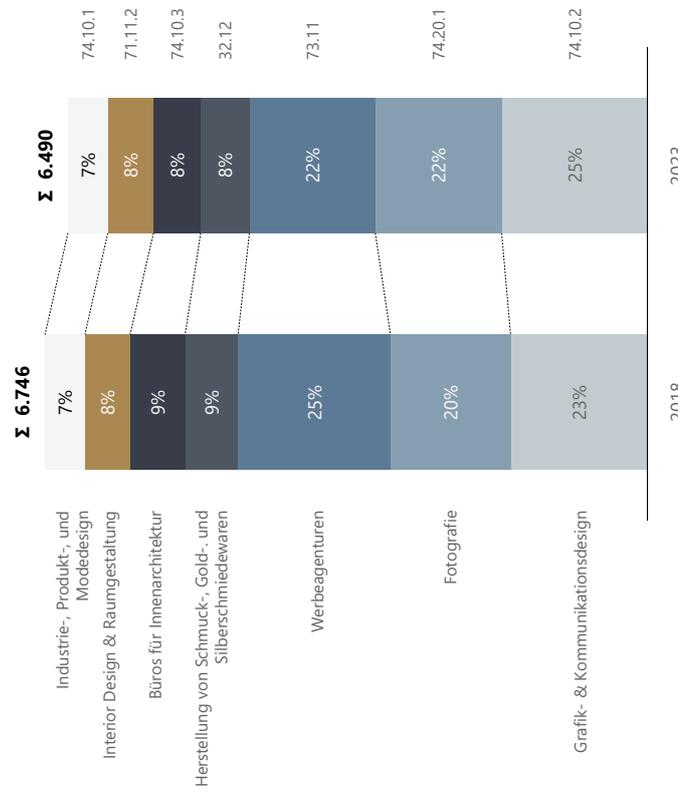
### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER DESIGNWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
73.11	Werbeagenturen	1.164,0	1.062,8
32.12	Herstellung von Schmuck Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck)	861,4	682,5
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	164,6	227,4
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	163,3	192,7
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	108,3	179,3
74.20.1	Fotografie	161,6	160,2
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	77,0	127,2
<b>Σ</b>	<b>Designmarkt</b>	<b>2.700,1</b>	<b>2.632,1</b>

**GOLD MEDIA STANDORTMONITOR** Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. \* Die Kategorie 'Sonstige' umfasst die restlichen in der Tabelle aufgeführten Branchen. \*\* Nach Definition der Designwirtschaft wird die WZ 73.11 Werbeagenturen umsatzseitig zu 50 Prozent zugerechnet (vgl. Methodik).



## VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IN DER DESIGNWIRTSCHAFT

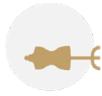


Die Zahl der Unternehmen in der baden-württembergischen Designwirtschaft ging zwischen 2018 und 2023 von 6.746 auf 6.490 Unternehmen zurück. Hauptursache ist weiterhin die Anhebung der Kleinunternehmergrenze.

Mit 1.632 Unternehmen stellt das Grafik- und Kommunikationsdesign den größten Bereich im Designmarkt dar. Die Bereiche Fotografie und Werbeagenturen folgen dicht auf mit 1.415 bzw. 1.410 Unternehmen. Rückläufig gegenüber 2018 waren die Bereiche Schmuck- und Silberschmiedewaren sowie Interior Design. Stabil zeigten sich die Büros für Innenarchitektur.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IN DER DESIGNWIRTSCHAFT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	1.532	1.632
74.20.1	Fotografie	1.345	1.415
73.11	Werbeagenturen	1.707	1.410
32.12	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck)	593	546
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung	616	528
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	506	512
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Modedesign	447	447
<b>Σ</b>	<b>Designmarkt</b>	<b>6.746</b>	<b>6.490</b>

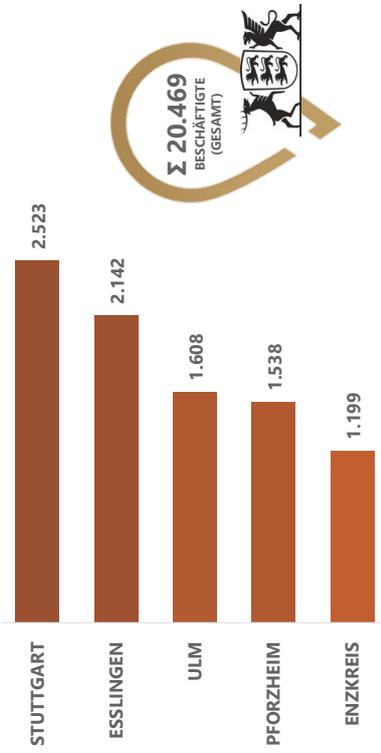


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IN DER DESIGNWIRTSCHAFT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

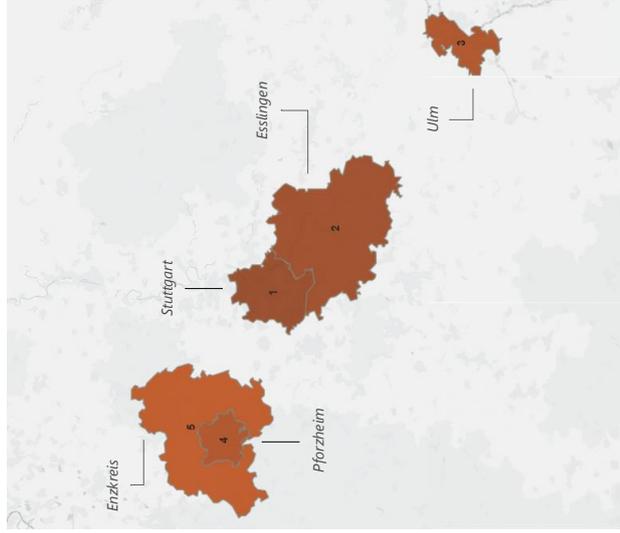
In der Designwirtschaft in Baden-Württemberg waren im Jahr 2024 insgesamt 20.469 Personen beschäftigt.

Stuttgart lag dabei mit 2.523 Beschäftigten knapp vor Esslingen mit 2.142 Beschäftigten. Auch in Ulm (1.608), Pforzheim (1.538) und der Enzkreis (1.199) folgen mit jeweils über 1.000 Beschäftigten auf den Plätzen drei bis fünf nach Anzahl der Gesamtbeschäftigten im Designmarkt.

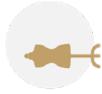
ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IN DER DESIGNWIRTSCHAFT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

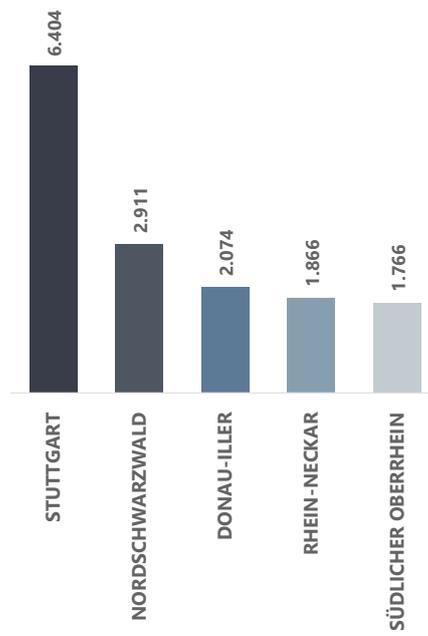


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

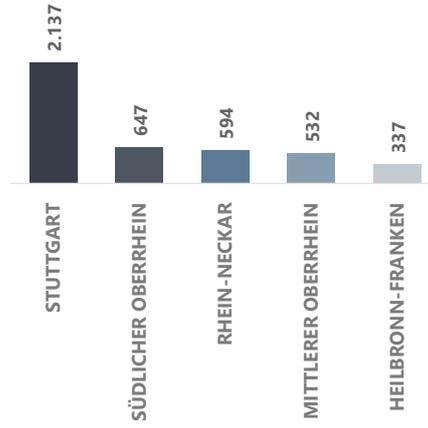


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IN DER DESIGNWIRTSCHAFT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



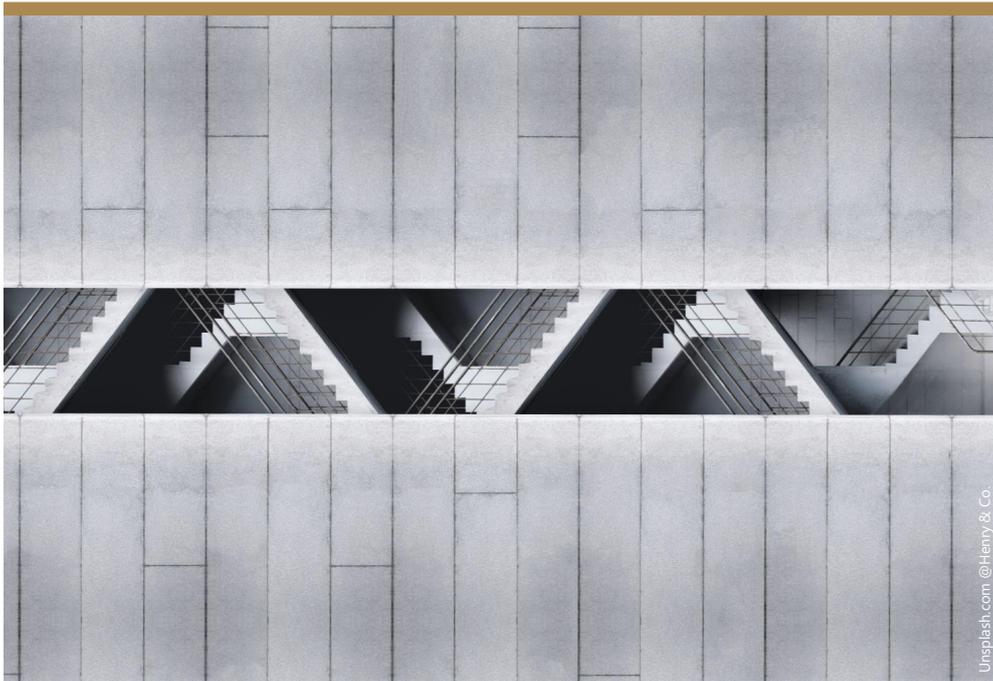
\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders für Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.  
ers und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.



# ARCHITEKTURMARKT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



Unsplash.com @Henry & Co.

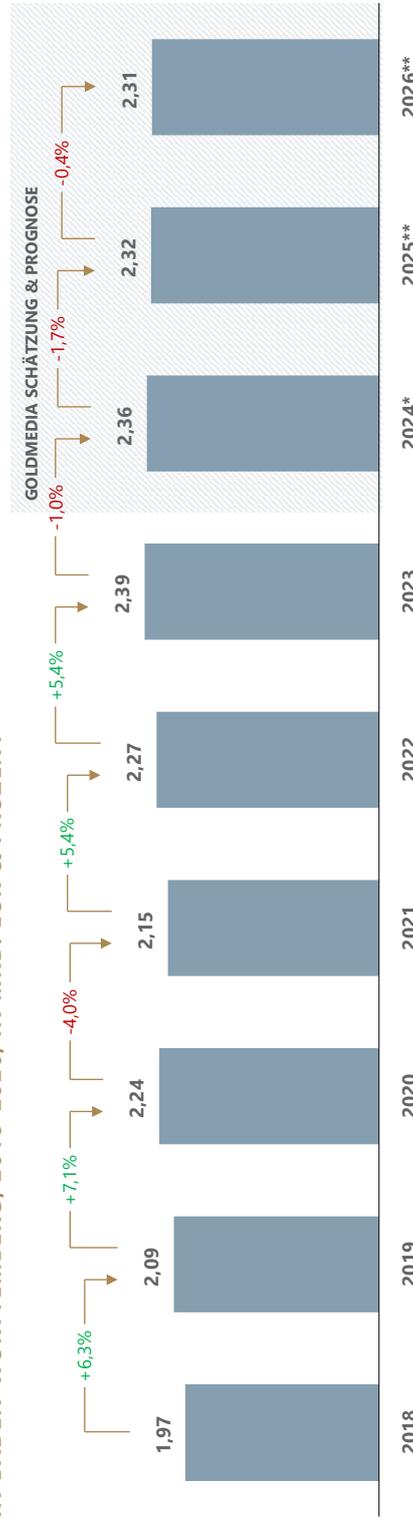


## ARCHITEKTURMARKT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Nach einem starken Jahr 2022 mit einem Umsatz von 2,27 Mrd. EUR konnten die Umsätze im Architekturmarkt in Baden-Württemberg im Jahr 2023 weiter auf rund 2,39 Mrd. EUR steigen. Ab 2024 ist mit leicht rückläufigen Umsätzen auf bis zu 2,31 Mrd. EUR im Jahr 2026 zu rechnen.

Grund dafür ist die weiterhin angespannte Lage im Bausektor: Steigende Materialkosten, unsichere Rahmenbedingungen und eine nachlassende Auftragslage – insbesondere im privaten Hochbau – bremsen das Wachstum. Während öffentliche Bauvorhaben noch für Stabilität sorgen, ist daher im gesamten Markt mittelfristig mit einem moderaten Abschwung zu rechnen.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IM ARCHITEKTURMARKT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

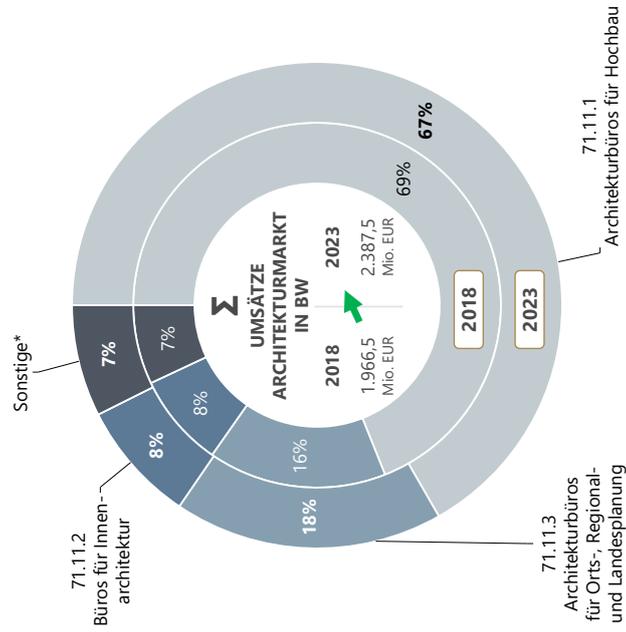


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS.  
Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang).



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM ARCHITEKTURMARKT



Zwischen 2018 und 2023 verzeichnete der baden-württembergische Architekturmarkt ein deutliches Umsatzplus von rund 420 Mio. EUR – ein Zuwachs um gut 21 Prozent. Das Umsatzwachstum ist in allen Bereichen des Marktes zu beobachten. Den größten absoluten Anstieg erzielten die Architekturbüros für Hochbau, deren Umsätze um 237 Mio. EUR auf 1.593 Mio. EUR stiegen.

Auch die Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung konnten deutlich zulegen – um rund 116 Mio. EUR auf 425 Mio. EUR. – und damit mit dem stärksten prozentualen Wachstum von rund 37 Prozent.

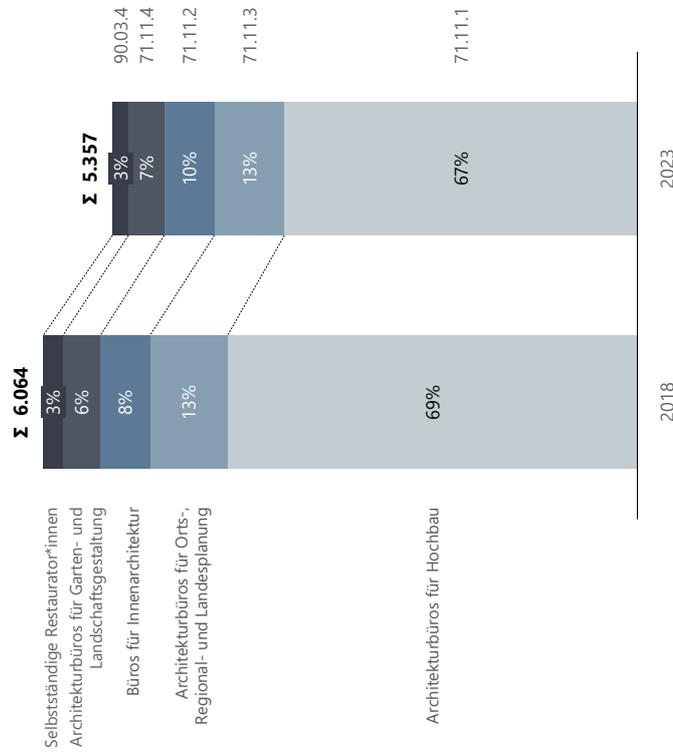
**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM ARCHITEKTURMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	1.356,3	1.593,0
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	309,0	424,5
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	163,3	192,7
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	109,5	144,6
90.03.4	Selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren	28,5	32,7
<b>Σ Architekturmarkt</b>		<b>1.966,5</b>	<b>2.387,5</b>

**GOLD MEDIA STANDORTMONITOR** Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS. \* Die Kategorie „Sonstige“ umfasst die restlichen in der Tabelle aufgeführten Branchen.



## VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IM ARCHITEKTURMARKT



Die Zahl der Unternehmen im baden-württembergischen Architekturmarkt ist zwischen 2018 und 2023 um rund 700 Betriebe zurückgegangen – von 6.064 auf 5.357. Hauptgrund für diesen Rückgang dürfte weiterhin die Anhebung der Kleinunternehmergrenze sein.

Den größten Anteil stellten auch 2023 die Architekturbüros für Hochbau mit 3.602 Unternehmen. Mit größerem Abstand folgen die weiteren WZ-Klassen. Über fast alle Bereiche hinweg kann ein Rückgang der Unternehmenszahlen beobachtet werden. Den stärksten absoluten Rückgang verzeichnete der Hochbau mit einem Minus von 581 Betrieben. Allein die Zahl der Büros für Innenarchitektur konnte gegenüber 2018 leicht auf 512 Unternehmen steigen (+6).

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM ARCHITEKTURMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
71.11.1	Architekturbüros für Hochbau	4.183	3.602
71.11.3	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	792	715
71.11.2	Büros für Innenarchitektur	506	512
71.11.4	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	382	364
90.03.4	Selbstständige Restaurator*innen	201	164
<b>Σ Architekturmarkt</b>		<b>6.064</b>	<b>5.357</b>

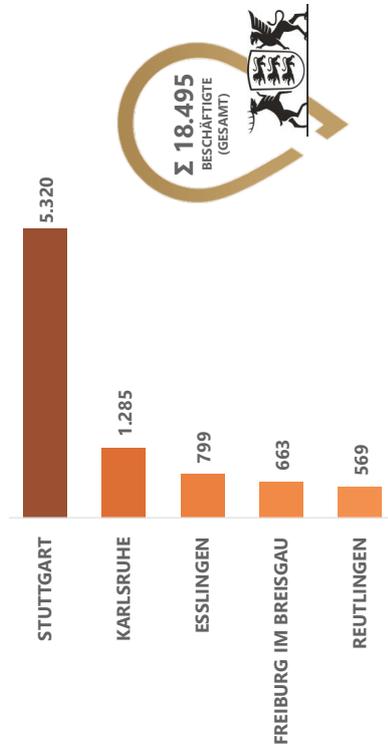


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IM ARCHITEKTURMARKT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

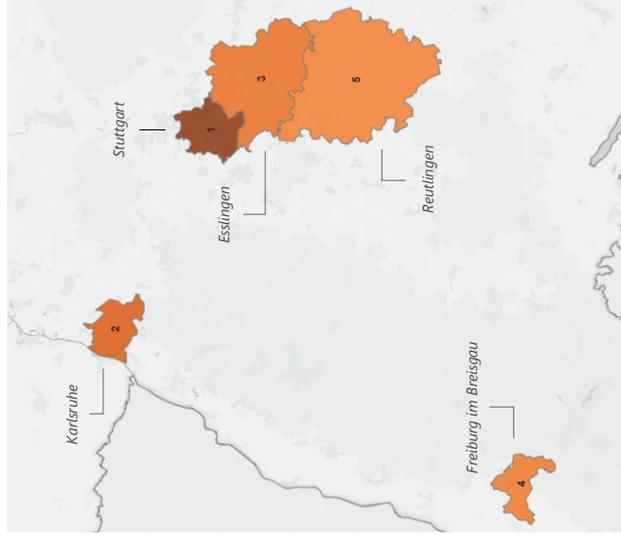
Der baden-württembergische Architekturmarkt beschäftigte 2024 insgesamt 18.495 Personen.

Eine besonders hohe Beschäftigtenzahl weist die Landeshauptstadt Stuttgart mit 5.320 Beschäftigten auf. Karlsruhe befindet sich mit 1.285 Beschäftigten im Architekturmarkt auf dem zweiten Platz. Es folgen Esslingen, Freiburg im Breisgau und Reutlingen mit jeweils weniger als 1.000 Beschäftigten im Architekturmarkt.

### ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



### REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IM ARCHITEKTURMARKT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

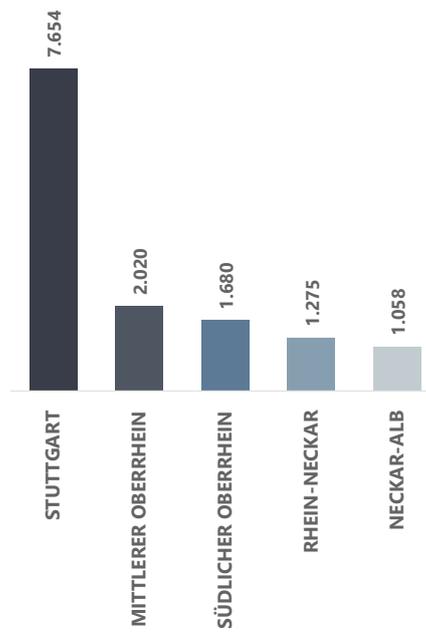


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

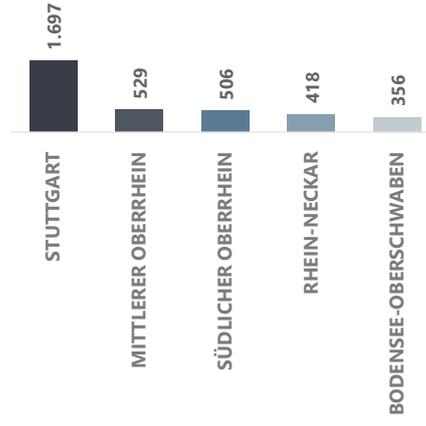


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IM ARCHITEKTURMARKT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



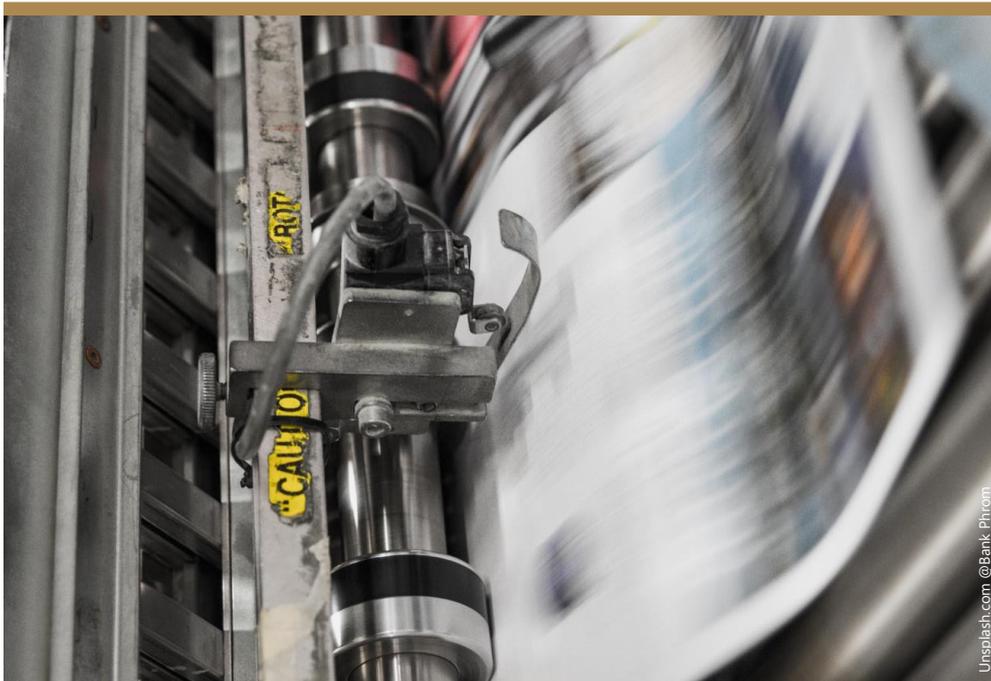
\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# PRESSEMARKT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



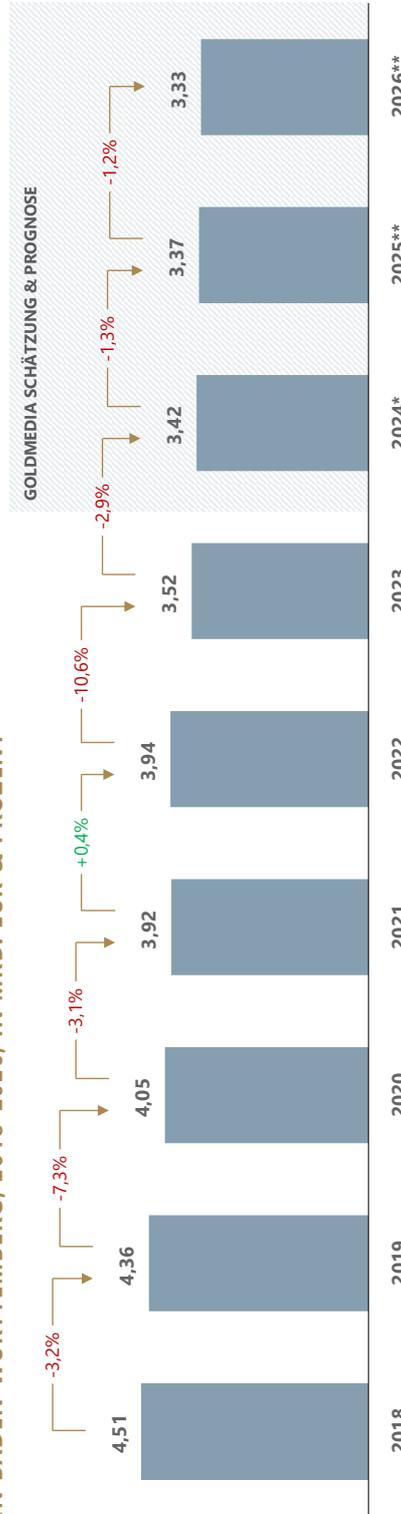
Unsplash.com @Bank Phrom



## PRESSEMARKT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Der Pressemarkt in Baden-Württemberg verzeichnet im Jahr 2023 einen deutlichen Umsatzrückgang um über 10 Prozent auf rund 3,52 Mrd. EUR. Damit setzt sich der langfristige Negativtrend fort, der bereits vor der Pandemie durch sinkende Printauflagen und rückläufige Werbeeinnahmen eingesetzt hatte und nur durch ein leichtes Wachstum im Jahr 2022 unterbrochen wurde. Für die Jahre 2024 bis 2026 ist von einem weiteren, moderaten Rückgang auf bis zu 3,33 Mrd. EUR (2026) auszugehen. Zwar sorgt die schrittweise Erholung des Werbemarktes für eine gewisse Stabilisierung, dennoch bleibt der strukturelle Wandel der Branche prägend. Verlagshäuser arbeiten zunehmend daran, ihre Abhängigkeit vom klassischen Print-Werbemarkt zu reduzieren, etwa durch digitale Werbeerlöse, Paid-Content-Angebote und E-Paper-Verkäufe. Eine nachhaltige Trendwende ist jedoch bislang nicht in Sicht.

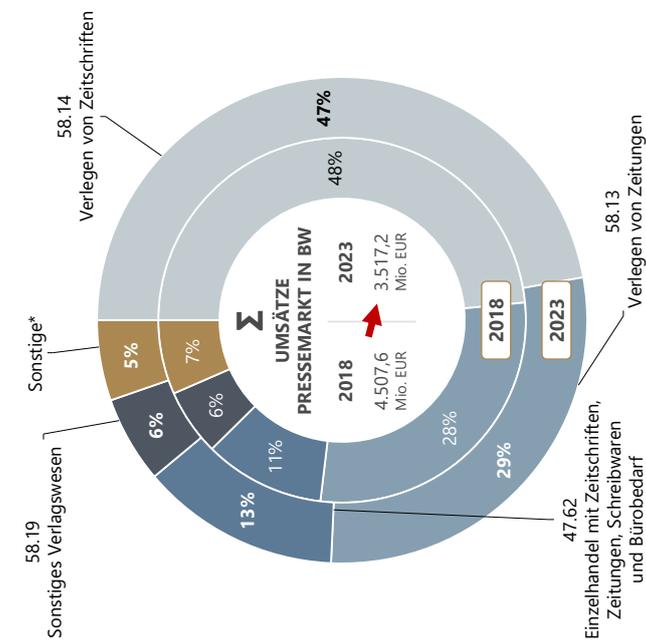
### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IM PRESSEMARKT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT



\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM PRESSEMARKT



Zwischen 2018 und 2023 ging der Umsatz im baden-württembergischen Pressemarkt deutlich zurück – von rund 4.508 Mio. EUR auf rund 3.517 Mio. EUR. Das entspricht einem Minus von rund 990 Mio. EUR. Fast alle Wirtschaftszweige waren dabei von einem Rückgang betroffen.

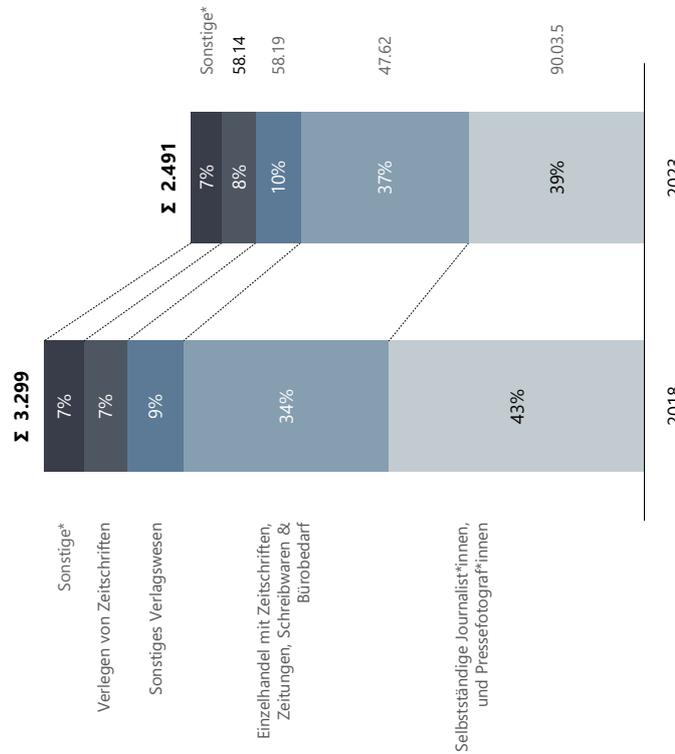
Am stärksten betroffen war das Verlegen von Zeitschriften mit einem Umsatzrückgang von rund 525 Mio. EUR, gefolgt vom Zeitungsverlagswesen. Beim Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen gingen die Umsätze um mehr als die Hälfte zurück. Zuwächse gab es bei den Korrespondenz- und Nachrichtenbüros – sie steigerten ihren Umsatz leicht um etwa 2 Mio. EUR und waren damit der einzige wachsende Wirtschaftszweig im Pressemarkt.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM PRESSEMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
58.14	Verlegen von Zeitschriften	2.184,2	1.659,3
58.13	Verlegen von Zeitungen	1.281,8	1.003,9
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	479,8	463,1
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	265,3	202,9
90.03.5	Selbstständige Journalist*innen und Pressefotograf*innen	106,1	81,7
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	163,2	77,1
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	27,2	29,1
<b>Σ Pressemarkt</b>		<b>4.507,6</b>	<b>3.517,2</b>



## VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IM PRESSEMARKT



Zwischen 2018 und 2023 ist die Zahl der Unternehmen im baden-württembergischen Pressemarkt deutlich zurückgegangen – von 3.299 auf 2.491. Hauptgrund für diesen Rückgang war die Anhebung der Umsatzgrenze für die Kleinunternehmerregelung.

Die größten Anteile am Pressemarkt entfallen auf selbstständige Journalist\*innen und Pressefotograf\*innen sowie auf den Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf. Beide Segmente stellen jeweils rund 37 Prozent aller Unternehmen. Zeitschriftenverlage machen mit 187 Betrieben rund 8 Prozent des Marktes aus.

### GEGÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM PRESSEMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

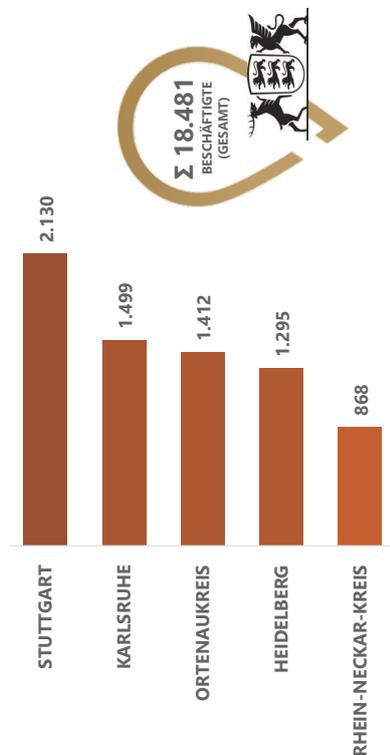
WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
90.03.5	Selbstständige Journalist*innen, Pressefotograf*innen	1.404	965
47.62	Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	1.130	925
58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	311	245
58.14	Verlegen von Zeitschriften	235	187
58.13	Verlegen von Zeitungen	121	82
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	63	67
58.12	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen	35	20
<b>Σ Pressemarkt</b>		<b>3.299</b>	<b>2.491</b>



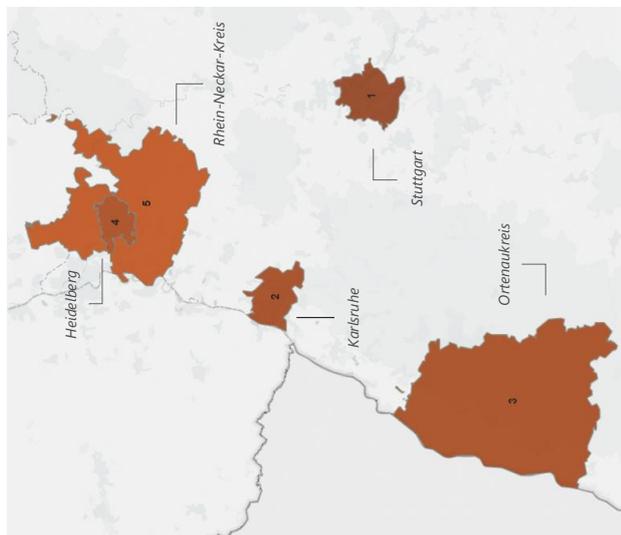
## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IM PRESSEMARKT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

Insgesamt waren im Jahr 2024 in Baden-Württembergs Pressemarkt 18.481 Personen beschäftigt. Die meisten Beschäftigten (2.130) des Teilmarktes finden sich in der Landeshauptstadt Stuttgart. Als weitere Beschäftigungszentren im Pressemarkt folgen Karlsruhe (1.499), der Ortenaukreis (1.412) und Heidelberg (1.295) sowie der Rhein-Neckar-Kreis (868).

ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IM PRESSEMARKT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

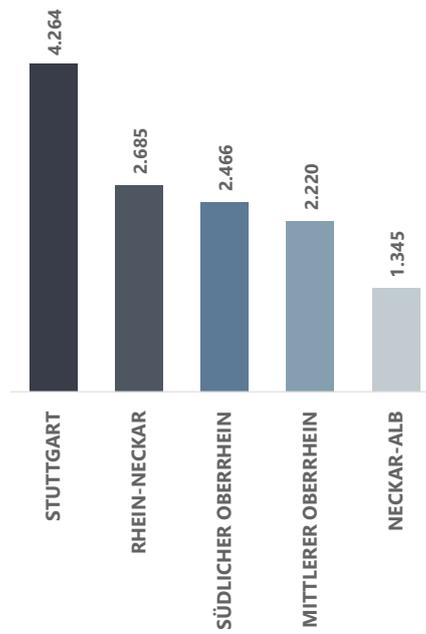


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

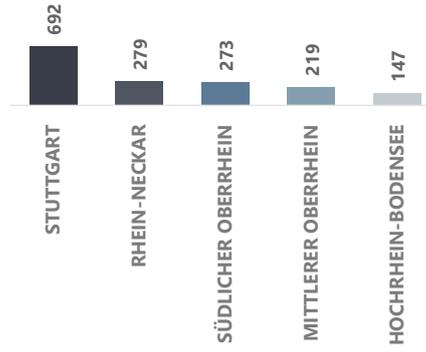


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IM PRESSEMARKT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# WERBEMARKT

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG



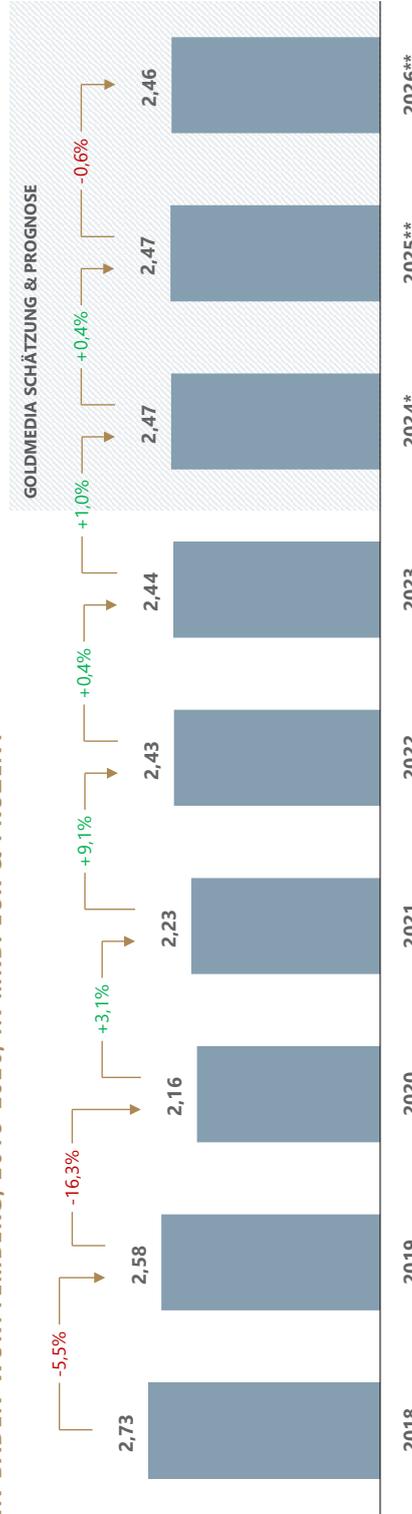
GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



## WERBEMARKT: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Nach einem leichten Wachstum in den Jahren 2021 und 2022 stagniert der Werbemarkt in Baden-Württemberg im Jahr 2023 auf einem Umsatzniveau des Vorjahres bei rund 2,44 Mrd. EUR. Für 2024 und 2025 wird mit einem leichten Anstieg auf 2,47 Mrd. EUR gerechnet, bevor die Umsätze 2026 voraussichtlich erneut leicht auf 2,46 Mrd. EUR zurückgehen. Trotz einer Erholung und dem leicht positiven Trend bleibt der Markt damit unter dem Vorkrisenniveau der Jahre vor 2020. Der Grund liegt in der anhaltenden Konsumzurückhaltung, wirtschaftlicher Unsicherheit und einer strukturellen Verschiebung der Werbebudgets ins Digitale. Von dieser Entwicklung profitieren vor allem globale Plattformen, während regionale Anbieter und die lokale Wirtschaft nur begrenzt daran teilhaben.

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IM WERBEMARKT IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT



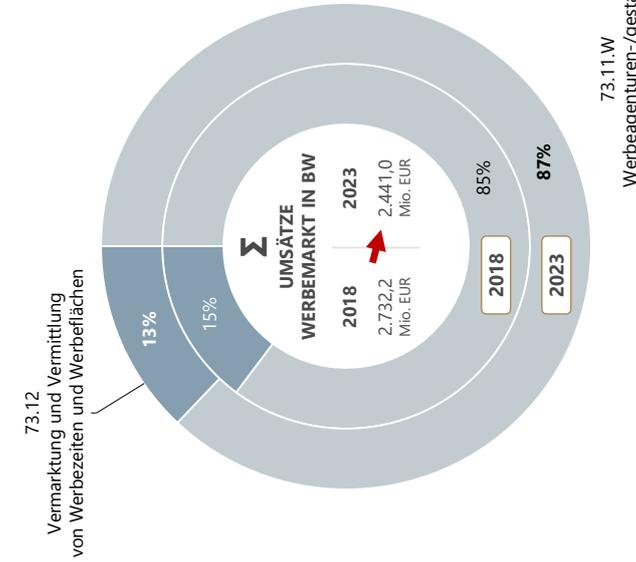
\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS und Goldmedia-Schätzung; ZAW, GWA  
| Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang).

**GOLD MEDIA** STANDORTMONITOR



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM WERBEMARKT



Der Werbemarkt in Baden-Württemberg wird weiterhin vom Wirtschaftszweig der Werbeagenturen und -gestalter\*innen dominiert, auf den im Jahr 2023 rund 87 Prozent des Gesamtumsatzes entfielen.

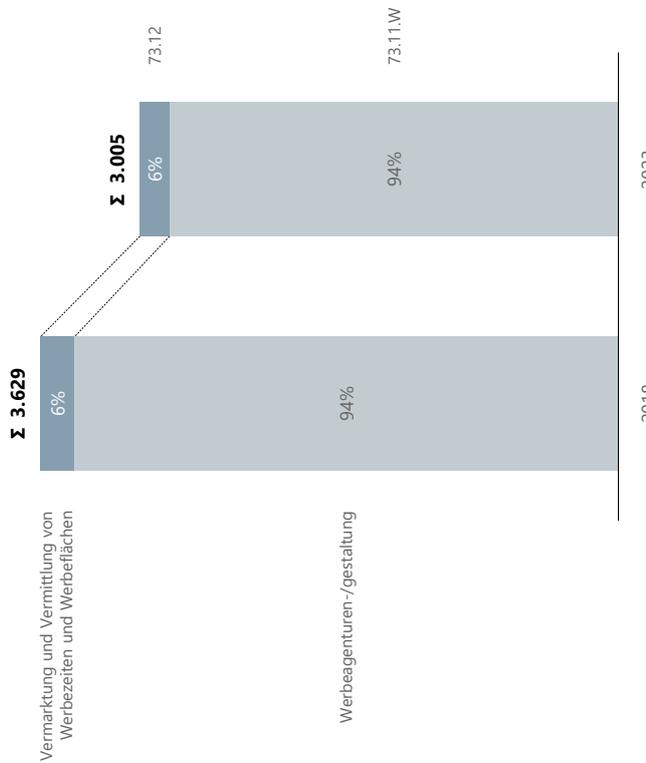
Im Vergleich zu 2018 sind die Umsätze im Werbemarkt insgesamt zurückgegangen – um rund 291 Mio. EUR (-11 %). Bezüglich der absoluten Umsatzzahlen war der Bereich der Werbeagenturen und -gestaltung mit einem Minus von gut 202 Mio. EUR besonders betroffen. Auch die Umsätze im Bereich Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und -flächen lagen 2023 mit 315 Mio. EUR rund 89 Mio. EUR unter dem Niveau von 2018.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IM WERBEMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
73.11.W	Werbeagenturen-/gestaltung	2.328,1	2.125,6
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen	404,2	315,4
<b>Σ Werbemarkt</b>		<b>2.732,2</b>	<b>2.441,0</b>



## VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IM WERBEMARKT



Zwischen 2018 und 2023 ist die Zahl der Unternehmen im baden-württembergischen Werbemarkt von 3.629 auf 3.005 Betriebe zurückgegangen. Ausschlaggebend für diesen Rückgang war vor allem die Anhebung der Umsatzgrenze für die Kleinunternehmerregelung.

Der Teilmarkt, der im Wesentlichen aus zwei Wirtschaftszweigen besteht, wird weiterhin klar von Werbeagenturen und -gestalter\*innen geprägt. Im Jahr 2023 entfielen 2.819 Unternehmen auf diesen Bereich, während der Bereich Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und -flächen lediglich 186 Unternehmen umfasste. Die prozentuale Verteilung innerhalb des Teilmarkts hat sich gegenüber 2018 kaum verändert.

### GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IM WERBEMARKT NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
73.11.W	Werbeagenturen-/gestaltung (komp.)	3.415	2.819
73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen	214	186
<b>Σ Werbemarkt</b>		<b>3.629</b>	<b>3.005</b>

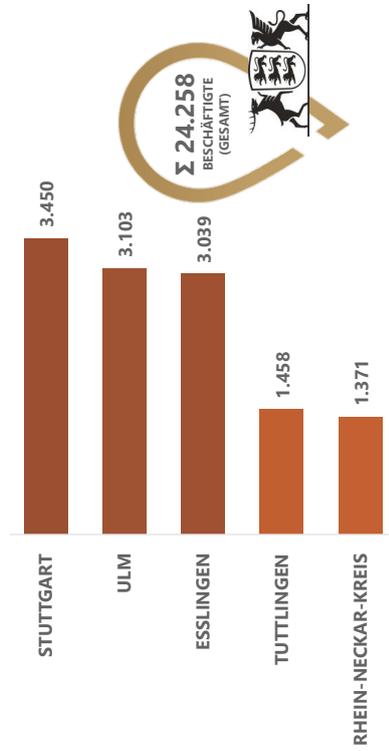


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IM WERBEMARKT (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

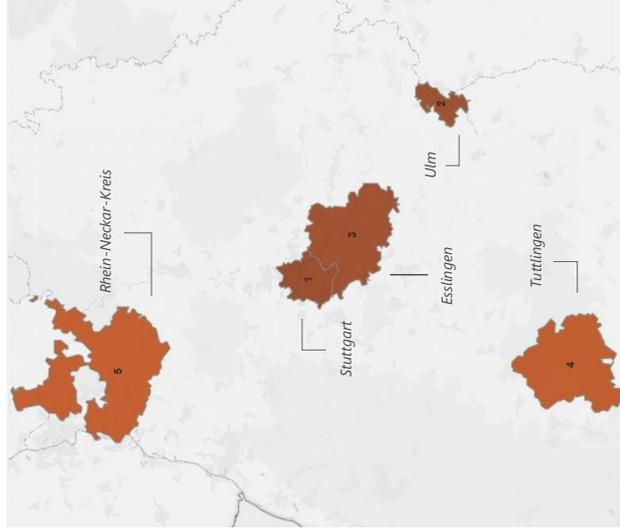
Der Werbemarkt war im Jahr 2024 der Werbemarkt mit insgesamt 24.258 Beschäftigten der Markt mit den zweitmeisten Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg.

Die Beschäftigten des Werbemarkts verteilen sich auf mehrere Zentren. Das größte Zentrum bildet die Landeshauptstadt mit 3.450 Beschäftigten, dicht gefolgt von Ulm mit 3.103 Beschäftigten und Esslingen mit 3.039 Beschäftigten. Tuttlingen und der Rhein-Neckar-Kreis folgen mit jeweils weniger als 1.500 Beschäftigten.

### ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



### REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IM WERBEMARKT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

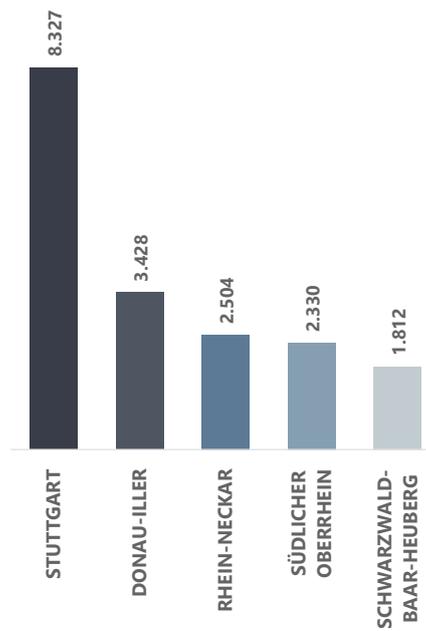


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

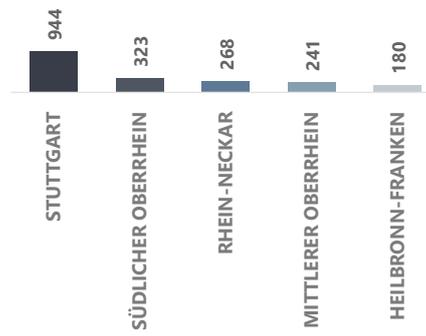


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IM WERBEMARKT (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*

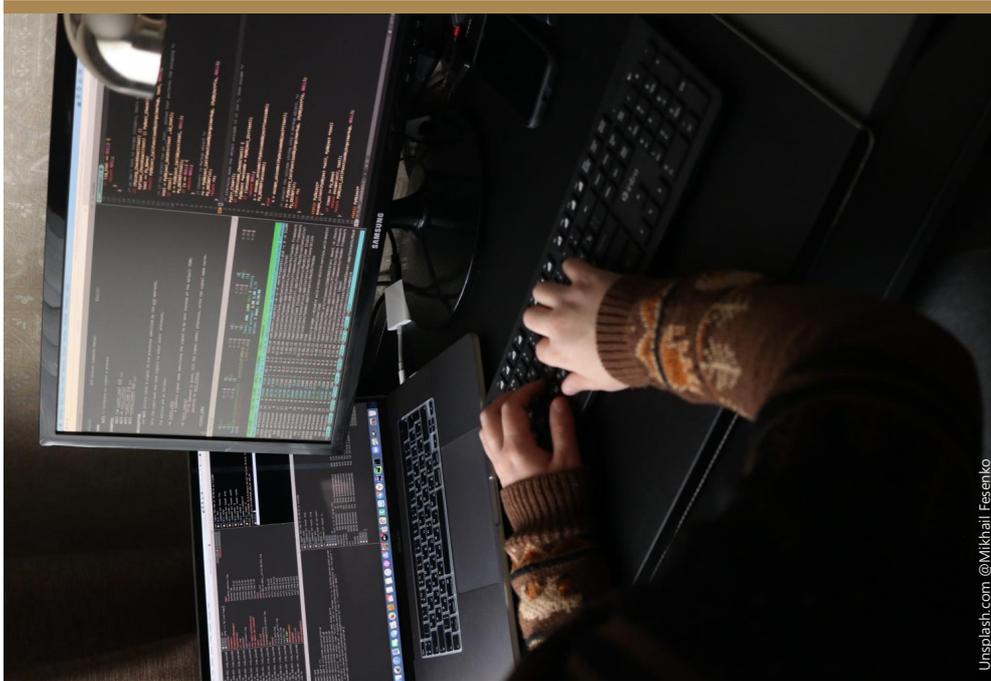


\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.



# SOFTWARE-/GAMES- INDUSTRIE

TEILMARKTANALYSE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG



Unsplash.com @Mikhail Fesenko

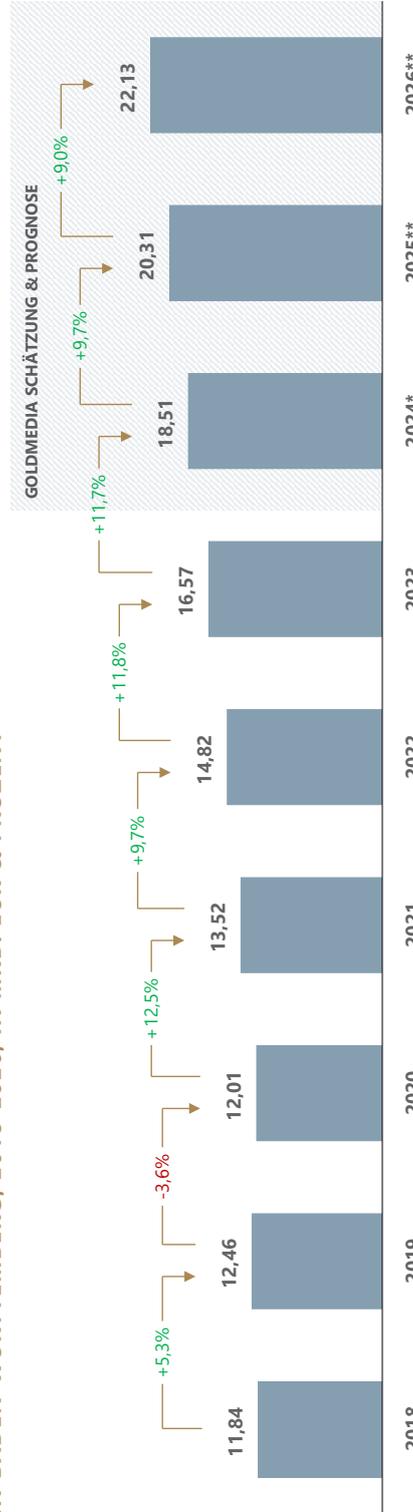
GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



## SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE: UMSATZENTWICKLUNG & - PROGNOSE

Die Software-/Games-Industrie ist mit einem Umsatzvolumen von rund 16,57 Mrd. EUR und einem Wachstum von rund 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr der mit Abstand größte Teilmarkt der KKW in Baden-Württemberg. Trotz hoher Energiepreise und wirtschaftlicher Unsicherheiten setzte dieser sein starkes Wachstum fort. Es ist davon auszugehen, dass der Teilmarkt seine Rolle als Innovationstreiber der baden-württembergischen KKW weiter ausbauen und seine Spitzenposition langfristig sichern wird. Unterstützt wird dies durch die Effizienzsteigerungen im Rahmen des zunehmenden Einsatzes von KI-Lösungen. Zudem ist in der klassischen Software- sowie der Games-Industrie von zunehmend positiven Wechselwirkungen auszugehen. Diese zeigen sich u. a. in einer wachsenden Bedeutung von Gamification-Ansätzen für klassische Software und Dienstleistungen.<sup>1</sup>

### PROGNOSE DER UMSATZENTWICKLUNG IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE IN BADEN-WÜRTTEMBERG, 2018-2026, IN MRD. EUR & PROZENT

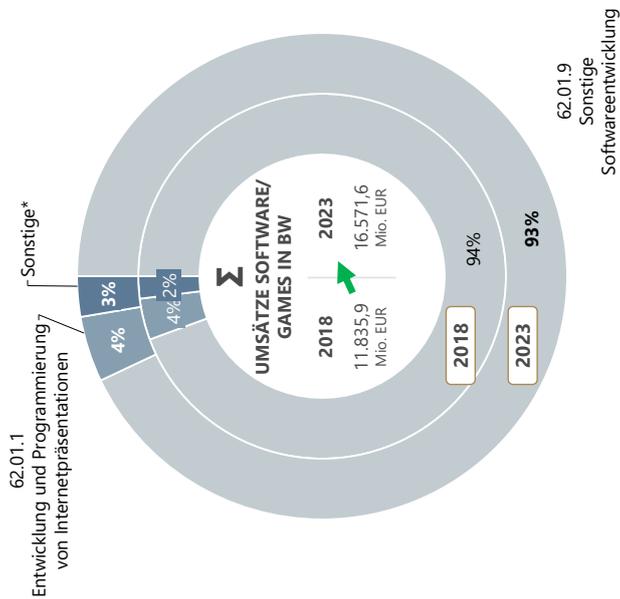


\* Goldmedia Schätzung; \*\* Goldmedia Prognose

Quelle: Goldmedia Standortmonitor; Daten bis 2023 nach: DESTATIS und Goldmedia-Schätzung; BITKOM. Werte ab 2024 basieren auf Goldmedia Modellierungen und Analysen (vgl. methodischen Anhang). <sup>1</sup> Vgl. Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024); Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg.



## VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE



Zwischen 2018 und 2023 verzeichnete die Software- und Games-Industrie ein sehr starkes Wachstum von insgesamt rund 4,7 Mrd. EUR. Die sonstige Softwareentwicklung ist mit einem Marktanteil von rund 93 Prozent und Umsätzen in Höhe von über 15,4 Mrd. EUR der entscheidende Wirtschaftszweig des Teilmarkts. Auch die Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen, das Verlegen von sonstiger Software wie auch die Webportale konnten ihren Umsatz stark steigern. Der Umsatz der Webportale stieg dabei am stärksten um rund 300 Prozent auf eine Summe von 202 Mio. EUR. Einzig die Computerspiel-Publisher verzeichneten 2023 Umsatzverluste gegenüber 2018.

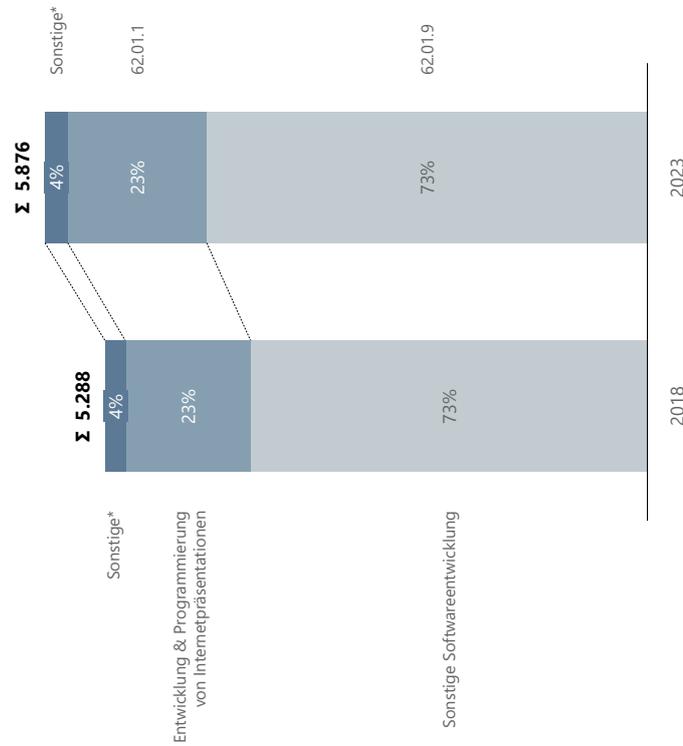
**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER UMSÄTZE IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (RECHTS) UND MIO. EUR (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	11.168,4	15.403,5
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	434,1	723,4
58.29	Verlegen von sonstiger Software	120,0	197,6
63.12	Webportale	50,7	201,7
58.21	Verlegen von Computerspielen	62,6	45,3
<b>Σ</b>	<b>Software-/Games-Markt</b>	<b>11.835,9</b>	<b>16.571,6</b>

**GOLD MEDIA STANDORTMONITOR** Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: DESTATIS; \* Die Kategorie „Sonstige“ umfasst die restlichen in der Tabelle aufgeführten Branchen.



## VERTEILUNG VON UNTERNEHMEN IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE



Die Software-/Games-Industrie ist neben der Filmindustrie der einzige Teilmarkt der KKW in Baden-Württemberg, der zwischen 2018 und 2023 trotz veränderter Erfassung in der amtlichen Statistik einen Zuwachs bei der Unternehmenszahl verzeichnen konnte (+11 %). Den größten Anteil am Teilmarkt machte im Jahr 2023 mit 73 Prozent der Wirtschaftszweig der sonstigen Softwareentwicklung aus. Mit großem Abstand folgt die Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen (23 % der Unternehmen).

**GEGENÜBERSTELLUNG: VERTEILUNG DER ANZAHL VON UNTERNEHMEN IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE NACH WZ-KLASSEN, IN PROZENT (LINKS) UND ABSOLUT (UNTEN), BW, 2018 VS. 2023**

WZ ID	WZ-KLASSE	2018	2023
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung	3.869	4.299
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	1.221	1.356
63.12	Webportale	83	118
58.29	Verlegen von sonstiger Software	79	72
58.21	Verlegen von Computerspielen	36	31
<b>Σ Software-/Games-Markt</b>		<b>5.288</b>	<b>5.876</b>

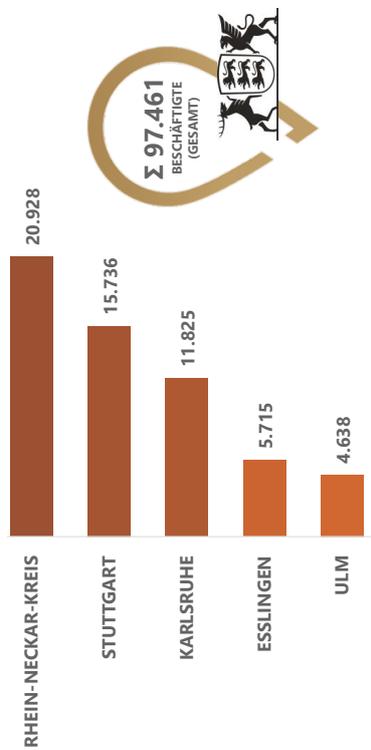


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE (KREISE/KREISFREIE STÄDTE)

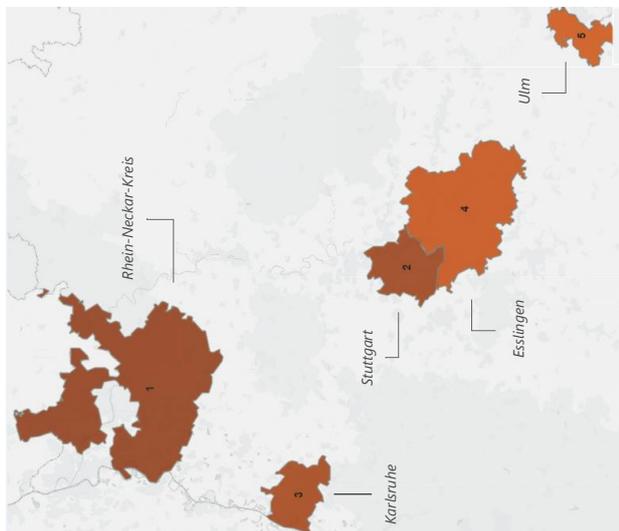
Die Software-/Games-Industrie ist im Jahr 2024 mit insgesamt 97.461 Beschäftigten der größte Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg. Mit einer Anzahl von 20.928 waren besonders viele Beschäftigte im Rhein-Neckar-Kreis angestellt. Die im Rhein-Neckar-Kreis liegende Stadt Walldorf bildet den Hauptsitz des Softwareunternehmens SAP, das der größte Arbeitgeber der Branche ist.

Die Landeshauptstadt Stuttgart (15.736) sowie Karlsruhe (11.825) bilden weitere Beschäftigungszentren der Software-/Games-Industrie. Mit größerem Abstand folgen Esslingen (5.715) und Ulm (4.638).

ANZAHL BESCHÄFTIGTE: TOP-5 KREISE/KREISFREIE STÄDTE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024



REGIONALE VERTEILUNG GESAMTBESCHÄFTIGTE IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE, BADEN-WÜRTTEMBERG, 2024

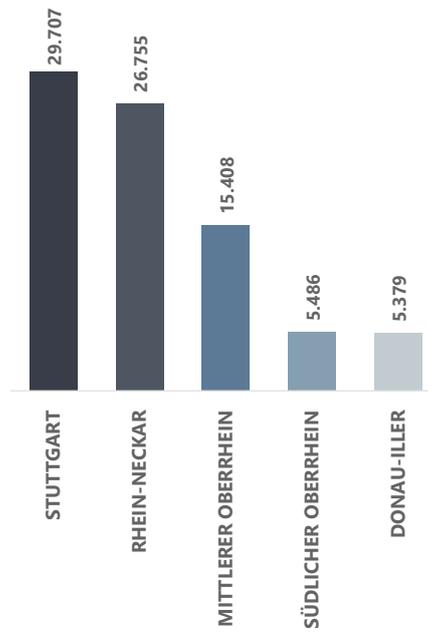


Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.); Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Nicht für alle Kreise und kreisfreien Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen Werte verfügbar. Teilmarktzentren existieren, die jedoch aufgrund statistischer Geheimhaltungsvorschriften nicht ausgewiesen werden können.

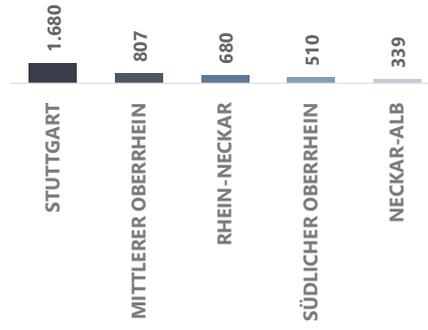


## REGIONALE VERTEILUNG: BESCHÄFTIGTE UND UNTERNEHMEN IN DER SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE (REGIONALVERBÄNDE)

ANZAHL BESCHÄFTIGTE:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2024\*



ANZAHL UNTERNEHMEN:  
TOP-5 REGIONALVERBÄNDE 2023\*



\* Für einige Kreise und kreisfreie Städte sind aufgrund von Datenanonymisierungen keine Werte verfügbar. Somit sind die Zahlen der Regionalverbände zum Teil nicht vollständig. Dies gilt besonders und in erheblichem Maße für die regionalisierte Ausweisung der Zahl der Unternehmen.  
Quelle: Goldmedia Standortmonitor nach: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.) und DESTATIS; Daten zu den Gesamtbeschäftigten sind seit 2023 um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Rundungsdifferenzen möglich.

## GAMES-MARKT IM FOKUS: ANZAHL DER UNTERNEHMEN & INSTITUTIONEN

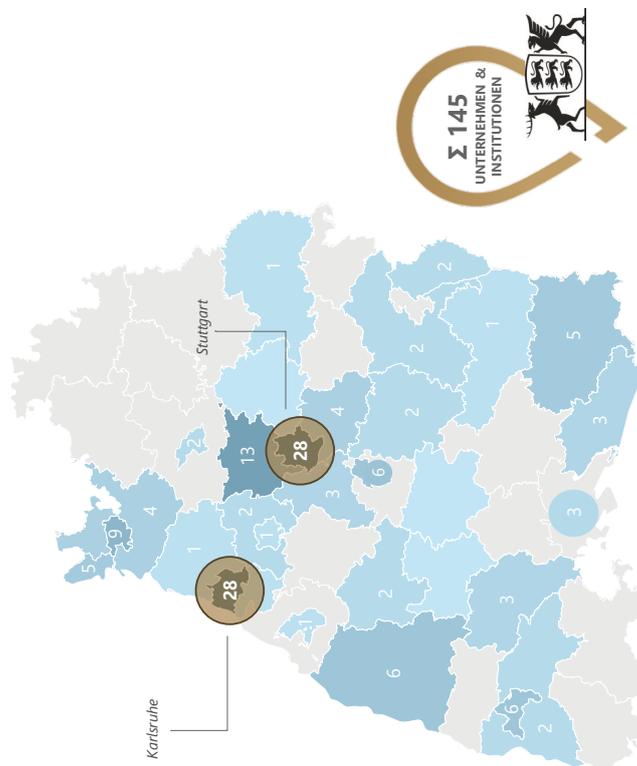
Eine gesonderte Untersuchung des Games-Marktes, basierend auf Daten des deutschen Games-Verbandes (game e.V.), zeigt die regionalen Cluster des Games-Marktes in Baden-Württemberg.

Stand Mai 2025 wies „gamesmap.de“ insgesamt 145 aktive Unternehmen und Institutionen im Games-Markt in Baden-Württemberg aus. In der Landeshauptstadt Stuttgart und der Stadt Karlsruhe sind mit jeweils 28 Unternehmen und Institutionen die meisten Akteure im Games-Segment ansässig.

Gegenüber Mai 2024 ist die Zahl der Unternehmen und Institutionen im Games-Markt leicht gesunken (-4 % ggü. 05/2024). Auch bundesweit ist ein Rückgang von rund 2 Prozent bei der Anzahl an Unternehmen und Institutionen im Games-Markt (05/2025 ggü. 05/2024) zu verzeichnen.



### REGIONALE VERTEILUNG DER UNTERNEHMEN & INSTITUTIONEN IM GAMES-MARKT, BADEN-WÜRTTEMBERG, 05/2025

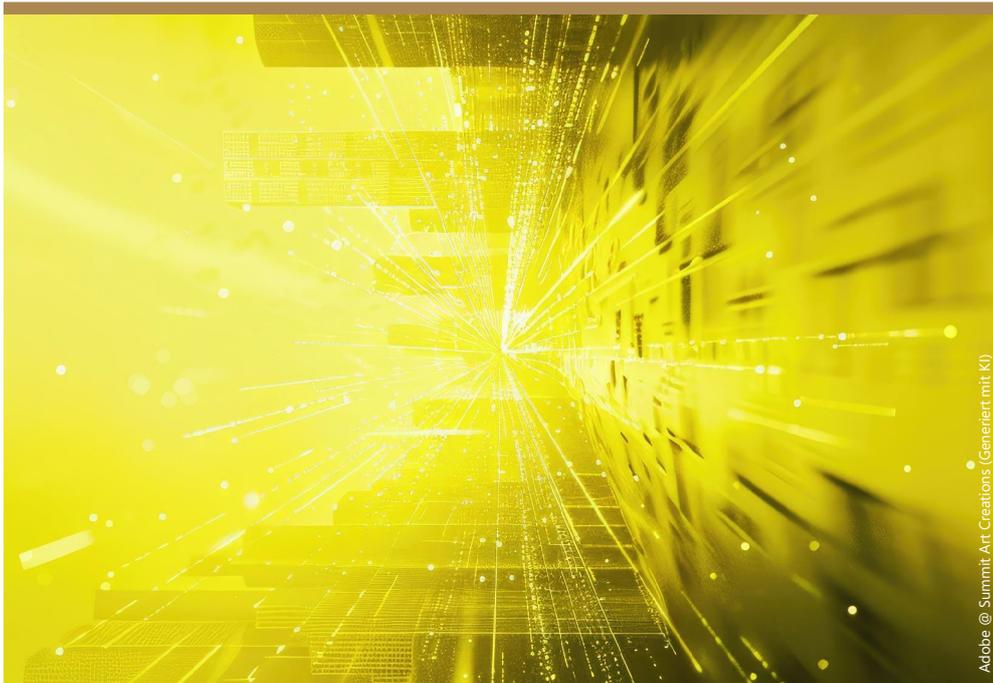


Die Karte umfasst Unternehmen und Institutionen in den Bereichen Entwicklung & Publishing, Dienstleistungen, öffentlicher Sektor, Bildungseinrichtungen & weitere. Zahlen in Kreisen bzw. kreisfreien Städten stellen die Gesamtzahl der vor Ort ansässigen Unternehmen dar, ausgegrauete Flächen weisen keine Unternehmen bzw. Einrichtungen auf.

# FOKUS: VFX, ANIMATION UND GAMES

SONDERANALYSE 2024

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



## KEY FACTS: DIE VFX-, ANIMATIONS- UND GAMES-BRANCHE IN BADEN-WÜRTTEMBERG

Baden-Württemberg ist einer der führenden Standorte für die VFX-, Animations- und Games-Branche in Deutschland. Um die Situation und Entwicklung der Branche detailliert zu erfassen, hat Goldmedia 2024 im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg eine umfangreiche Standortanalyse durchgeführt. Zentraler Bestandteil der Studie war eine Online-Befragung der Unternehmen der Branche im August/September 2024. Darüber hinaus wurden u. a. Tiefeninterviews mit ausgewählten Akteur:innen geführt und Daten der MFG zur Förderituation analysiert. Zentrale Ergebnisse der Studie werden in diesem Kapitel dargestellt:

Die Untersuchung zeigt, dass die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg seit 2010 ein erhebliches Wachstum verzeichnen konnte. Zu dieser erfolgreichen Entwicklung hat die bestehende Förderkulisse trotz begrenzter Budgets maßgeblich beigetragen. So wird die Förderlandschaft in Baden-Württemberg von mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen (56 %) als gut oder sehr gut bewertet. 76 Prozent schätzen die Förderlandschaft als (sehr) wichtigen Faktor für ihr eigenes Unternehmen ein. Mit erzielten Regionaleffekten von bis zu 572 Prozent (im Falle der Line-Producer-Förderung) stärkt die Förderung auch die gesamtwirtschaftlichen Strukturen in Baden-Württemberg.

Insgesamt wurden im Rahmen der Analyse 231 Unternehmen der VFX-, Animations- und Games-Branche mit Sitz in Baden-Württemberg identifiziert, davon 85 mit dem Schwerpunkt VFX/Animation und 146 im Bereich Games (2024). Gegenüber der letzten branchenspezifischen Standortstudie mit Stand 2010 ist die Zahl der VFX-/Animationsunternehmen damit um rund 170 Prozent gewachsen. Die Games-Industrie war nicht Gegenstand der letzten Untersuchung, weswegen Vergleichszahlen für 2015 ausgewiesen werden. Von 2015 bis 2024 wuchs die Zahl der Games-Unternehmen um rund 210 Prozent.

Der Gesamtumsatz der Branche lag bei rund 360 Mio. EUR (2022) und ordnet sich damit von der Größe zwischen den kleineren KKW-Teilmärkten Filmwirtschaft, Kunstmarkt und privater Rundfunkwirtschaft ein. Davon erwirtschafteten die Unternehmen mit dem Schwerpunkt VFX/Animation rund 170 Mio. EUR. Gegenüber der letzten Erhebung für 2010 hat sich der Umsatz damit um rund 800 Prozent erhöht. Der Umsatz der Games-Unternehmen lag bei 190 Mio. EUR (2022) und ist gegenüber 2015 um mindestens 90 Prozent gewachsen. Die Branche beschäftigte im Jahr 2022 insgesamt 4.380 Personen\* (inkl. freie Mitarbeitende). Davon waren rund 2.550 Personen in der VFX/Animationsbranche (+500 % gegenüber 2010) und 1.830 Personen in der Games-Branche beschäftigt. Rund ein Drittel der Beschäftigten (34 %) waren Frauen.

Quelle: Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024); Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg. \* Die VFX- und Animationsunternehmen waren 2023/24 stark von den Streiks der Hollywood-Autor:innen und Schauspiel:innen sowie vom Krieg in der Ukraine betroffen. Um nicht den Krisenzustand der Branche abzubilden, wurden die wirtschaftlichen Kennzahlen für das Jahr 2022 erhoben. \*\* Vollzeitaquivalente Beschäftigte.

**GOLD MEDIA** STANDORTMONITOR

98



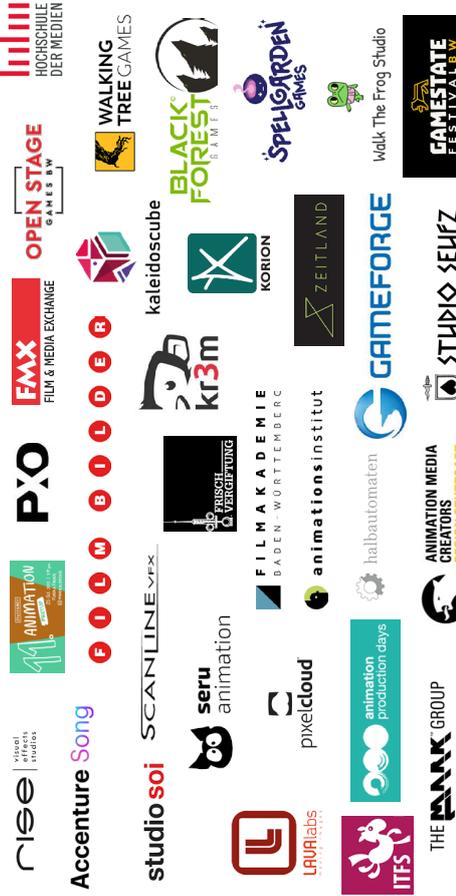
## ÜBERSICHT: DIE VFX-, ANIMATIONS- UND GAMES-BRANCHE IN BADEN-WÜRTTEMBERG

Im Jahr 2024 waren 231 Unternehmen in Baden-Württemberg ansässig, davon 85 mit dem Schwerpunkt VFX und/oder Animation sowie 146 Games-Unternehmen. Die Zahl der VFX-/Animationsunternehmen hat sich im Vergleich zu 2010 damit mehr als verdoppelt, die Zahl der Games-Unternehmen hat sich im Vergleich zu 2015 verdreifacht. Die Szene wird ergänzt durch renommierte Branchenevents wie das Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart, die Fachkonferenz FMX, Initiativen und Netzwerke sowie ein vielfältiges Ausbildungsangebot. Die Branche wird durch das Land Baden-Württemberg bzw. die MFG unterstützt und finanziell gefördert.

ZAHLE DER VFX-, ANIMATIONS- UND GAMES-UNTERNEHMEN IN BADEN-WÜRTTEMBERG



AUSWAHL RELEVANTER BRANCHENAKTEURE IN BADEN-WÜRTTEMBERG



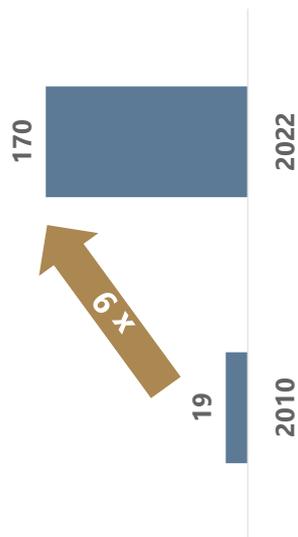
## VFX/ANIMATION: UMSATZ- UND BESCHÄFTIGTEN-ENTWICKLUNG

Die Unternehmen in der baden-württembergischen VFX- und Animationsbranche erwirtschafteten im Jahr 2022 Umsätze von insgesamt rund 170 Mio. EUR und beschäftigten insgesamt rund 2.550 Personen.

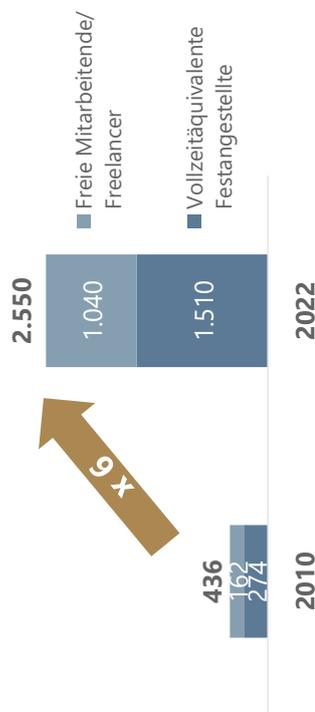
Eine Umsatzkalkulation für die VFX-/Animationsbranche erfolgte durch Goldmedia zuletzt für das Jahr 2010. Die Branche hat sich seitdem sehr dynamisch entwickelt. Große und teilweise bereits zu diesem Zeitpunkt bestehende Unternehmen haben stark expandiert und eröffneten weitere Standorte oder gründeten Tochterunternehmen. Zum Teil erfolgten Übernahmen durch internationale Player. Zudem hat sich die Branche auch in der Breite deutlich vergrößert und zahlreiche kleinere Unternehmen bereichern die VFX- und Animationsszene. Der Umsatz in diesem Segment hat sich zwischen 2010 und 2022 von 19 Mio. auf rund 170 Mio. EUR etwa verneunfacht.

Im Vergleich zu 2010 hat sich die Beschäftigtenzahl in der VFX- und Animationsbranche etwa um das Sechsfache erhöht. 2010 lag die Zahl noch bei rund 440. Im Jahr 2022 sind in der Branche rund 2.550 Personen\* beschäftigt, davon rund 60 Prozent als (vollzeitäquivalente) Festangestellte.

### UMSATZENTWICKLUNG DER UNTERNEHMEN IN DER BADEN-WÜRTTEMBERGISCHEN VFX- UND ANIMATIONSBRANCHE, 2010-2022, IN MIO. EUR



### BESCHÄFTIGTENENTWICKLUNG IN DER BADEN-WÜRTTEMBERGISCHEN VFX- UND ANIMATIONSBRANCHE, 2010-2022



Quelle: Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024); Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg \* Freie Mitarbeitende und vollzeitäquivalente Festangestellte. Bei der Ermittlung der Vollzeitäquivalente werden Teilzeitbeschäftigte mit deren Anteil an der Arbeitszeit eines Vollzeitbeschäftigten berücksichtigt (z. B. bilden zwei 50-Prozent-Teilzeitbeschäftigte ein Vollzeitäquivalent).

## GAMES: UMSATZ UND BESCHÄFTIGTE 2022

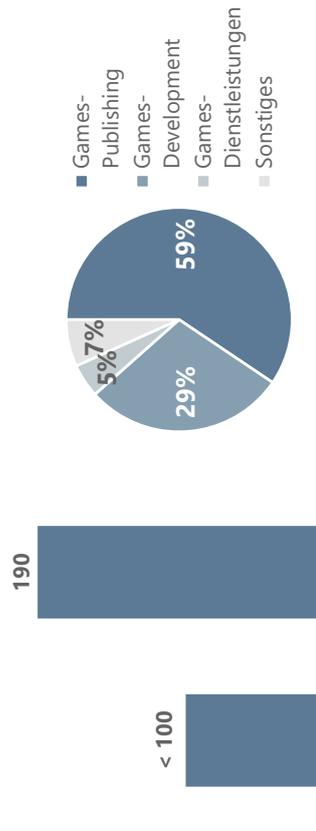
Die Unternehmen in der baden-württembergischen Games-Branche erwirtschafteten im Jahr 2022 Umsätze von insgesamt rund 190 Mio. EUR und beschäftigten insgesamt rund 1.830 Personen.

Die Games-Branche ist gekennzeichnet durch wenige große Entwickler und Publisher sowie zahlreiche kleine Studios und Unternehmen an der Schnittstelle von Games und Interactive Media. Der Umsatz der Games-Unternehmen hat sich seit 2015 mindestens verdoppelt, da die Umsätze damals bei weniger als 100 Mio. EUR lagen.\*

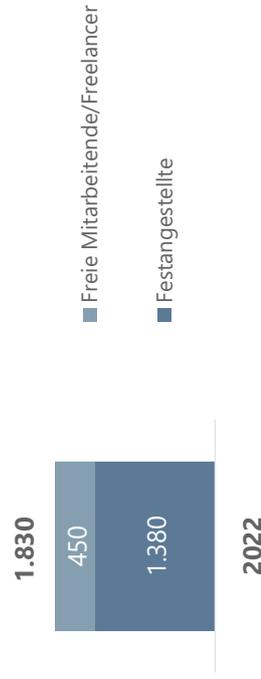
Bei den befragten Games-Unternehmen entfiel der größte Teil der Umsätze (88 %) auf das Kerngeschäft: 59 Prozent ihrer Umsätze erwirtschafteten die Unternehmen mit dem Vertrieb (Publishing) und 29 Prozent mit der Entwicklung (Development) von Games.

In der baden-württembergischen Games-Branche sind im Jahr 2022 rund 1.830 Personen\*\* beschäftigt. Der Anteil der festangestellten Mitarbeitenden ist mit rund drei Viertel der Beschäftigten bei den Games-Unternehmen höher als bei den VFX-/Animationsunternehmen. Für die Beschäftigten liegen keine historischen Vergleichszahlen vor.

### UMSATZ DER UNTERNEHMEN IN DER BADEN-WÜRTTEMBERGISCHEN GAMES-BRANCHE, 2022, IN MIO. EUR



### ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN IN DER BADEN-WÜRTTEMBERGISCHEN GAMES-BRANCHE, 2022

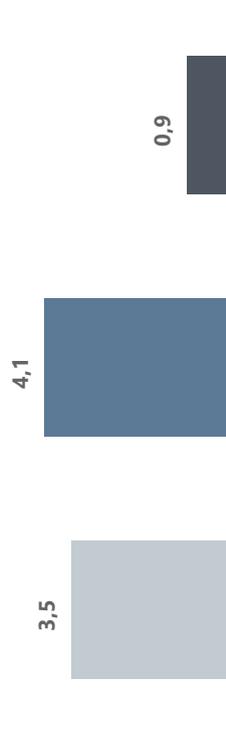


Quelle: Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024); Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg.  
 \* Methodischer Hinweis: In der Vorgängerstudie (2012) wurden Games-Unternehmen noch nicht berücksichtigt, früheste Zahlen für die Games-Branche liegen für 2015 vor.  
 \*\* Freie Mitarbeitende und vollzeitäquivalente Festangestellte: Bei der Ermittlung der Vollzeitäquivalente werden Teilzeitbeschäftigte mit deren Anteil an der Arbeitszeit eines Vollzeitbeschäftigten berücksichtigt (z. B. bilden zwei 50-Prozent-Teilzeitbeschäftigte ein Vollzeitäquivalent).

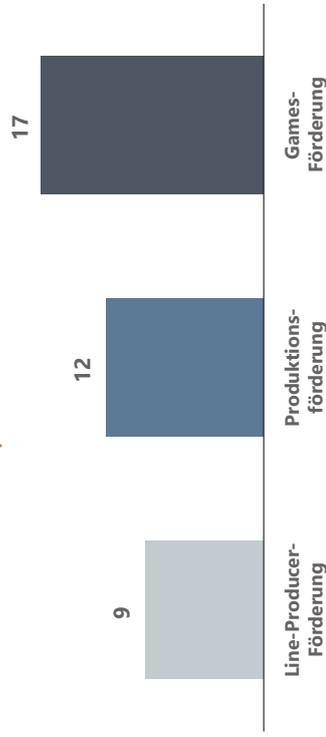
## ÜBERSICHT: FÖRDERANGEBOTE DER MFG

FÖRDSUMMEN UND GEFÖRDERTE PROJEKTE ÜBER DIE MFG-FÖRDERANGEBOTE IN DEN BEREICHEN VFX, ANIMATION UND GAMES, 2022

ZUGESAGTE FÖRDSUMME IN MIO. EUR, 2022



GEFÖRDERTE PROJEKTE, 2022



Quelle: Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024); Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg. Rundungsdifferenzen möglich.

## ÜBERSICHT: BILDUNGSEINRICHTUNGEN UND RELEVANTE STUDIENGÄNGE

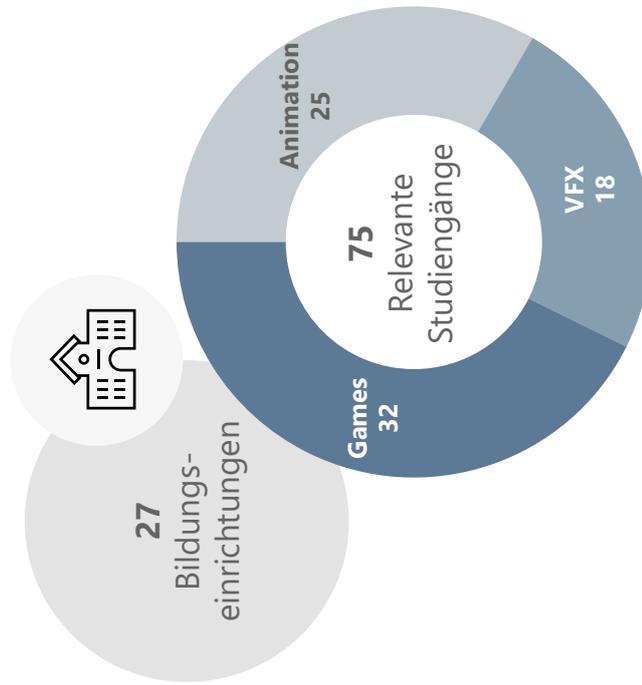
Im Rahmen der Analyse konnten in Baden-Württemberg über 70 verschiedene branchenrelevante Studiengänge in den Bereichen Animation, VFX und Games identifiziert werden, die an insgesamt 27 Bildungseinrichtungen angeboten werden.\* Darüber hinaus existieren zahlreiche relevante (Aus-)Bildungs- und Weiterbildungsangebote bspw. seit 2023 der duale Ausbildungsgang zum Gestalter für immersive Medien, welcher an der Johannes-Gutenberg-Schule Stuttgart angeboten wird.

Zu den renommiertesten Einrichtungen gehören die Hochschule der Medien (HdM) Stuttgart mit Studiengängen im Bereich der Medien und Mediengestaltung und jährlich über 5.000 Studierenden sowie das Animationsinstitut der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg. Dieses gehört zu den weltweit führenden Ausbildungsstätten in den Bereichen Animation und VFX.

Weitere staatliche Hochschulen ergänzen das Angebot, darunter die Hochschulen Furtwangen, Heilbronn, Offenburg und Reutlingen. Zudem existieren zahlreiche private Hochschulen und Institute, die ein Lehrangebot in den Branchen Animation, VFX und Games anbieten, darunter die SRH Hochschule Heidelberg, die Hochschule Makromedia und das weltweit vertretene SAE Institute mit Standort in Stuttgart.

Gegenüber der Erhebung im Jahr 2011 hat sich das Studienangebot deutlich erhöht. Unter anderem sind die media Akademie Hochschule Stuttgart, die Hochschule GoVersity und die 3D Akademie mit insgesamt sechs Studiengängen in den Bereichen Animation und Game Design, Digital Games Business oder Digitale Medien, 3D-Visualisierung und Digital Sculpting hinzugekommen.

### BILDUNGSEINRICHTUNGEN UND STUDIENGÄNGE IN DEN BEREICHEN VFX, ANIMATION UND GAMES, 2024



Quelle: Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024); Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg. \* Die Analyse erfasst trotz einer umfassenden Recherche u. U. nicht alle Institutionen und Studiengänge des vielfältigen Angebots in Baden-Württemberg. Studiengänge, die verschiedene Bereiche abdecken (bspw. „Games Art & 3D Animation“) wurden jeweils dem Bereich mit dem größten Schwerpunkt zugeordnet.

## WETTBEWERBSSTANDORTE

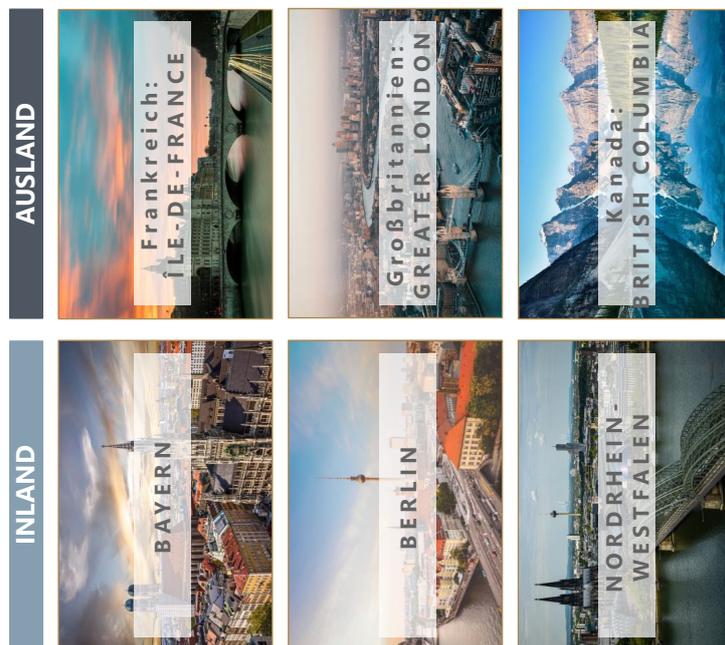
Um die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität Baden-Württembergs für die VFX-, Animations- und Games-Branche zu bewerten, wurden im Rahmen der Studie drei nationale und drei internationale Standorte untersucht. Als nationale Vergleichsstandorte dienen Bayern, Berlin und Nordrhein-Westfalen; international werden Paris/Île-de-France in Frankreich, Greater London in Großbritannien und British Columbia in Kanada betrachtet.

Die Auswahl der Standorte erfolgte auf Basis der Online-Befragung und der Tiefeninterviews.<sup>1</sup> In Deutschland wurden Bayern und Berlin sowohl für die VFX-, die Animations- als auch die Games-Branche besonders häufig genannt, während Nordrhein-Westfalen insbesondere als starker Wettbewerber im Games-Bereich hervorgehoben wurde. International wurde Frankreich, insbesondere Paris/Île-de-France, mehrfach als Wettbewerbsstandort im Bereich Animation genannt. British Columbia mit der Metropolregion Vancouver in Kanada sowie London gelten jeweils als starke Standorte, insbesondere für die VFX- und Games-Branche.

Darüber hinaus steht Baden-Württemberg mit weiteren Standorten wie bspw. Toronto und Montreal in Kanada, New South Wales bzw. Sydney in Australien und Los Angeles sowie New York in den USA im Wettbewerb.

Für eine bessere Vergleichbarkeit wurde im nationalen Vergleich vornehmlich das Referenzjahr 2024 betrachtet. Auch im internationalen Vergleich wurde versucht, die aktuellsten Daten abzubilden, weshalb als Referenz je nach Verfügbarkeit die Jahre 2021 bis 2024 herangezogen wurden. Der Vergleich der Förderstrukturen erfolgte für das Jahr 2022.

### ÜBERSICHT DER WETTBEWERBSSTANDORTE



## STANDORTVERGLEICH

### NATIONALER STANDORTVERGLEICH

Auf nationaler Ebene steht die baden-württembergische VFX- und Animationsbranche vor allem im Wettbewerb mit Bayern, Berlin und Nordrhein-Westfalen. Alle drei Standorte haben, anders als Baden-Württemberg, eine lange Filmtradition.

Die Zahl der VFX- und Animationsunternehmen in Baden-Württemberg liegt mit 85 im nationalen Vergleich vor Berlin und auf etwa doppelt so hohem Niveau wie in Bayern und Nordrhein-Westfalen. Dabei ist in keinem der Vergleichsbundesländer ein ähnlich starker Fokus der Förderstrategien auf die Bereiche VFX und Animation wie in Baden-Württemberg erkennbar. Die Gesamtfördersummen für Produktionen im Bereich Film, TV und Streaming sind zwar an den anderen Standorten deutlich größer, aber sowohl der Anteil als auch die absolute Fördersumme für VFX und Animation sind in Baden-Württemberg am höchsten.

Die Games-Förderung ist an den Vergleichsstandorten zum Teil deutlich höher als in Baden-Württemberg. 2022 betrug bspw. die Games-Förderung des FFF Bayern das Vierfache der Games-BW-Förderung. Vor diesem Hintergrund ist die Größe der Games-Industrie in Baden-Württemberg mit fast 150 aktiven Unternehmen besonders bemerkenswert. Das Land vereint rund 10 Prozent aller deutschen Entwicklungs- und Publishing-Unternehmen auf sich und liegt damit deutschlandweit in den Top 5 (2024).

### INTERNATIONALER STANDORTVERGLEICH

Im internationalen Vergleich zeigt sich vor allem Paris/Île-de-France als starker Animationsstandort; Greater London in UK und British Columbia in Kanada verfügen über eine starke VFX- und Games-Szene. An allen drei Standorten sind die Branchen deutlich größer als in Baden-Württemberg. Dies hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass diese Standorte allesamt von Fördersystemen mit Tax Credits profitieren, mit denen Steuererleichterungen von bis zu 40 Prozent erreicht werden können. Dadurch haben sie deutliche Wettbewerbsvorteile und eine hohe Anziehungskraft für große internationale Film- und Serien-Produktionen sowie Triple-A-Games.<sup>1</sup> Dies wiederum macht sie attraktiv für qualifizierte Fachkräfte aus dem In- und Ausland. Neben den beruflichen Anreizen bieten die Standorte eine hohe Lebensqualität.

In Baden-Württemberg (so wie Deutschland insgesamt) existiert, im Gegensatz zu allen führenden internationalen Film- und Games-Standorten, keine steuerbasierte Anreizförderung. Trotz der ungleichen Wettbewerbsbedingungen ist es dem Standort unter anderem mit einer gezielten Förderpolitik und einer effektiven Ausgestaltung der Förderinstrumente gelungen (v. a. mit der quasi-automatischen Line-Producer- und der Games-BW-Förderung), die Konkurrenzfähigkeit der ansässigen Unternehmen zu unterstützen und zum starken Wachstum der Branche maßgeblich beizutragen. Mittel- und langfristig hängt die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts auch von der Etablierung anreizbasierter, territorialer Förderprogramme ab.

## ZENTRALE KENNZAHLEN IM STANDORTVERGLEICH

### KENNZAHLEN DER VFX-, ANIMATIONS-UND GAMES-BRANCHE IN VERGLEICHSSTANDORTEN, 2022

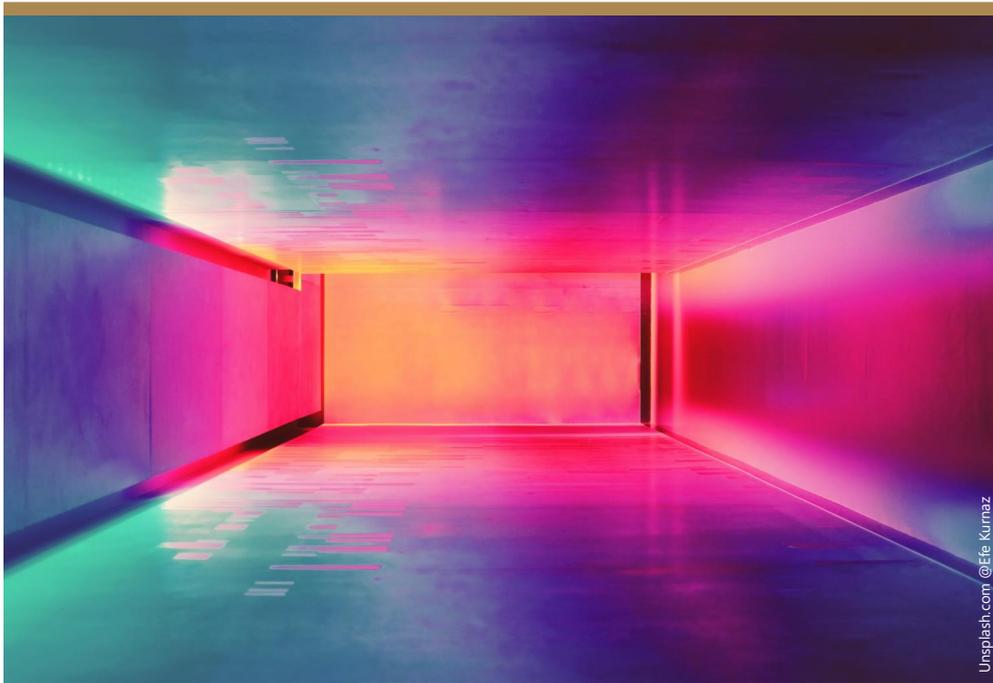
Standort	DEUTSCHLAND				PARIS/ÎLE-DE-FRANCE	GREATER LONDON	BRITISH COLUMBIA
	BADEN-WÜRTTEMBERG	BAYERN	BERLIN	NORDRHEIN-WESTFALEN			
Einwohner (in Mio.)	11,3	13,4	3,8	18,1	12,4	8,9	5,4
Lebensqualität (Rang)	26 Stuttgart	7 München	18	10 Düsseldorf	32	45	8 Vancouver
Lebenshaltungskosten (Rang von hoch bis gering)	70 Stuttgart	38 München	31	51 Düsseldorf	29	8	101 Vancouver
<b>VFX/Animation</b>							
Unternehmen	85	40	65	43	170	120	150
Beschäftigte	2.550	1.200	1.950	1.300	10.400	8.900	8.000
Produktions- & VFX-Förderung gesamt (inkl. Animation)	12,3 Mio. €	26,3 Mio. €	24,4 Mio. €	25,5 Mio. €	Steuerbasierte Förderung (ohne Deckelung)	Steuerbasierte Förderung (ohne Deckelung)	Steuerbasierte Förderung (ohne Deckelung)
davon VFX	7,5 Mio. €	1,2 Mio. €	2,5 Mio. €	-	40%	39%	16%
davon Animation		2,0 Mio. €	0,2 Mio. €	0,07 Mio. €	30%	34%	16%
<b>Games</b>							
Unternehmen	98*	199*	187*	154*	310	590	160
Beschäftigte	857**	1.968**	2.576**	1.600**	7.100	5.500	8.700
Förderung	0,9 Mio. €	3,6 Mio. €	3,3 Mio. €	3,0 Mio. €	30 %	34 %	17,5 %

Quelle: Goldmedia im Auftrag der Medien- und Filmgesellschaft (MFG) Baden-Württemberg (2024); Die VFX-, Animations- und Games-Branche in Baden-Württemberg. \* Entwickler- und Publisher laut game (2024); gamesmap, Stand der Daten: September 2024; \*\* Festangestellte, ohne freie Mitarbeitende laut game (2024); gamesmap, Stand der Daten: September 2024.

# FAZIT

## KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN BADEN-WÜRTTEMBERG

GOLD MEDIA  STANDORTMONITOR



Unsplash.com @Efe\_Kurnaz

## FAZIT

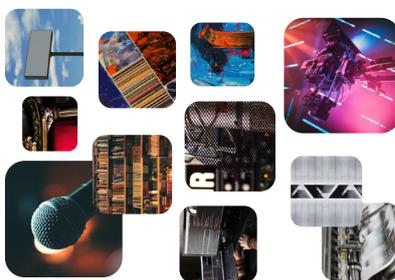
Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Baden-Württemberg ist mit rund 28.000 Unternehmen, einem Umsatz von rund 30,5 Mrd. Euro (2023) sowie etwa 192.000 Beschäftigten (2024) ein bedeutender Wirtschaftsfaktor des Landes. Umsatzseitig liegt die KKW damit vor der Pharmaindustrie, bei der Zahl der Unternehmen etwa auf dem Niveau des Gastgewerbes und erreicht rund 80 Prozent der Beschäftigten im Fahrzeugbau – ein Anstieg um 2 Prozentpunkte gegenüber 2023. Insgesamt arbeiten in der KKW mehr Menschen als in der Pharmaindustrie, der Energieversorgung und der Chemischen Industrie zusammen.

Die KKW ist eine sehr heterogene Branche, in der sich die Anteile der verschiedenen Teilmärkte in Baden-Württemberg deutlich unterscheiden. Der mit großem Abstand umsatzstärkste Teilmarkt war 2023 weiterhin die Software-/Games-Industrie mit rund 16,6 Mrd. Euro. In diesem Bereich profitiert das Land unter anderem vom größten europäischen Softwarekonzern SAP mit Hauptsitz in Walldorf. Es folgen der Pressemarkt mit einem tendenziell rückläufigen Umsatz von rund 3,5 Mrd. Euro sowie die Teilmärkte Design, Werbung, Architektur und Buch mit jeweils rund 2 bis 3 Mrd. Euro Umsatz.

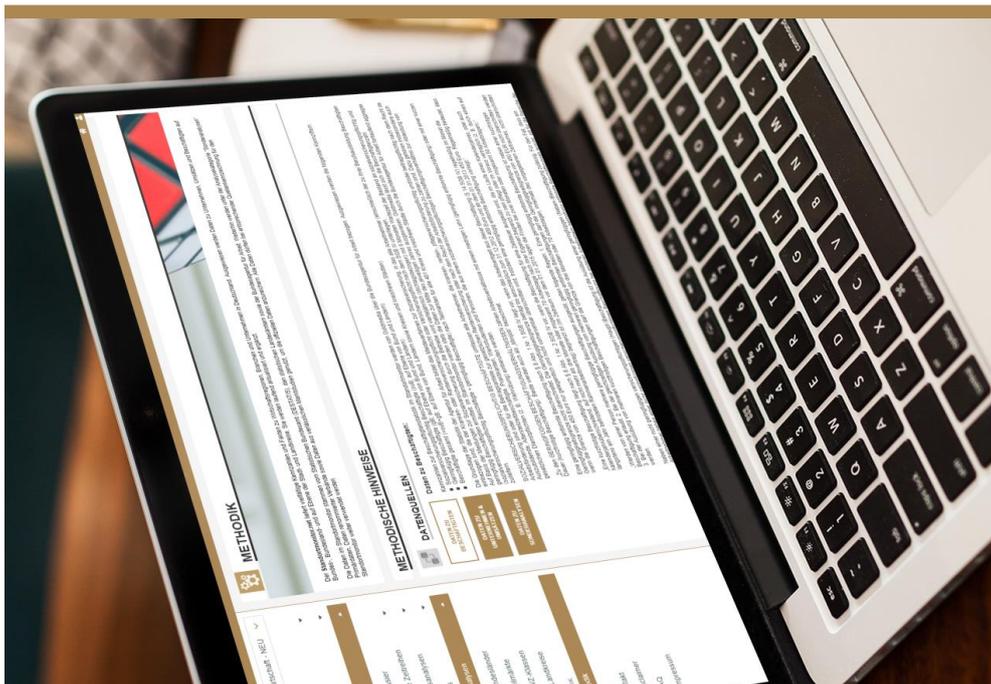
Zwischen 2018 und 2023 entwickelte sich die KKW insgesamt sehr positiv. Der Gesamtumsatz stieg von 26,5 Mrd. Euro (2018) auf 30,5 Mrd. Euro (2023) – ein Zuwachs von rund 15 Prozent, was einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von etwa 3 Prozent entspricht. Das Wachstum ist vor allem auf die dynamische Entwicklung der Software-/Games-Industrie (+40 %) zurückzuführen. Auch andere Teilmärkte wie die Darstellende Kunst (+29 %), der Architekturmarkt (+21 %), die Musikwirtschaft (+14 %) und die Filmwirtschaft (+12 %) trugen zum positiven Trend bei. Rückläufig entwickelten sich im selben Zeitraum hingegen insbesondere der Pressemarkt (-22 %), der Werbemarkt (-11 %) sowie die private Rundfunkwirtschaft (-11 %).

Laut einer Sonderanalyse von Goldmedia aus dem Jahr 2024 zählt Baden-Württemberg zu den führenden Standorten der VFX-, Animations- und Games-Branche in Deutschland. Im Jahr 2022 erzielte die Branche insgesamt einen Umsatz von etwa 360 Mio. Euro. Davon entfielen rund 170 Mio. Euro auf Unternehmen mit dem Schwerpunkt VFX und Animation – ein beeindruckender Anstieg von rund 800 Prozent im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2010. Der Games-Sektor erwirtschaftete im gleichen Zeitraum rund 190 Mio. Euro Umsatz, was einem Wachstum von mindestens 90 Prozent gegenüber 2015 entspricht. Insgesamt waren im Jahr 2022 rund 4.380 Menschen in der VFX-, Animations- und Games-Branche beschäftigt.

Vor dem Hintergrund globaler und gesamtwirtschaftlicher Herausforderungen – wie Inflation, Handelskonflikten und dynamischen technologischen Entwicklungen im Bereich der (generativen) Künstlichen Intelligenz – befindet sich die Marktentwicklung der KKW teilweise in starkem Wandel. Es ist zu erwarten, dass zahlreiche Unternehmen diesen Herausforderungen begegnen, indem sie generative KI in ihre Produktionsweisen und Leistungen effizient und kreativ integrieren, innovative Geschäftsmodelle entwickeln und neue Wachstumschancen sowie neue Märkte erschließen. Für das Jahr 2024 und die folgenden Jahre 2025 und 2026 ist daher – getrieben durch die Entwicklungen in den wachstumsstarken Teilmärkten – insgesamt von einer weiterhin positiven Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Baden-Württemberg auszugehen. Erwartet werden jährliche Wachstumsraten von 5 bis 6 Prozent.



# METHODIK



## ANMERKUNGEN ZUR METHODIK

Die vorliegende Studie erfasst die wirtschaftlichen Kennzahlen der baden-württembergischen Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) anhand der verfügbaren Daten von Standortmonitor.net, einem Service von Goldmedia. Der Standortmonitor bezieht seine Daten primär von den amtlichen Datenlieferanten DESTATIS (Daten zu Unternehmen und Umsätzen) sowie der Bundesagentur für Arbeit (Beschäftigtendaten).

Die Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie deren zwölf Teilmärkten erfolgt auf Basis der DESTATIS-Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) entsprechend der Vorgaben des von der Wirtschaftsministerkonferenz beschlossenen „Leitfaden zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft“ in der aktuell gültigen Fassung von 2016.

Eine Übersicht der von DESTATIS zur Verfügung gestellten Datengrundlage erfolgt im Folgenden.

# ABGRENZUNG DER KKW NACH TEILMÄRKEN

Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	Anzahlwert Unternehmen und Umsatz	Teilmarkt/ WZ 2008	Wirtschaftszweig	Anzahlwert Unternehmen und Umsatz	Anteilwert Bedäftige
<b>1. Musikwirtschaft</b>						
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten	100	7. Designwirtschaft	Herstellung von Schmuck, Gold-, Silber- und Schmiedwaren	100	100
47.83.3	Einzelhandl mit Musikinstrumenten etc.	100	71.11.2	Büros für Innenarchitektur*	100	100
47.83	Einzelhandl mit begl. Tonträgern etc.*	100	73.11	Webgestaltung*	50	50
59.20.1	Tonstudios etc.	100	74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	100	100
59.20.2	Tonträgerverlage	100	74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign	100	100
59.20.3	Musikverlage	100	74.10.3	Interier-Design (incl. Raumgestaltung)	100	100
90.01.2	Kunste- / Tanzensembles	100	74.20.1	Selbständige Fotografierinnen/Fotografen	100	100
90.01.2	Einkauf von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	100	<b>8. Architektmarkt</b>			
90.03.1	Theater, Konzertveranstalter etc.	100	71.11.1	Architektbüros für Hochbau	100	100
90.04.1	Theater, Konzertveranstalter*	100	71.11.2	Architektbüros für Innenarchitektur*	100	100
90.04.2	Private Musikal-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	10	71.11.3	Architektbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung	100	100
47.81	Einzelhandl mit Büchern	100	71.11.4	Architektbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung	100	100
47.79.2	Antiquariate	100	90.03.4	Selbständige Restauratorinnen/Restauratoren	100	100
58.11	Buchverlage	100	<b>9. Pressemarkt</b>			
74.30.1	Selbständige Übersetzerinnen/Übersetzer	100	47.62	Einzelhandl mit Zeitschriften und Zeitungen	100	100
90.03.2	Selbständige Schriftstellerinnen/Schriftsteller	100	58.12	Verlegen von Adressbüchern etc.	100	100
<b>3. Kunstmarkt</b>						
47.78.3	Einzelhandl mit Kunstgegenständen etc.	20	58.13	Verlegen von Zeitungen	100	100
47.79.1	Einzelhandl mit Antiquitäten	100	58.14	Verlegen von Zeitschriften	100	100
90.03.3	Selbständige bildende Künstlerinnen/Künstler	100	58.19	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	100	100
91.02	Museen	100	63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	100	100
<b>4. Filmwirtschaft</b>						
47.83	Einzelhandl mit begl. Tonträgern etc.*	100	90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen*	100	100
59.11	Film-/TV-Produktion	100	<b>10. Werbemarkt</b>			
59.12	Nachbearbeitungsstadi Filmtechnik	100	73.11	Werbegenerieren/Werbegestaltung*	100	100
59.13	Kinoren und -vertrieb	100	73.12	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten/-flächen	100	100
59.14	Kinos	100	<b>11. Software- und Games-Industrie</b>			
77.22	Videokassen	100	58.21	Verlegen von Computerspielen	100	100
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen/-Künstler*	100	62.01.1	Verlegen von sonstiger Software	100	100
60.10	Hörbuchverleger	100	62.01.9	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen	100	100
60.20	Fernsehersteller	100	63.12	Sonstige Softwareentwicklung	100	100
90.03.5	Selbständige Journalistinnen/Journalisten und Pressefotografinnen/Pressefotografen*	100	<b>12. Sonstige</b>			
<b>6. Markt für darstellende Künste</b>						
85.52	Kulturunterricht/Anschulen	100	32.11	Herstellung von Münzen	100	100
90.01.1	Theaterensembles	100	32.13	Herstellung von Fantasieschmuck	100	100
90.01.3	Selbständige Artistinnen/Artisten, Zirkusbetriebe	100	74.20.2	Fotobüros	100	100
90.01.4	Selbständige Bühnen-, Film-, TV-Künstlerinnen und Künstler	100	74.30.2	Selbständige Dolmetscherinnen/Dolmetscher	100	100
90.02	Einkauf von Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	100	91.01	Bibliotheken und Archive	100	100
90.04.1	Theater- und Konzertveranstalter*	100	Bereich von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen			
90.04.2	Private Musikal-/Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.*	100	91.03	ähnlichen Attraktionen	100	8
90.04.3	Varietés und Kleinkunstbühnen	100	91.04	Botanische und Zoologische Gärten sowie Naturparks	100	8

Nach Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz umfasst der Kern der Kultur- und Kreativwirtschaft elf Teilmärkte, die sich jeweils aus einer unterschiedlichen Zahl von Wirtschaftszweigen (WZ) zusammensetzen. Der zwölfte Bereich „Sonstige“ enthält jene Wirtschaftszweige der Kultur- und Kreativwirtschaft, die keinem Teilmarkt zugeordnet werden können.

Bei den Berechnungen der wirtschaftlichen Kennzahlen und der Beschäftigten fließen die WZ-Klassen entweder zu 100 Prozent oder nach festgelegten Anteilswerten ein. Teilweise gibt es Überschneidungen zwischen den Teilmärkten (so werden bspw. die Theater- und Konzertveranstalter sowohl der Musikwirtschaft als auch dem Markt für darstellende Künste zugerechnet).

Werden diese einzelnen Teilmärkte addiert, ohne die Doppelzählungen zu entfernen, ergibt sich ein verzerrtes Bild. Die für die Kultur- und Kreativwirtschaft ausgewiesene Gesamtsumme stellt einen um diesen Effekt bereinigten Wert dar.

\* doppelt gezählte Wirtschaftszweikklassen.

## BEZUGSGRÖßEN UND STATISTISCHE QUELLEN (1/2)

### ANZAHL UNTERNEHMEN:

Als Quelle für die Anzahl der Unternehmen wurde die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes (DESTATIS) verwendet, die seit dem Jahr 2009 in der neuen Wirtschaftszweigabgrenzung WZ 2008 vorliegt. Der Begriff des Unternehmens wird in der Umsatzsteuerstatistik (Vorankmeldungen) als eine rechtlich selbstständige Einheit mit mehr als 22.000 EUR Jahresumsatz definiert. Bis 2019 lag die Grenze noch bei 17.500 EUR.

Dazu zählen alle Unternehmensformen einschließlich der Freiberufler mit eigenem Büro, alle Selbstständigen mit und ohne abhängig Beschäftigten und alle Unternehmen mit Gewerbebetrieben. Der Begriff des Unternehmens reicht also über den umgangssprachlichen Kontext hinaus und umfasst auch alle Einzelunternehmen, Ein-Personen-Unternehmen, vom kleinsten über die klein- und mittelständischen bis zu den großen Unternehmen. Das Verständnis für diese Bandbreite der verschiedenen Unternehmenstypen ist gerade für die Kultur- und Kreativwirtschaft von besonderer Bedeutung, da hier ein nicht unerheblicher Teil der wirtschaftlichen und beschäftigungsbezogenen Aktivitäten gerade auf die kleinen und kleinsten Unternehmenstypen entfällt.

**Aufgrund von datenschutzrechtlichen Bestimmungen (bspw. bei geringen Fallzahlen) darf für einige WZ-Klassen die Anzahl an Unternehmen nicht amtlich publiziert werden. Dies führt dazu, dass ein gewisser Teil an Unternehmen seitens des Statistischen Bundesamtes anonymisiert ausgewiesen werden.**

**Um eine realistische Ausweisung der Gesamtmarkt- und Teilmarktsummen zu ermöglichen, wurden diese anonymisierten Werte von Goldmedia mithilfe statistischer Verfahren geschätzt bzw. interpoliert.**

### UMSATZ:

Der Umsatz wird ebenfalls anhand der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes bestimmt. Der Begriff des Umsatzes schließt in der Umsatzsteuerstatistik denjenigen Teil des Umsatzes ein, der die steuerbaren Lieferungen und Leistungen eines Unternehmens enthält, und zwar für alle Unternehmen und Selbstständige mit mehr als 22.000 EUR Jahresumsatz (bis 2019: mehr als 17.500 EUR). In den Umsatzvolumina sind grundsätzlich nie die Zuwendungen aus öffentlichen Haushalten oder Rundfunkgebühren enthalten.

Die zuvor dargelegten statistischen Geheimhaltungsvorgaben betreffen ebenfalls die Umsatz-Kennzahl. Aus diesem Grund wurden in gleicher Weise anonymisierte Umsatzwerte von Goldmedia geschätzt bzw. interpoliert.

## BEZUGSGRÖßEN UND STATISTISCHE QUELLEN (2/2)

### KLEINUNTERNEHMEN/MINI-SELBSTSTÄNDIGE:

Kleinunternehmen bzw. Mini-Selbstständige umfassen im Rahmen des Berichts Unternehmer\*innen mit einem jährlichen Umsatz von bis zu 22.000 EUR (bis 2019; bis 17.500 EUR). Die Zahl der Kleinunternehmen basiert auf der Umsatzsteuerstatistik auf Basis der Umsatzsteuererklärungen (Veranlagungen). Im Gegensatz zur Umsatzsteuerstatistik (Vorankmeldungen) werden hier auch Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz bis 22.000 EUR berücksichtigt. Ergebnisse der Statistik liegen jedoch erst ca. 3¼ Jahre nach Ende des Berichtszeitraums vor (aktueller Datenstand: 2020). Für die Folgejahre bis zum Datenstand der Voranmeldestatistik (2023) erstellt Goldmedia Fortschreibungen bzw. Schätzwerte.

### BESCHÄFTIGTE:

Kennzahlen zur Beschäftigtenstatistik werden von Goldmedia über die Bundesagentur für Arbeit bezogen. Ausgewiesen werden die folgenden Kennziffern:

- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (svB)
- Geringfügig Beschäftigte (gB)
- Gesamtbeschäftigte

Die Grundlage der Statistik der Agentur für Arbeit bildet das Meldeverfahren zur Sozialversicherung, in das alle Arbeitnehmer (einschließlich der zu ihrer Berufsausbildung Beschäftigten) einbezogen sind, die der Kranken- oder Rentenversicherungspflicht oder Versicherungspflicht nach dem SGB III unterliegen. In der Studie werden die Daten zur Mitte des jeweiligen Jahres ausgewiesen.

**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.

Zu den **geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen** zählen Arbeitsverhältnisse mit einem niedrigen Lohn (geringfügig entlohnte Beschäftigung) oder mit einer kurzen Dauer (kurzfristige Beschäftigung). Beide werden auch als „Minijob“ bezeichnet.

Eine geringfügig entlohnte Beschäftigung nach § 8 Abs. 1 Nr. 1 SGB IV liegt vor, wenn das Arbeitsentgelt aus dieser Beschäftigung (§ 14 SGB IV) regelmäßig im Monat die Geringfügigkeitsgrenze nicht überschreitet. Die Geringfügigkeitsgrenze beträgt bis einschließlich zum 31.12.2012 400 Euro und ab dem 01.01.2013 450 Euro. Regelmäßig bedeutet, dass, wenn die Grenze von 450 Euro nur gelegentlich und nicht vorhersehbar überschritten wird, trotzdem eine geringfügig entlohnte Beschäftigung vorliegt.

Eine kurzfristige Beschäftigung liegt nach § 8 Abs. 1 Nr. 2 SGB IV vor, wenn die Beschäftigung für eine Zeitdauer ausgeübt wird, die im Laufe eines Kalenderjahres, oder auch Kalenderjahrsüberschreitend, auf nicht mehr als drei Monate oder insgesamt 70 Arbeitstage nach ihrer Eigenart begrenzt zu sein pflegt oder im Voraus vertraglich (z.B. durch einen auf längstens ein Jahr befristeten Rahmenarbeitsvertrag) begrenzt ist (im Zeitraum vor dem 01.01.2015 lagen die Fristen bei zwei Monaten oder insgesamt 50 Arbeitstagen).

Mehrfachbeschäftigte, die gleichzeitig zwei oder mehr geringfügigen Beschäftigungen nachgehen, werden nur nach den Merkmalen der zuletzt aufgenommenen Beschäftigung ausgewiesen.

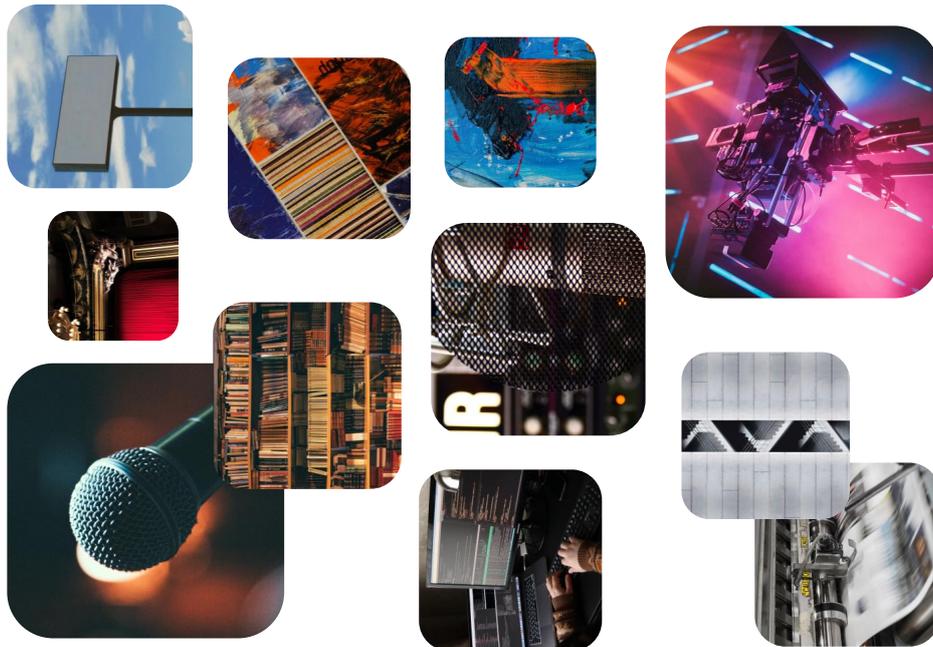
Die Daten zu den **Gesamtbeschäftigten** werden seit 2023 direkt von der Arbeitsagentur bezogen. Dadurch ist die Kennzahl der Gesamtbeschäftigten um die im Nebenjob geringfügig Beschäftigten bereinigt. Dies verhindert das Double-Counting von Beschäftigten und erhöht die Datenqualität gegenüber der zuvor verwendeten Definition (Summe aus sozialversicherungspflichtig und allen geringfügig Beschäftigten).

## DATEN ZU PROGNOSEN

Die in dieser Studie ausgewiesenen Prognosen basieren auf statistischen Modellierungen, welchen Daten des Statistischen Bundesamtes (Umsatzsteuerstatistik und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen) sowie der Bundesagentur für Arbeit zugrunde liegen. Weiterhin wurden bei der Erstellung der Prognosen Daten von Verbänden und u. a. Einschätzungen des ifo Instituts (Konjunkturprognose) sowie des IAB - Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (Beschäftigtenprognose) herangezogen.

Das von Goldmedia verwendete Modellierungsverfahren basiert auf einer Datentriangulation und vereint somit die Expertise von Goldmedia mit den Erkenntnissen diverser Studien renommierter Institute und Organisationen zur Entwicklung der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusätzlich wurden mithilfe eigener statistischer Verfahren und proprietärer Daten Verteilungsschlüssel erarbeitet, welche eine Ausweisung von Prognosedaten bis auf die WZ-Klassen-Ebene der Bundesländer ermöglichen. Die resultierenden Ergebnisse wurden anschließend von Branchenexperten hinsichtlich ihrer Plausibilität geprüft.

Die prognostizierten Werte wurden zuletzt am 03.06.2024 aktualisiert und stellen den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung aktuellen Kenntnisstand dar.



Studie im Auftrag:

 Baden-Württemberg  
Ministerium für Wirtschaft,  
Arbeit und Tourismus



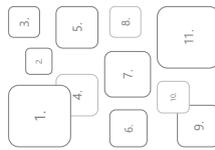
Erstellt durch:

**GOLDMEDIA**  
 **STANDORTMONITOR.NET**  
Kultur- und Kreativwirtschaft

# IMPRESSUM

## BILDQUELLE TITELBLATT UND FAZIT:

- Unsplash.com @
- 1: Bogomil Mihaylov
- 2: gwenking
- 3: Joshua Hoehne
- 4: Alfons Morales
- 5: john\_jennings
- 6: Mikhail Fesenko
- 7: Fringer Cat
- 8: Steve Johnson
- 9: Bank Phrom
- 10: Henry & Co.
- 11: Jakob Owens



## HERAUSGEBER:

Goldmedia GmbH | Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin  
[www.goldmedia.com](http://www.goldmedia.com) | [www.standortmonitor.net](http://www.standortmonitor.net)

## REDAKTION:

Prof. Dr. Klaus Goldhammer, Mathias Birke, Lena Mackuth

## ERSTELLT IM AUFTRAG:

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und  
 Tourismus Baden-Württemberg  
 Schlossplatz 4  
 70173 Stuttgart

und

MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH  
 Breitscheidstr. 4  
 70174 Stuttgart  
<https://www.mfg.de>

## DATENSTAND:

Mai 2025  
 Betrachtungszeiträume der Kennzahlen:  
 Umsätze, Unternehmen, Kleinunternehmen: 2018 bis 2023 (Prognosen bis 2026)  
 Beschäftigte: 2019 bis 2024 (Prognosen bis 2027)