

Medienstandort Bayern 2019

Gutachten im Auftrag des MedienNetzwerk Bayern
München, 22. Februar 2019

Goldmedia Gruppe | info@Goldmedia.de | www.Goldmedia.com | Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin-Mitte | Tel: 004930-246 266-0 | Fax: 004930-246 266-66



Standortstudie: Medienstandort Bayern 2019

Auftraggeber, Studienziele, Methodik und Marktabgrenzung

Auftraggeber

- Das **MedienNetzwerk Bayern** hat die Goldmedia GmbH im August 2018 mit der Erstellung einer Medien-Standortstudie für Bayern beauftragt.
- Diese wurde von Goldmedia von September bis November 2018 verfasst.



Methodik

- Aggregation aktueller Sekundäruntersuchungen** sowie Goldmedia-**Primärdaten** zu einzeln. Medienteilbranchen
 - Aktuelle Datenabfragen** u.a. beim Landesamt für Statistik Bayern, bei der Bundesagentur für Arbeit, beim Statistischen Bundesamt und diversen Branchenverbänden
- Schaffung einer **einheitlichen, vergleichbaren Datenbasis** und, im Ergebnis, einer **zusammenfassenden Überblicksstudie**

Studienziele

- Ziel der Studie** ist eine objektive und zugl. umfassende Bestandsaufnahme
- um die wirtschaftliche **Bedeutung des Medienstandorts Bayern zu erfassen**,
- Qualitäten** des Medienstandorts aufzuzeigen und evtl. **Entwicklungspotenziale** zu identifizieren.



Marktabgrenzung

- Untersucht wurden die folgenden **Medienbranchen/Teilmärkte**:
 - Rundfunk (TV & Hörfunk);
 - Filmwirtschaft;
 - Musikwirtschaft;
 - Pressemarkt;
 - Buchmarkt;
 - Software-/Gamesmarkt;
 - Designwirtschaft;
 - Werbewirtschaft sowie: - Telekommunikation (TK);
 - Unterhaltungselektronik (UE)

Zusammenfassung: Medienstandort Bayern 2019



Der Medienstandort Bayern erzielt mit rd. 300.000 Beschäftigten u. 42.000 Unternehmen bzw. Selbstständigen einen steuerbaren Gesamtumsatz von 68 Mrd. EUR.

Key Facts (weiß) und Zahl der Steuerpflichtigen (Unternehmen u. Selbstständige) nach Medienbranche in Bayern 2016/17

 **3.200**
**Akteure im Rundfunk
(TV und Hörfunk)**

 **3.500**
Akteure der Filmwirtschaft

 **3.000**
Akteure d. Musikwirtschaft

 **7.000**
**Presseverlage, Journalisten
und Druckunternehmen**

 **5.000**
**Buchverlage u. -drucker,
-händler, Schriftsteller**



 **8.000**
**Games- & Software-
Produzenten & -Verleger**

 **13.000**
Designer und Agenturen

 **5.000**
**Werber, Werbeagenturen,
Vermarkter**

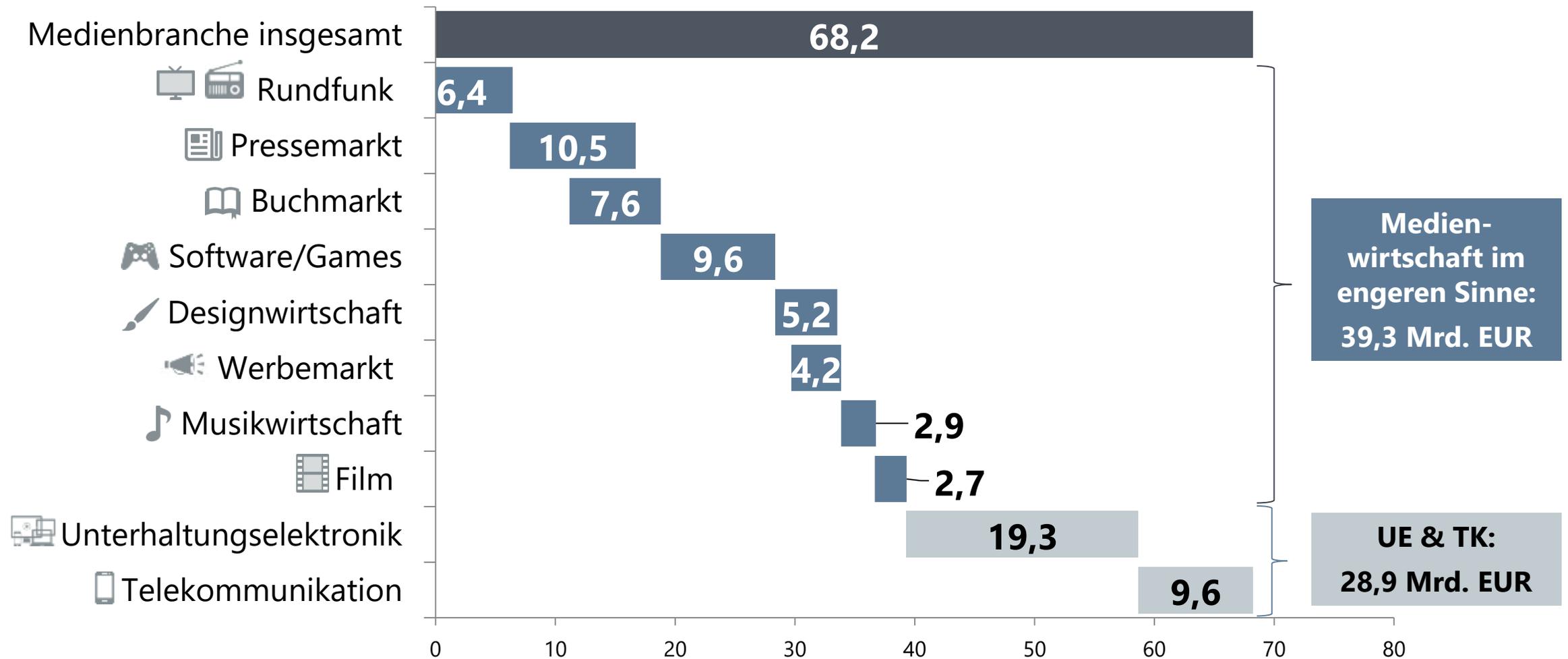
 **500**
**TK-Unternehmen
und -Dienstleister**

 **4.000**
**UE-Hersteller, Händler
und UE-Dienstleister**

Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018 (Umsatzdaten und Zahl der Steuerpflichtigen für 2016), Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018 (Beschäftigungsdaten für 6/2017)
Einige WZ-Klassen wurden mehreren Medienbranchen zugeordnet. Bei der Darstellung von Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern wurden diese Dopplungen wieder herausgerechnet.
Die Summe der Angaben zu den Teilmärkten entspricht daher nicht den Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern.

Am Medienstandort Bayern wurden 2016 rd. 68 Mrd. EUR erwirtschaftet. Ohne die UE- & TK-Branche lag der Umsatz bei 39,3 Mrd. EUR.

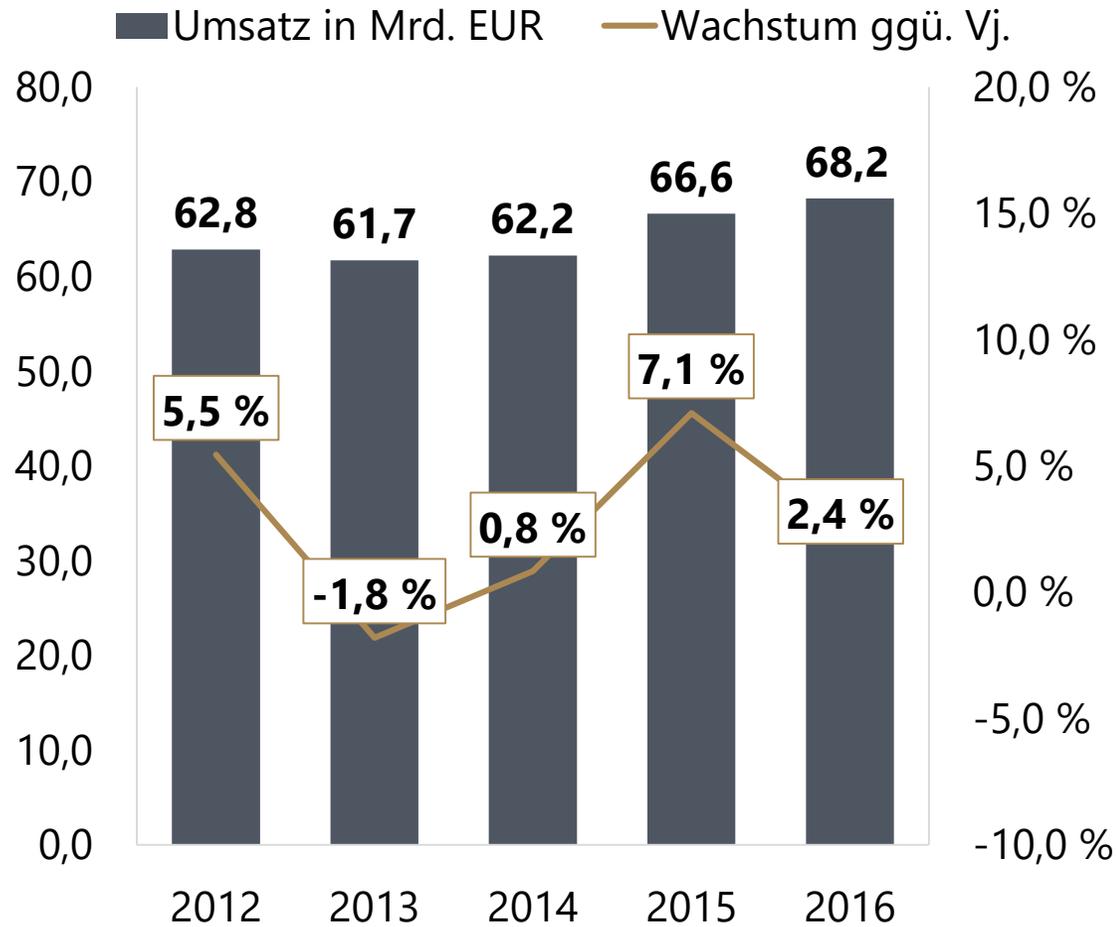
Steuerbare Umsätze am Medienstandort Bayern 2016, in Mrd. EUR



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018. Einige WZ-Klassen wurden mehreren Medienbranchen zugeordnet. Bei der Darstellung von Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern wurden diese Dopplungen wieder herausgerechnet. Die Summe der Angaben zu den Teilmärkten entspricht daher nicht den Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern.

Umsätze im bayerischen Medienmarkt entwickeln sich dynamisch: Allein von 2013 bis 2016 stiegen die steuerbaren Umsätze um rund 10 % oder 6,5 Mrd. EUR.

Entwicklung der steuerbaren Umsätze am Medienstandort Bayern 2012–2016



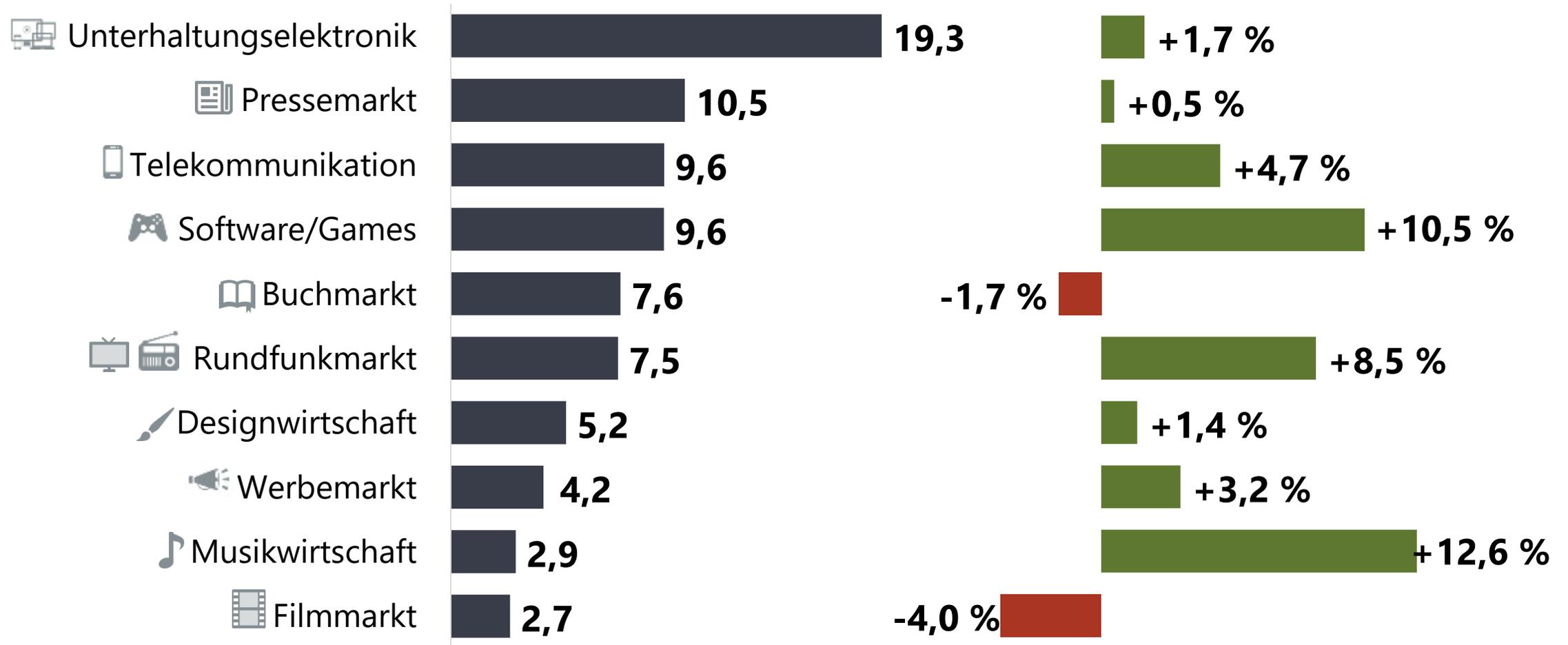
Medienakteure in Bayern 2018 (Auswahl)



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Logos: Websites der Unternehmen/Institutionen

Die bayerische Medienwirtschaft ist zwischen 2012 und 2016 in nahezu allen Teilbranchen gewachsen – am stärksten Musik, Software/Games & Rundfunk.

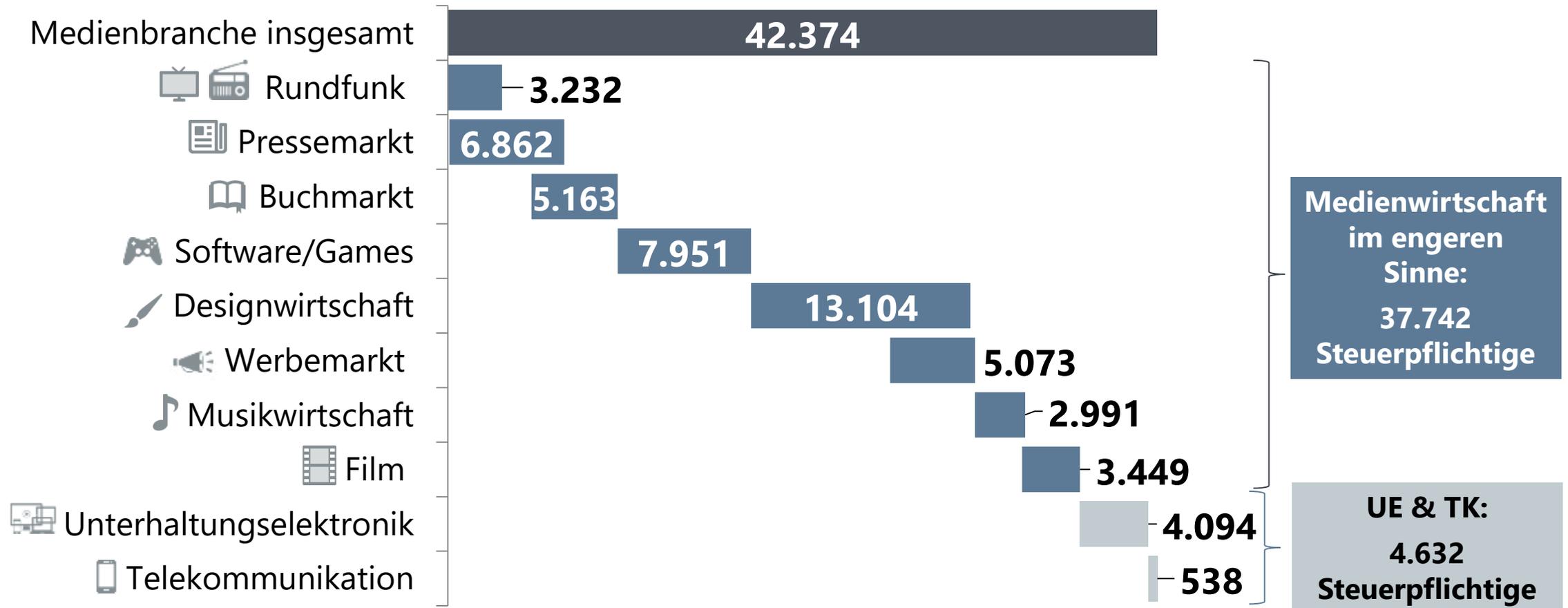
Medienstandort Bayern: Steuerbarer Umsatz 2016 in Mrd. EUR und CAGR* 2012–2016 in den Teilmärkten



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, * CAGR (Compound Annual Growth Rate): Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Mehr als 42.000 Unternehmen und Selbstständige am Medienstandort Bayern: Rundfunk, Print, Software/Games, Design, Werbung, Musik, Film, UE und TK.

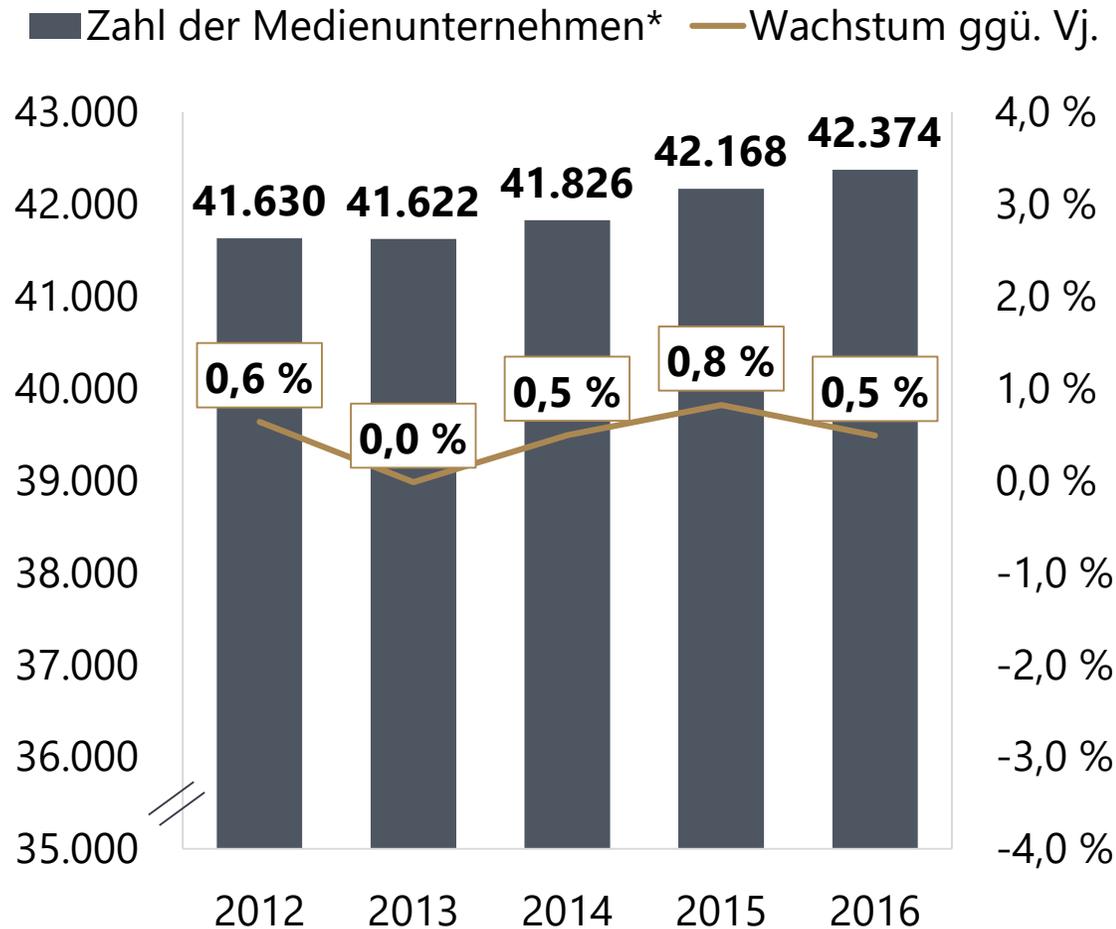
Zahl der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) am Medienstandort Bayern 2016



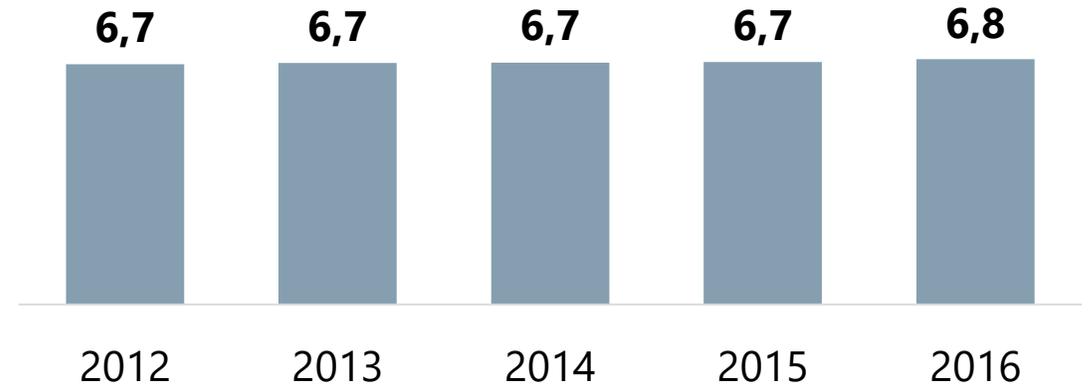
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018. Einige WZ-Klassen wurden mehreren Medienbranchen zugeordnet. Bei der Darstellung von Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern wurden diese Dopplungen jeweils wieder herausgerechnet. Die Summe der Angaben zu den Teilmärkten entspricht daher nicht den Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern.

Zwischen 2012 und 2016 sind über 700 Unternehmen und Selbstständige am Medienstandort Bayern hinzugekommen.

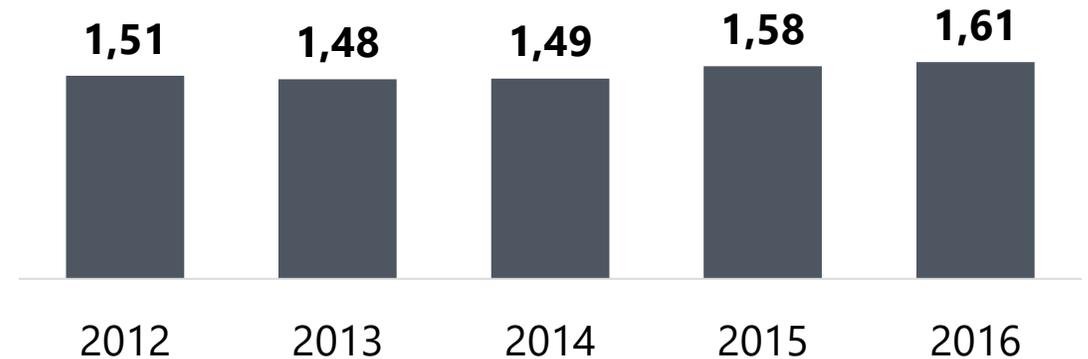
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) am Medienstandort Bayern 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen (inkl. Selbstständige)* am Medienstandort Bayern 2012–2016



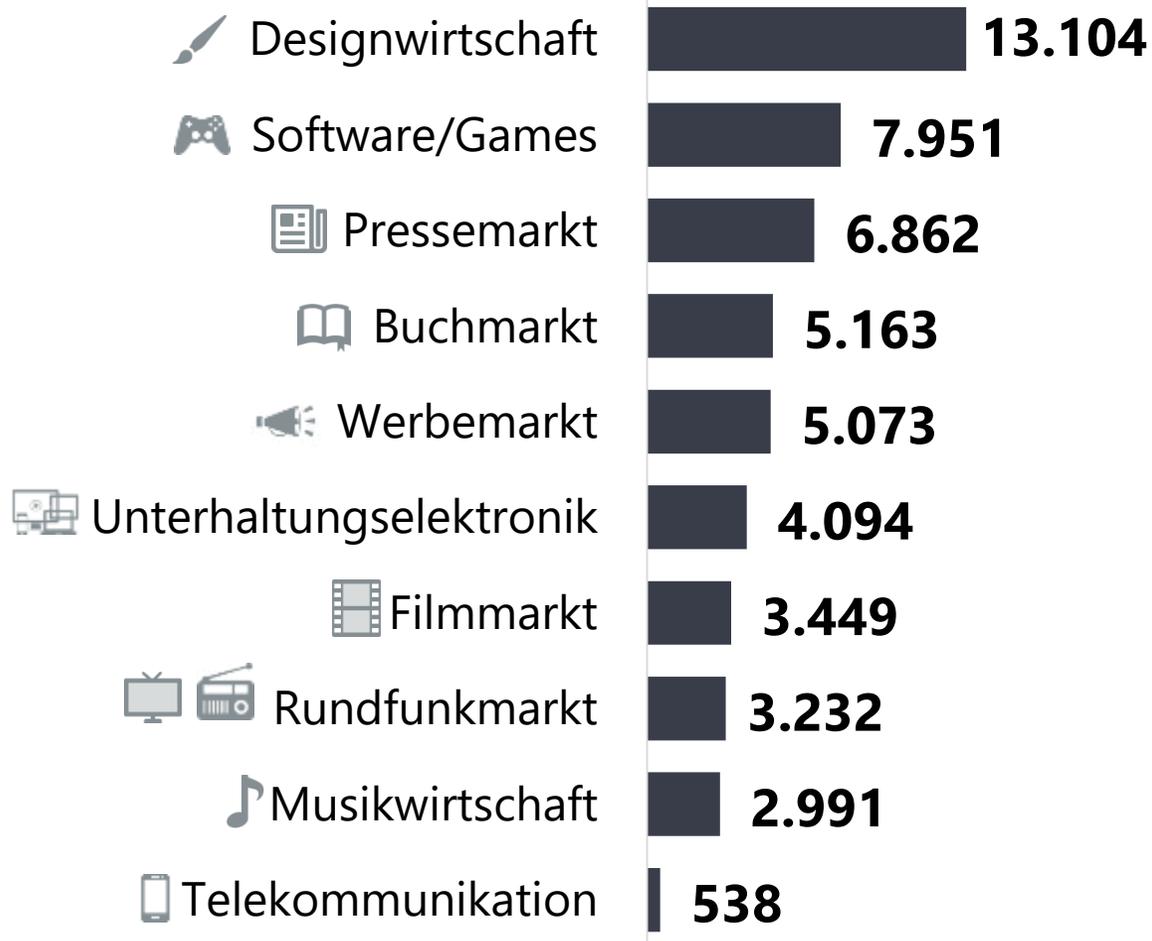
Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen (inkl. Selbstst.)* am Medienstandort Bayern, 2012–2016, in Mio. EUR



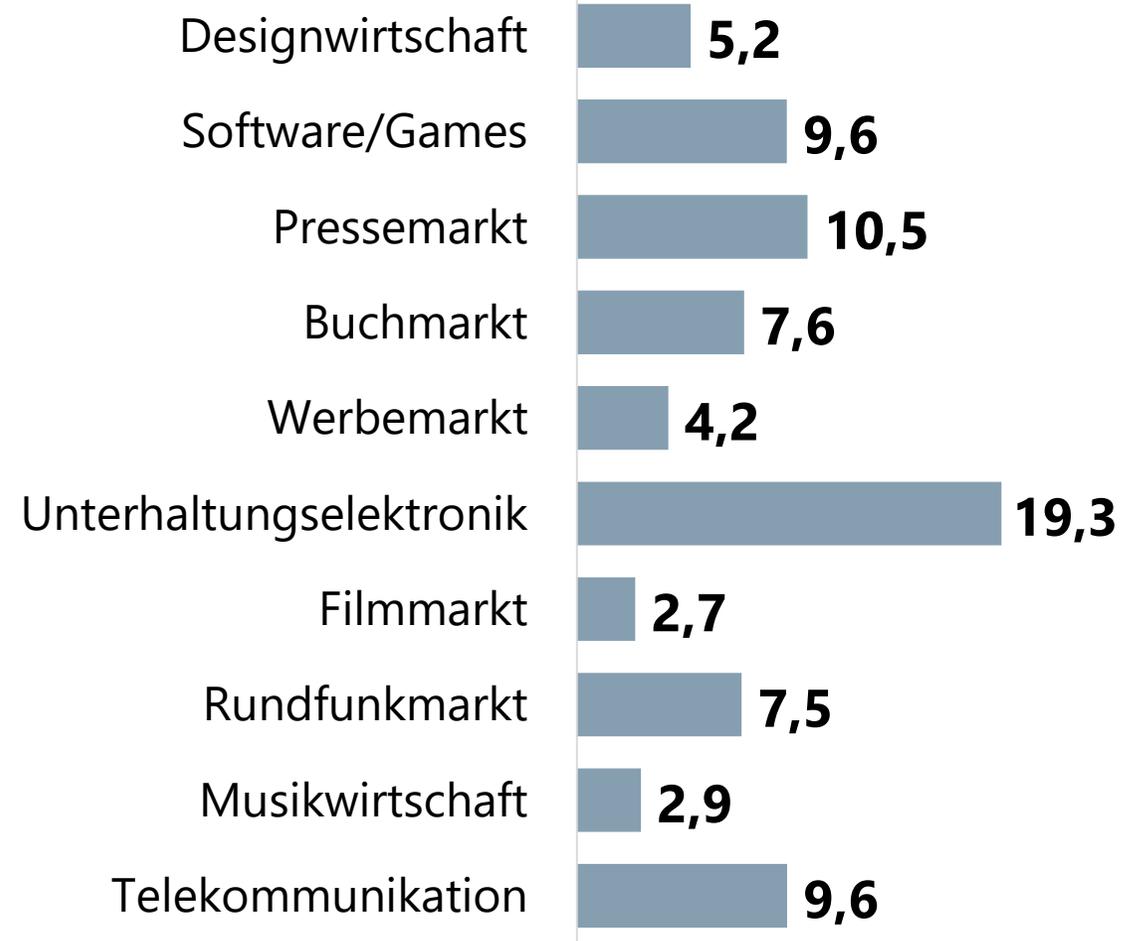
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige Unternehmen und Selbstständige, Beschäftigte = sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte

Designwirtschaft mit den meisten Unternehmen und Selbstständigen; UE mit größtem Umsatzanteil, gefolgt von Presse, Software/Games und TK.

Zahl der Unternehmen und Selbstständigen* in den Teilmärkten am Medienstandort Bayern 2016



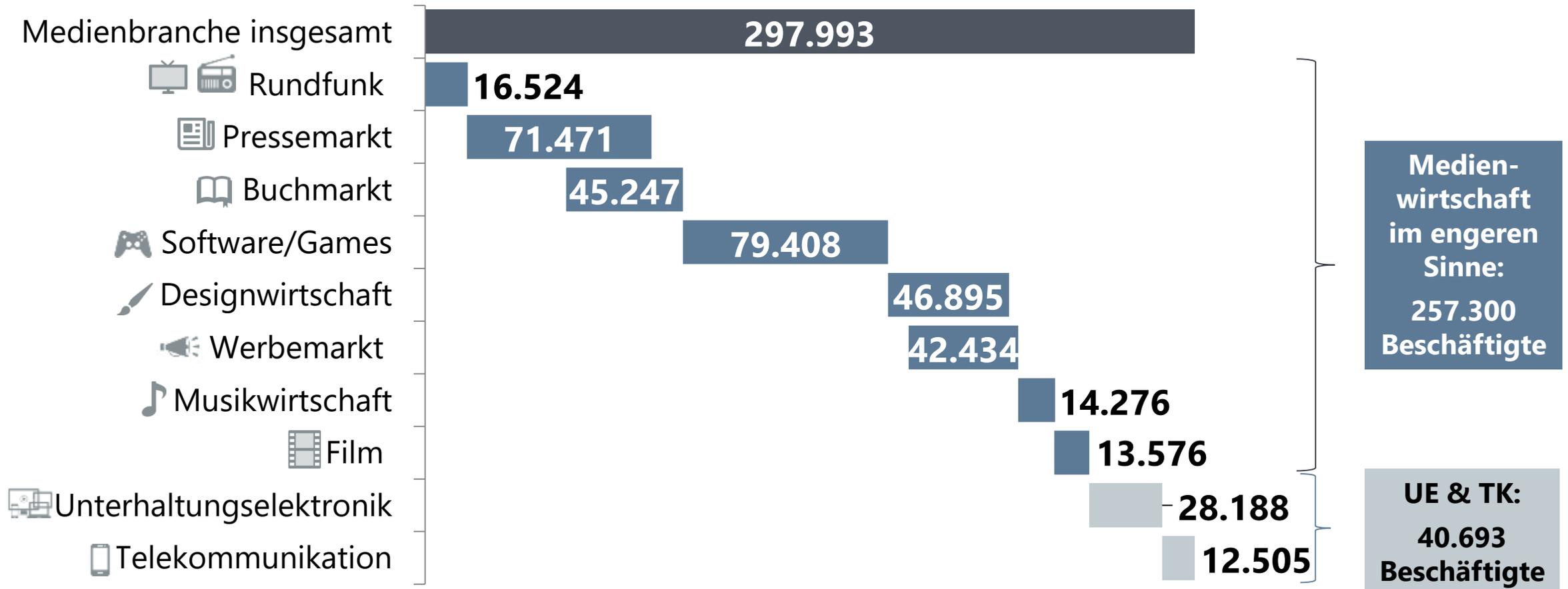
Steuerbarer Umsatz in den Teilmärkten am Medienstandort Bayern 2016, in Mrd. EUR



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, * Steuerpflichtige Unternehmen und Selbstständige

Insgesamt rund 298.000 Beschäftigte am Medienstandort Bayern. Ohne UE- & TK-Branche lag die Zahl der Beschäftigten bei 257.000.

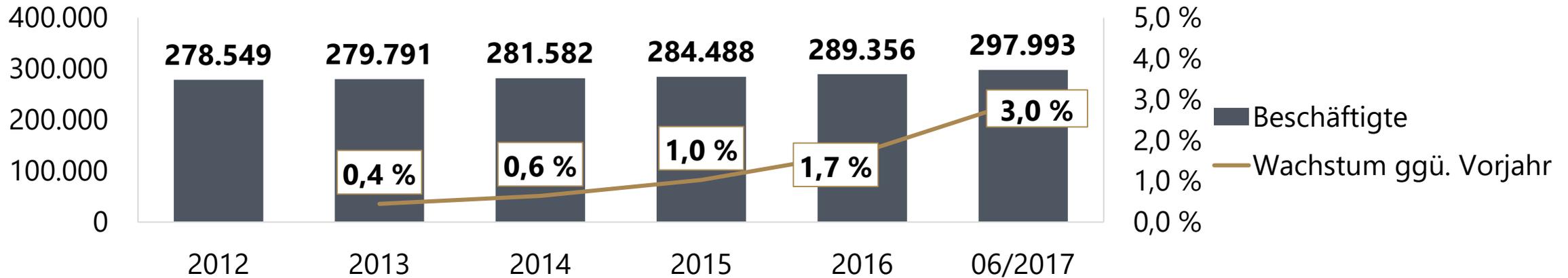
Zahl der Beschäftigten (sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte) am Medienstandort Bayern 06/2017



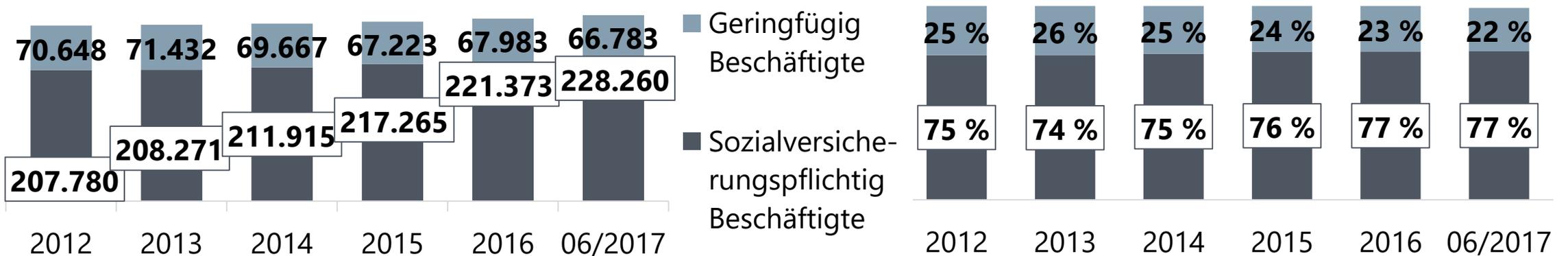
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018. Einige WZ-Klassen wurden mehreren Medienbranchen zugeordnet. Bei der Darstellung von Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern wurden diese Dopplungen jeweils wieder herausgerechnet. Die Summe der Angaben zu den Teilmärkten entspricht daher nicht den Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern.

Deutliches Beschäftigungswachstum: plus 20.000 seit 2012 und allein +3 % im ersten Halbjahr 2017. Dabei steigt Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Beschäftigungsentwicklung am Medienstandort Bayern 2012–06/2017



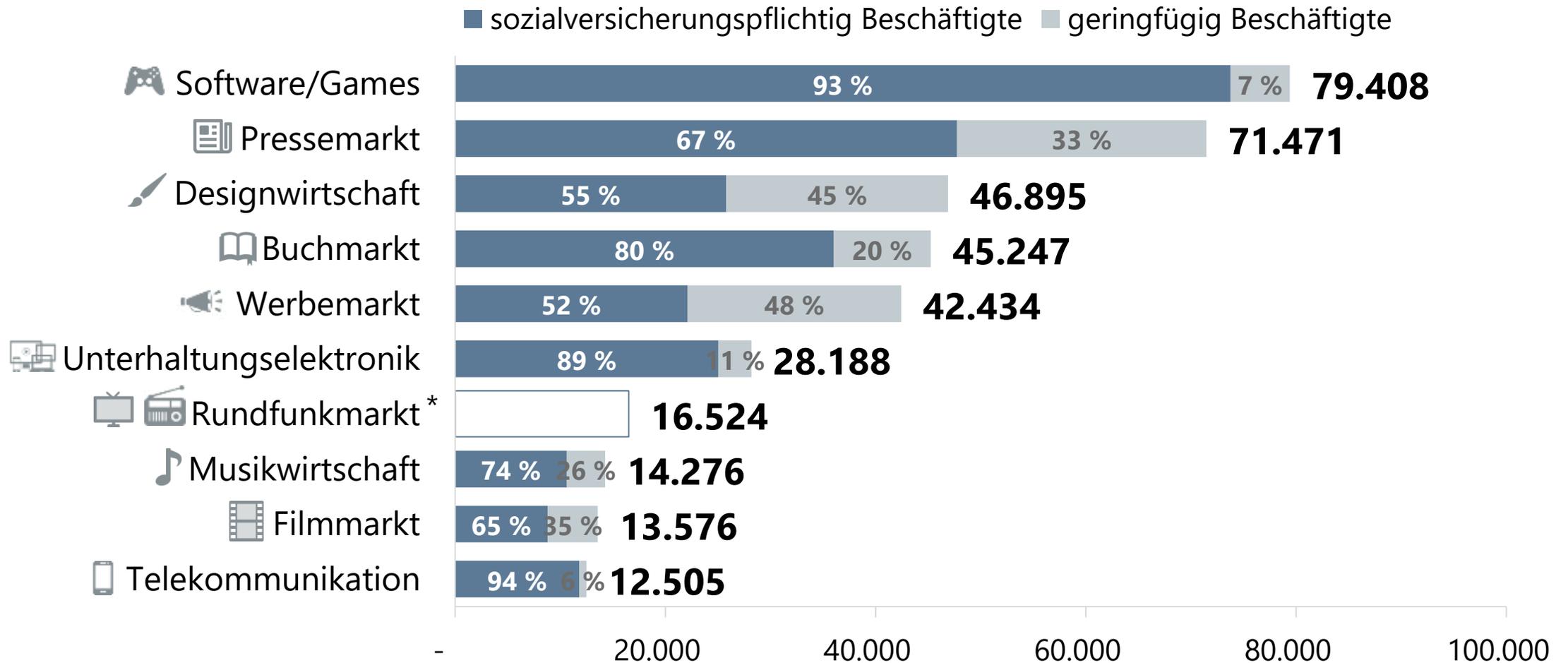
Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten (links) und Anteil in Prozent an der Gesamtbeschäftigung am Medienstandort Bayern, 2012–06/2017 (rechts)



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

Medienbranche mit den meisten Beschäftigten in Bayern ist Software/Games: Hier auch besonders hoher Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter.

Zahl der Beschäftigten und Anteil sozialversicherungspflichtig/geringfügig Beschäftigter
in den Teilmärkten am Medienstandort Bayern 06/2017

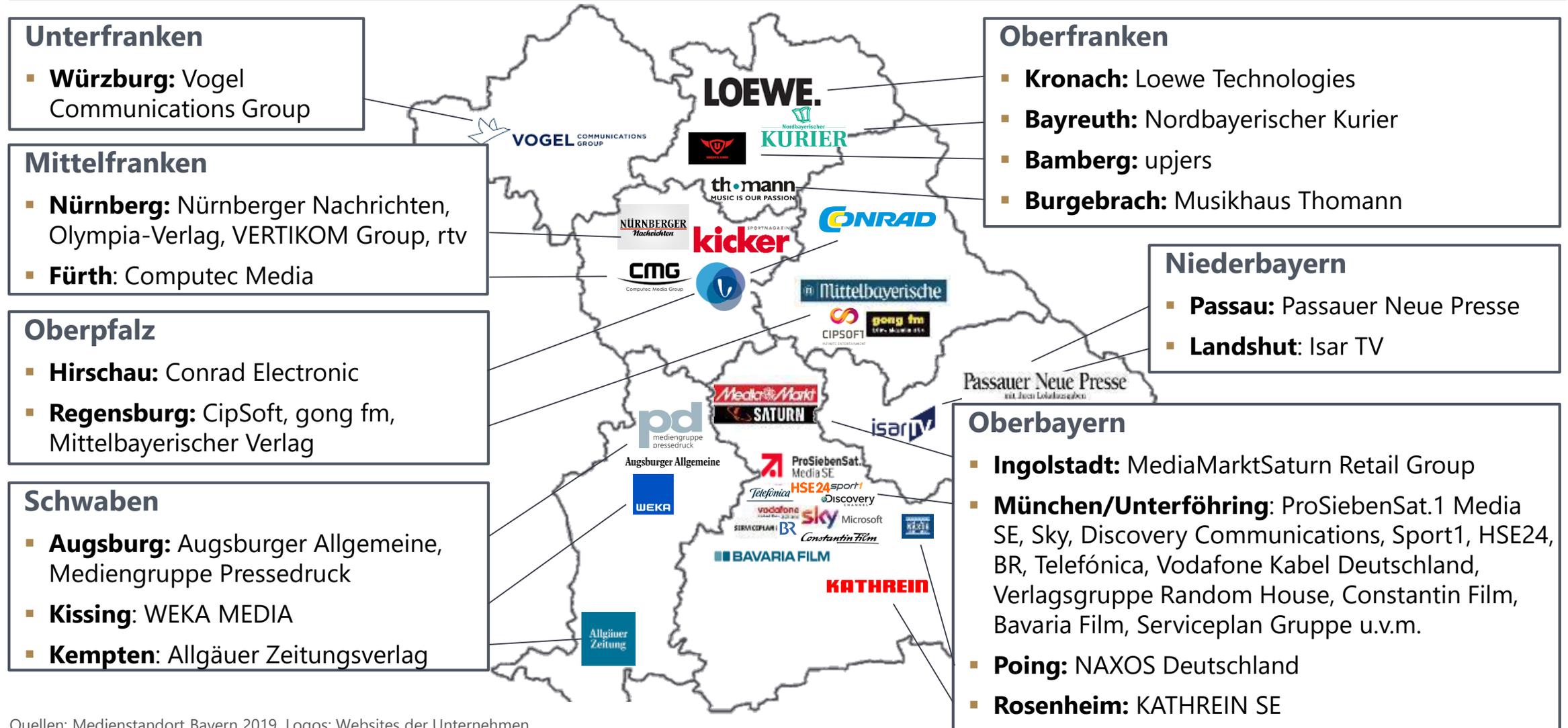


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

* Eine Aufteilung der Beschäftigten nach svB und geringfügig Beschäftigte ist im Rundfunkmarkt nicht möglich, da die Ausweisung der Stellen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nur in Form von Planstellen erfolgt.

München und Unterföhring ist mit Blick auf Umsatz und Beschäftigtenzahlen das größte, aber nicht das einzige Zentrum: Der gesamte Freistaat ist Medienstandort.

Auswahl von Medienunternehmen in den sieben bayerischen Regierungsbezirken 2018



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Logos: Websites der Unternehmen

In Bayern existieren umfangreiche Strukturen aus Förderung, Entwicklungs- und Vernetzungsplattformen, Kongresse & Forschungsinitiativen für den Medienstandort.

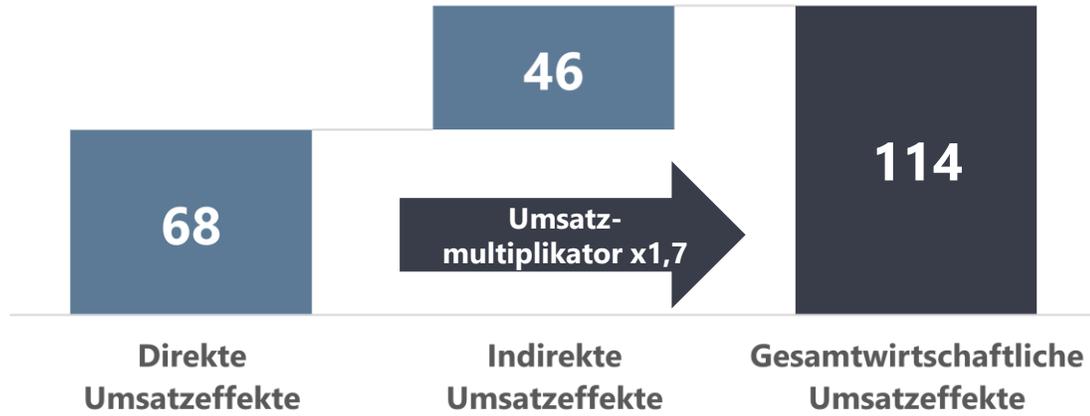
Übersicht Förder- und Entwicklungsstrukturen, Events und Initiativen am Medienstandort Bayern (Auswahl)

Bereich	Institutionen/Events	Erläuterung
Standortentwicklung und -Vernetzung 	Bavarian Hub for Digital Transformation	Koordinierungsstelle und Think Tank für digitalen Wandel in Bayern
	Zentrum Digitalisierung.Bayern (ZD.B)	Forschungs-, Kooperations- und Gründungsplattform in Zusammenarbeit mit Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden, öffentlichen Maßnahmen
	MedienNetzwerk Bayern	Initiative zur Stärkung des Medienstandorts Bayern, Vernetzung der Medienbranchen untereinander und mit angrenzenden Branchen, regelmäßige und branchenübergreifende Events, gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei
Standortförderung 	Masterplan BAYERN DIGITAL II des Bayerischen Staatsministerium	Förderung u.a. von digitaler Infrastruktur sowie Schlüsseltechnologien wie KI, 3-D-Druck, Cybersecurity u.v.m. mit sechs Mrd. EUR bis 2022
	FFF Bayern	Förderung von Film und Games mit rund 39 Mio. EUR pro Jahr
	BLM: Bayerische Landeszentrale für neue Medien	Regulierung und Förderung insb. im Bereich Rundfunk
	MediaLab Bayern	Förderung von Medien-Start-ups, Inkubator und Coworking-Space, ein Projekt der Medientage München & der BLM, gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei
	WERK1	Förderung von Büroflächen/Coworking-Spaces
Messen/Kongresse/Events 	Medientage München	Zentrales Event der deutschen Medienbranche mit über 7.000 Teilnehmern, u.a. inkl. Immersive Media Day/Area für VR/AR/360°
	Lokalrundfunktage Nürnberg	Deutschlandweit größte Veranstaltung zum lokalen/regionalen Rundfunk; 1.100 Teilnehmer
	Munich Creative Business Week	Größtes deutsches Design-Event mit mehr als 75.000 Teilnehmern
	Bits & Pretzels, MobileMediaDay, Filmfest München, Digital Life Design, Literaturfest München u.v.m.	Zahlreiche weitere Events, Kongresse, Messen, Initiativen u.v.m. im Bereich Medien, Start-ups und Digitalwirtschaft
	Bayerisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation (BIDT)	Im September 2018 gegründetes interdisziplinäres Institut für digitale Transformation an der Bayerischen Akademie der Wissenschaften
Forschung/Ausbildung 	MedienCampus Bayern	Verein zur Koordination und Information für Medienaus- und -fortbildung, getragen von der Bayerischen Staatskanzlei
	MEDIASCHOOL BAYERN, IRT, DJS, BAF, HFF u.v.m.	Zahlreiche weitere Forschungs-/Ausbildungsinstitutionen im Bereich Medien

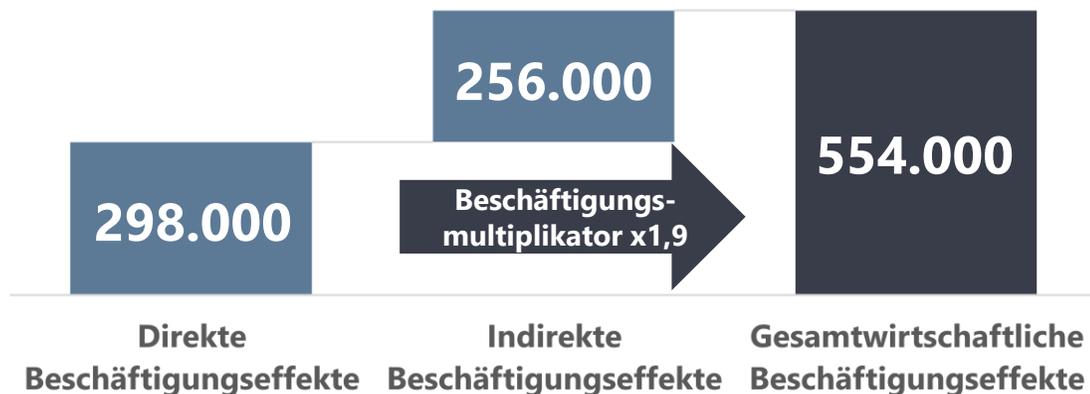
Quelle: Medienstandort Bayern 2019, Logos: Websites der Unternehmen/Institutionen

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der bayerischen Medienindustrie geht weit über die Kernbranche hinaus und hat Effekte auf vor- und nachgelagerte Märkte.

Umsatzeffekte am Medienstandort Bayern 2016, in Mrd. EUR (Schätzung Goldmedia)



Beschäftigungseffekte am Medienstandort Bayern 06/2017 (Schätzung Goldmedia)



Gesamtwirtschaftliche Effekte am Medienstandort Bayern

- Effekte einzelner Wirtschaftszweige auf vor- und nachgelagerte Märkte entlang der Wertschöpfungskette werden mit Hilfe der Input-Output-Analyse berechnet.*
- Auf Bundesebene existieren u.a. Berechnungen für den audiovisuellen Sektor, die TK- und die Filmwirtschaft.**
- Hieraus lassen sich näherungsweise die gesamtwirtschaftlichen Effekte am Medienstandort Bayern schätzen.***

Branchen in vor- und nachgelagerten Märkten (Auswahl) am Medienstandort Bayern

- **Gastronomie**
- **Elektroindustrie**
- **Logistik/Kundendienst**
- **Handel**
- **Distribution und Infrastruktur**
- **(Aus-)Bildungssektor**
- **IT-Wirtschaft**
- **Kultur**
- **Bau/Immobilien**

Quelle: Medienstandort Bayern 2019, * vgl. Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamts, ** vgl. VPRT: „Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Audio- und Audiovisuellen Medien“, Goldmedia/HMS/DIW Econ im Auftrag des BMWi: „Wirtschaftliche Bedeutung der Filmindustrie in Deutschland“, *** Hierbei kann es teilweise zu sich überlagernden Effekten kommen, die hier ggf. doppelt gezählt wurden.

Wettbewerbsanalyse: Medienstandort Bayern im Vergleich

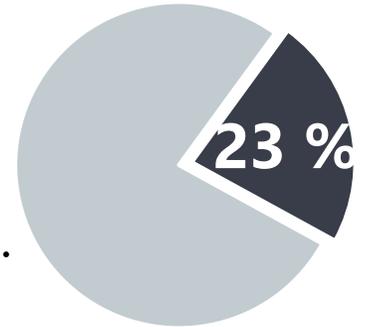


Medienstandort Bayern im bundesweiten Vergleich: 23 % Umsatzanteil und jeweils 19 % der Unternehmen sowie der Beschäftigten – bei 16 % Bevölkerungsanteil

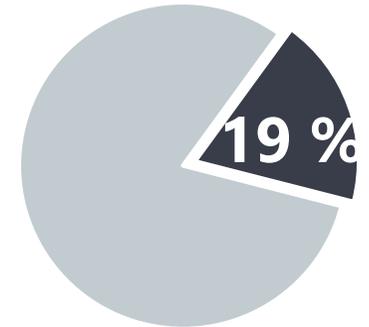
Anteil verschiedener Kennziffern des Medienstandorts Bayern am Medienstandort Deutschland gesamt 2016/17



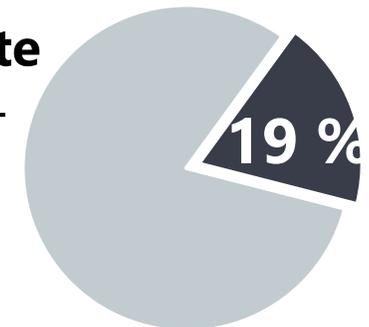
Umsatz: 68,2 Mrd. EUR entsprechen rund **23 %** des gesamten steuerbaren Umsatzes in der deutschen Medienwirtschaft (rd. **301,8 Mrd. EUR**, 2016).



Anbieter: 42.000 Steuerpflichtige entsprechen rund **19 %** aller Unternehmen und Selbstständigen in der deutschen Medienwirtschaft (insgesamt rd. **226.000**, 2016).

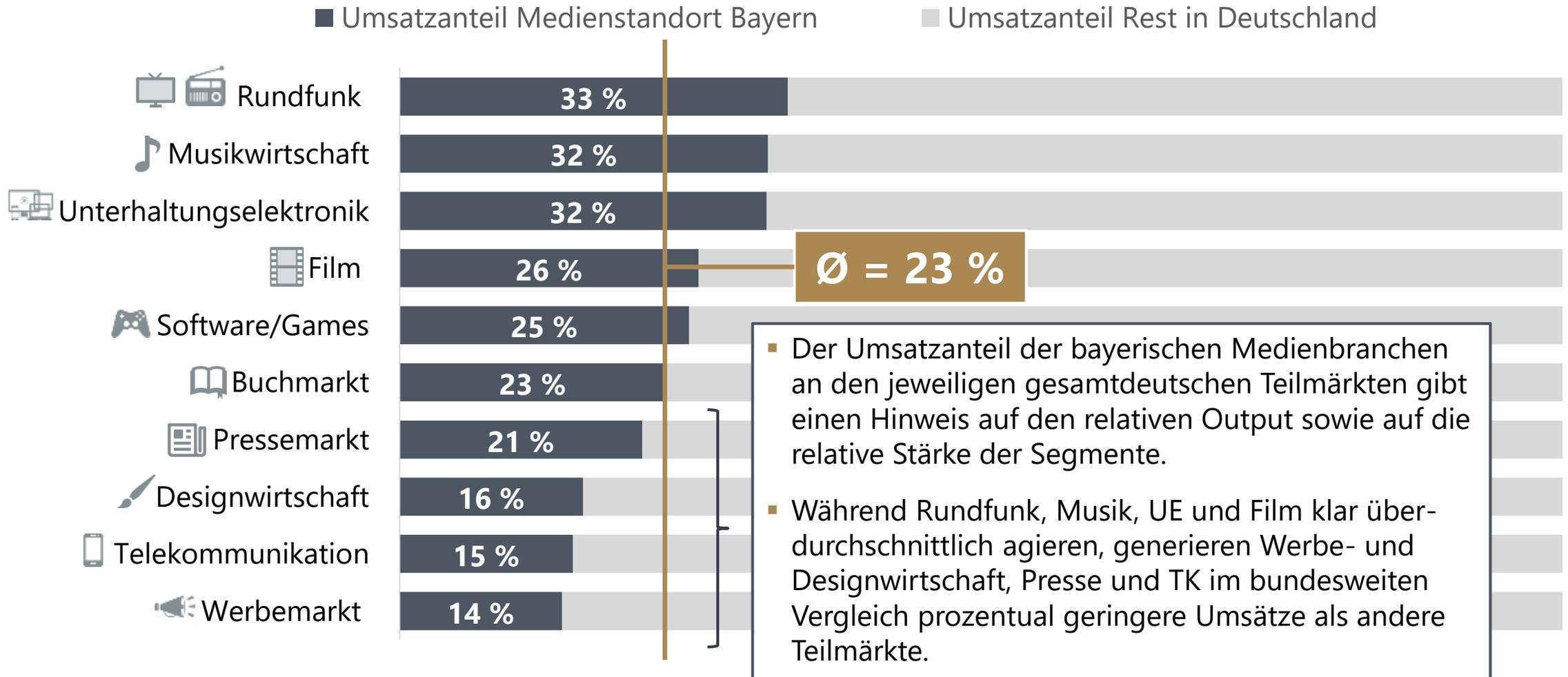


Beschäftigung: 298.000 Beschäftigte entsprechen rund **19 %** aller Beschäftigten in der dt. Medienwirtschaft (insgesamt rd. **1,56 Mio.**, 06/2017).



Bayerns Anteil an der Medienwirtschaft Deutschlands liegt bei 23 %. Mit rund einem Drittel am Umsatz sind Rundfunk, Musikwirtschaft und UE am stärksten.

GAP-Analyse: Umsatzanteile des Medienstandorts Bayern an den Medien-Teilmärkten in Deutschland 2016



Medienstandort Bayern: Analyse der Teilbranchen



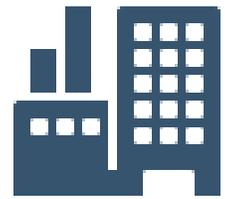
Rundfunkwirtschaft (TV und Hörfunk) in Bayern



Rundfunk in Bayern erwirtschaftet insgesamt 7,5 Mrd. EUR, d.h. mehr als 37 % der gesamten Rundfunckerträge* Deutschlands.



Key Facts Rundfunkwirtschaft in Bayern 2016



- **237** private und öffentl.-rechtl. Rundfunkprogramme in Bayern (123 TV-/114 Hörfunkprogramme)
- **537** Web-TV und Webradio-Progr.

Vgl. Dtl.

642
(37 %)

3.319



- **14.275** Beschäftigte im privaten und öffentl.-rechtl. Rundfunk**

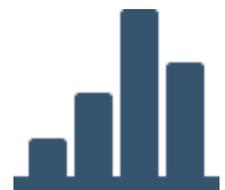
46.886
(30 %)



- **7,5 Mrd. EUR** Gesamtertrag (davon 2,7 Mrd. EUR TV-Werbung, 169 Mio. EUR Hörfunkwerbung, 909 Mio. EUR Rundfunkbeitrag)

20,4
Mrd.
EUR
(37 %)

Weitere Fakten:



- Bayern ist das Bundesland mit den meisten privaten Rundfunkprogrammen.
- Bayern generiert insgesamt 37 Prozent der Rundfunckerträge.

Highlights: Rundfunkmarkt in Bayern

- Sitz der bundesweit agierenden ProSiebenSat.1 Media SE, Pay-TV-Marktführer Sky Deutschland, Homeshopping-Sender HSE24 sowie vieler verschiedener TV- und VoD-Anbieter (u. a. Sport1, Disney, Discovery, Turner, DAZN)
- Ausgeprägte regionale Fernsehlandschaft
- Größter privater Hörfunk-Sender: Antenne Bayern
- Bayerischer Rundfunk (BR) als ö-r Landesrundfunkanstalt
- Medientage München und Lokalrundfunktage

Branchentrends

- Klassische TV- und Radio-Nutzung verliert zunehmend zugunsten der Online-Nutzung, Anbieter müssen sich an veränderte Nutzungsgewohnheiten und wachsenden Wettbewerb durch (internationale) Online-Anbieter anpassen.
- Zunehmende Bedeutung schneller stationärer und mobiler (Perspektive: 5G) Breitbandanbindungen sowie digitaler Verbreitungswege (DAB+) für Video- und Audioverbreitung

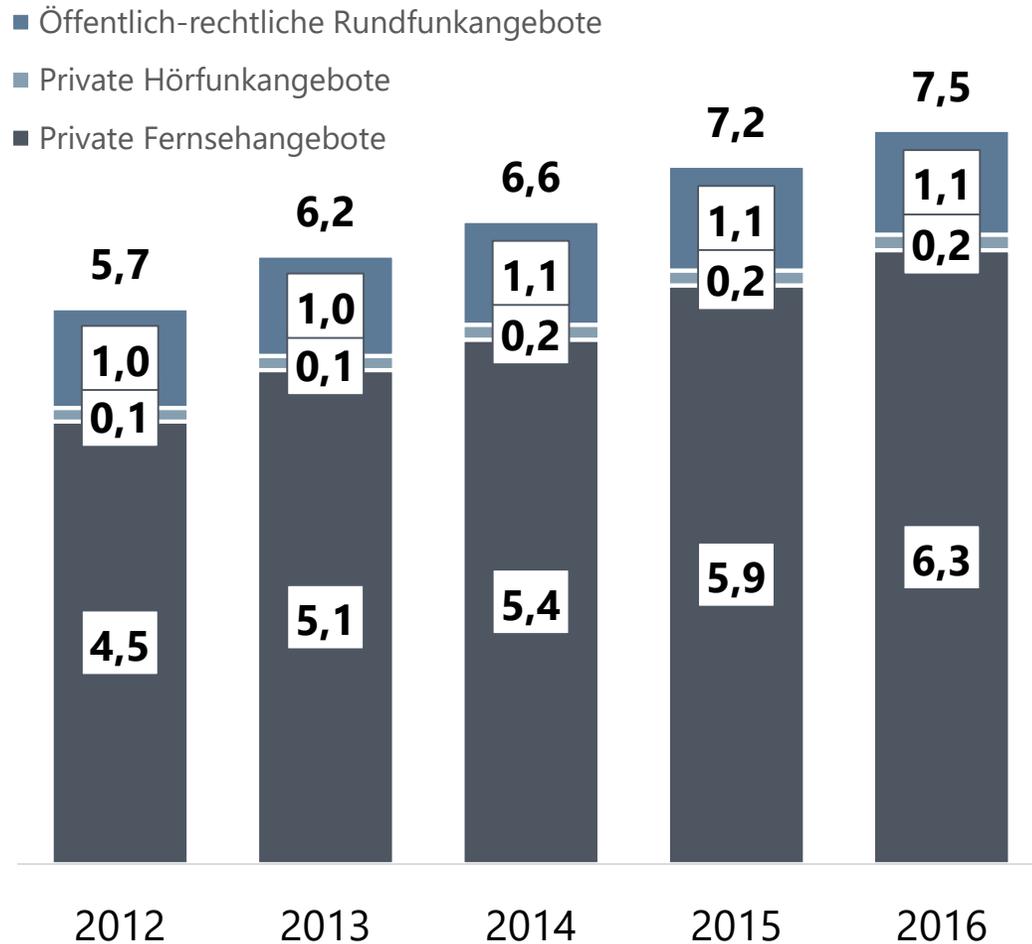
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017

* inkl. öffentlich-rechtlicher Rundfunk/Rundfunkbeitrag, ** Daten für 06/2017

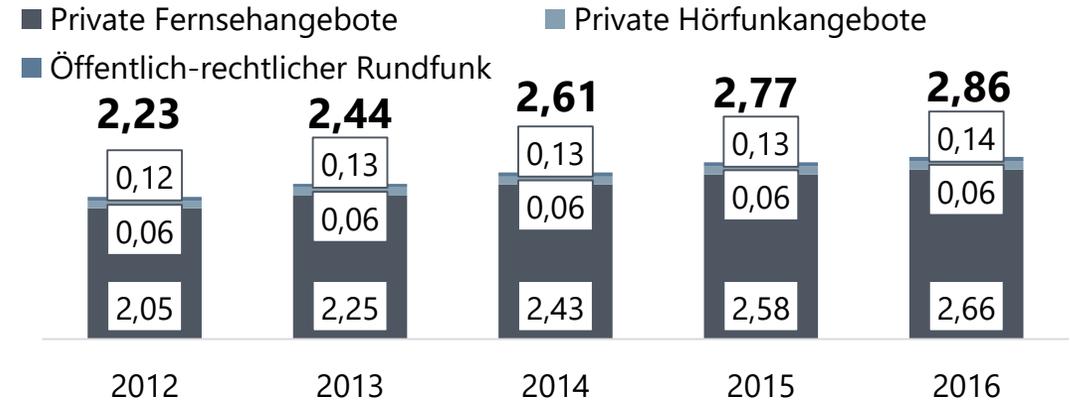
Die privaten Rundfunkunternehmen in Bayern erwirtschafteten 2016 rund 6,5 Mrd. EUR – davon 2,9 Mrd. EUR durch Werbezeitenvermarktung.



Umsatzentwicklung der bayerischen Rundfunkanbieter 2012–2016, in Mrd. EUR



Entwicklung der Werbeerträge im bayerischen Rundfunkmarkt 2012–2016, in Mrd. EUR



Auswahl bedeutender Rundfunkunternehmen in Bayern



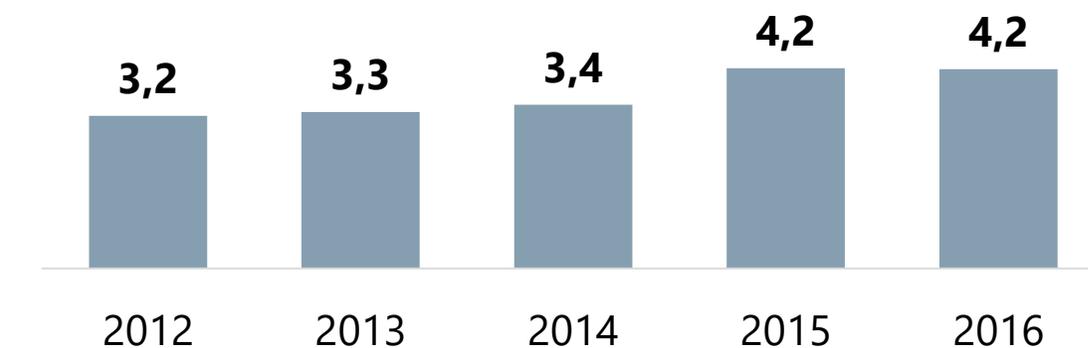
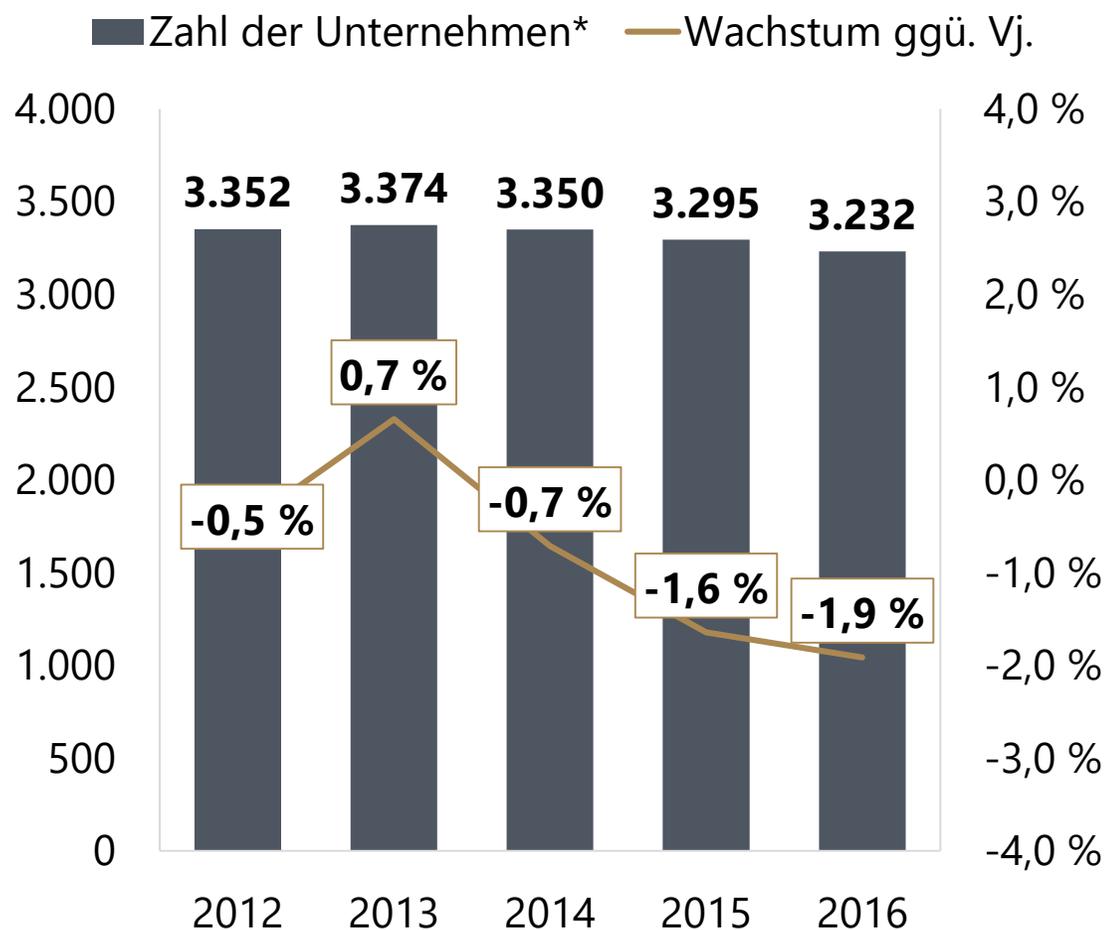
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, Rundungsdifferenzen möglich, Logos: Websites der Unternehmen

Insgesamt zählt der Rundfunkmarkt Bayern rund 3.232 steuerpflichtige Unternehmen und Selbstständige.

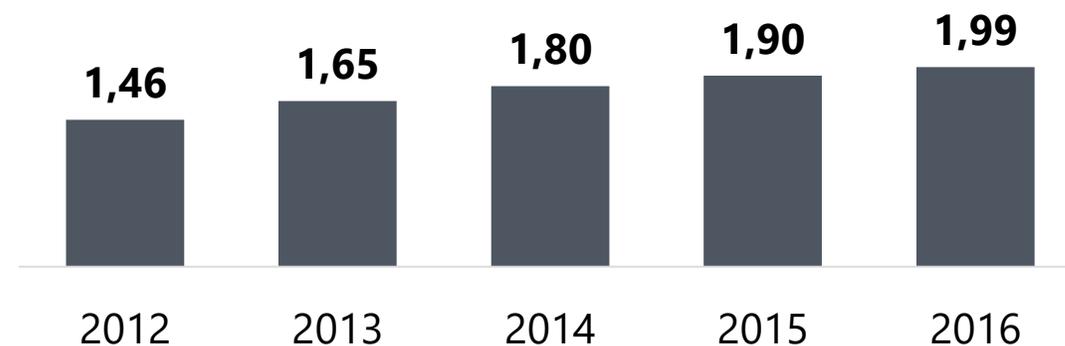


Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) im bayerischen Rundfunkmarkt 2012–2016

Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* im bayerischen Rundfunkmarkt 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* im bayerischen Rundfunkmarkt, 2012–2016, in Mio. EUR

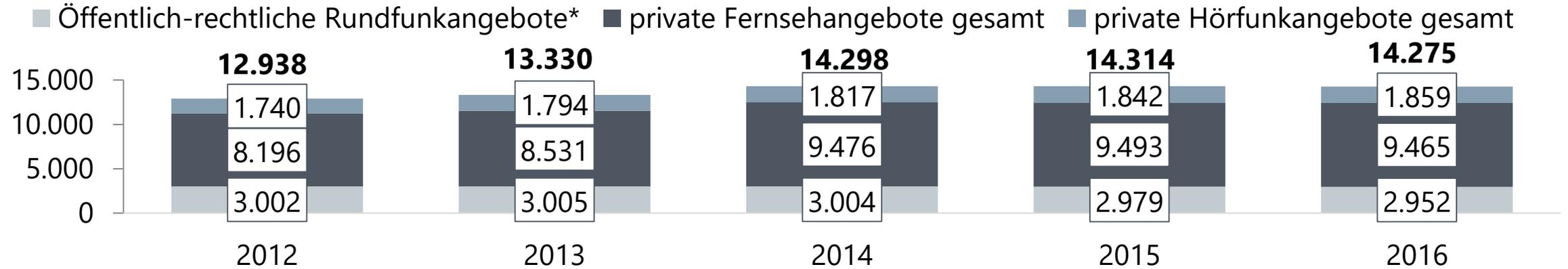


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

Insgesamt 14.275 Personen sind im bayerischen Rundfunkmarkt beschäftigt – 79 % bei den privaten Rundfunkanbietern.

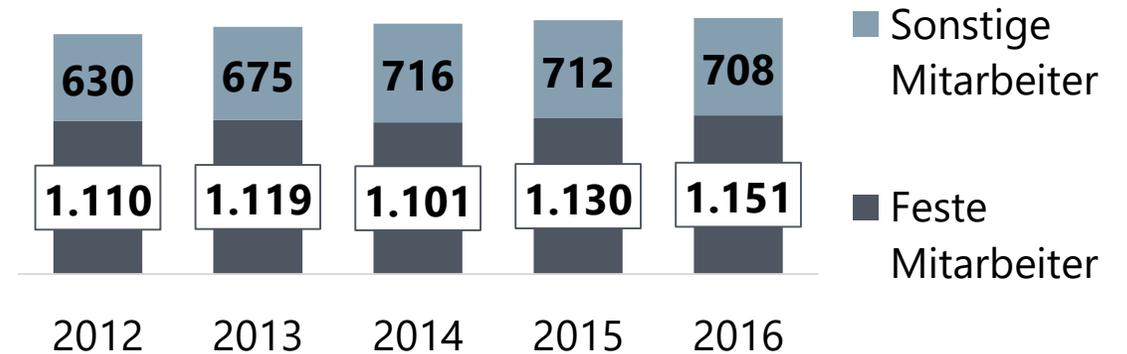
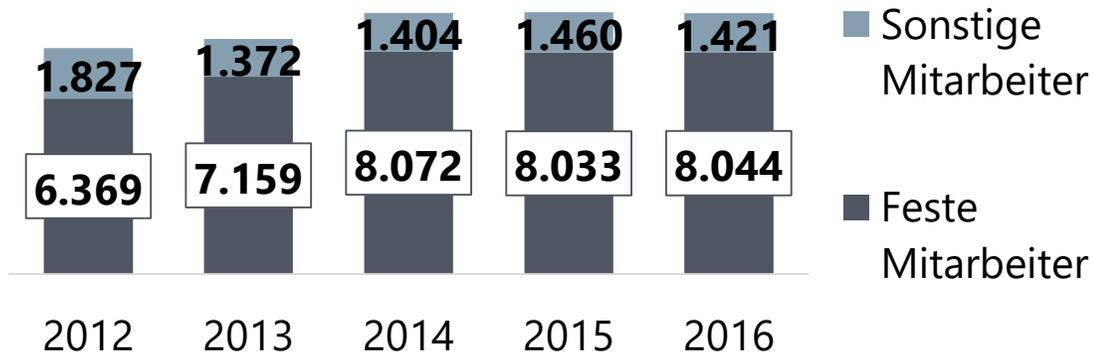


Beschäftigungsentwicklung bei den privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern in Bayern 2012–2016



Entwicklung der festen und sonstigen Mitarbeiter bei den bayerischen privaten Fernsehangebietern 2012–2016

Entwicklung der festen und sonstigen Mitarbeiter bei den bayerischen privaten Hörfunkangebietern 2012–2016



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, * besetzte Planstellen

TV: Bayerns private Fernseh-Unternehmen erwirtschaften rund zwei Drittel der TV-Erträge in Dtl.: 6,3 Mrd. EUR durch TV-Werbung, Pay-TV und Teleshopping



Key Facts zum privaten Fernsehen in Bayern 2016

Vgl. Dtl.



- **121** private Fernsehprogramme (darunter 31 regionale Programme)
- **190** private Web-TV-Programme

295
(41 %)

866



- **9.465** Beschäftigte im privaten Fernsehen (8.044 Festangestellte und 1421 freie Mitarbeiter)

20.407
(46 %)



- **6,3 Mrd. EUR** Gesamtertrag 2016 (davon 2,7 Mrd. EUR TV-Werbung, 2,6 Mrd. Pay-TV-Umsätze und 1,0 Mrd. Teleshopping-Erlöse)

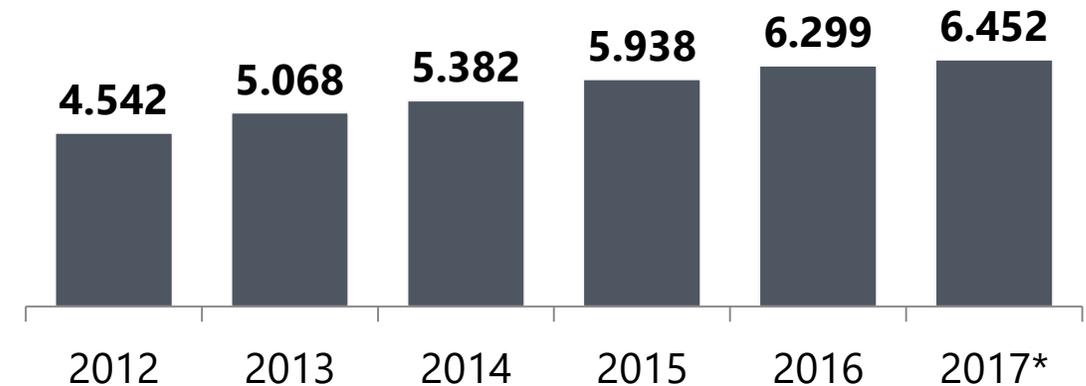
10,0
Mrd.
EUR
(63 %)

Weitere Fakten:



- TV-Anbieter in Bayern stehen mit ihren Erträgen für rund zwei Drittel des gesamten Fernsehmarktes in Deutschland

Ertragsentwicklung der bayerischen privaten TV-Anbieter (regional und bundesweit) 2012-2017*, in Mio. EUR



Branchen-Trends

- Klassische TV-Nutzung verliert zunehmend zugunsten nonlinearer Online-Nutzung, nicht nur bei jungen Zielgr.
- Diese veränderten Nutzungsgewohnheiten sowie wachsender Wettbewerb durch internationale VoD-Anbieter setzen klass. Geschäftsmodelle unter Druck und fordern Anpassung der Bewegtbildangebote bei den TV-Sendern.
- Zunehmende Bedeutung schneller Breitbandanbindungen (mobil/stationär) für Videoübertragung und -Nutzung

Hörfunk: Der private Hörfunkmarkt in Bayern ist wirtschaftlich stabil und besonders vielfältig: 93 Programme erwirtschaften rd. 160 Mio. EUR jährlich.



Key Facts zum privaten Hörfunk in Bayern 2016



- **93** private Hörfunkangebote (82 lokale, sechs landes-^{**} und fünf bundesweite Programme)
- **333** Webradios



- **1.859** Beschäftigte im privaten Hörfunk (1.151 Festangestellte und 708 freie Mitarbeiter)



- **159 Mio. EUR** Gesamtertrag (102 Mio. EUR durch lokale, 44 Mio. EUR durch landesweite, 13 Mio. EUR durch bundesweite Radios)

Weitere Fakten:



- Bayern verfügt über die ausgeprägteste Radio-Landschaft in Dt., kein anderes Bundesland zählt so viele Lokalradio-Stationen.
- Der KDG^{***} der lokalen Radios in Bayern lag 2016 bei 116 Prozent.

Vgl. Dtl.

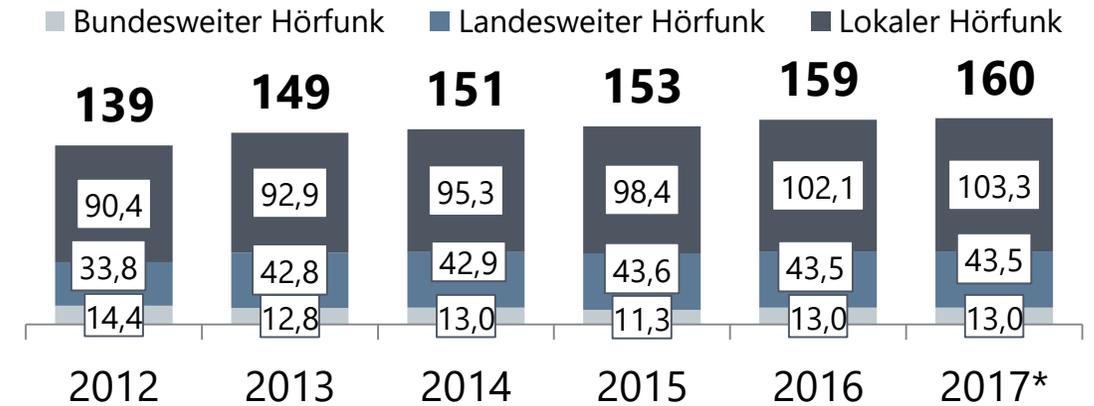
325
(35 %)

2.453

6.935
(27 %)

700
Mio.
EUR

Ertragsentwicklung der bayerischen privaten Hörfunkanbieter 2012-2017*, in Mio. EUR



Branchen-Trends

- Die Bedeutung von UKW wird durch neue Wettbewerber über verschiedene digitale Verbreitungswege abnehmen.
- Streaming sowie non-linearer Musikkonsum sind für viele jüngere Hörerkohorten bereits etabliert.
- Einzigartige DAB+-Strukturen in Bayern: Bis 2019 werden alle lokalen UKW-Programme in Bayern eine zusätzliche digitale Kapazität mit regionalem Zuschnitt haben und im Simulcast-Betrieb verbreitet.

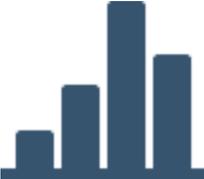
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017, Geschäftsbericht BR 2017, Rundungsdifferenzen möglich, * Prognose der TV-Anbieter Mitte 2017 für das laufende Geschäftsjahr, ** inkl. BLR, *** Kostendeckungsgrad

Filmmarkt in Bayern



Die Filmbranche in Bayern erwirtschaftet insgesamt 2,6 Mrd. EUR. Dies ist ein Viertel der gesamten Filmwirtschaftserträge in Deutschland.



Key Facts zum Filmmarkt in Bayern 2016	Vgl. Dtl.
 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 3.449 Unternehmen & Selbstständige im Bereich der Filmproduktion, Filmtechnik, Verleih, Vertrieb, Kinos, Einzelhandel und Vervielfältigung 	19.736 (17 %)
 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 13.576 Beschäftigte in der Filmindustrie Bayerns* 	67.804 (20 %)
 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2,7 Mrd. EUR Gesamtertrag (mehr als die Hälfte stammt aus der Film- und TV-Produktion, rund ein Viertel aus Verleih und Vertrieb) 	10,3 Mrd. EUR (26 %)
<p>Weitere Fakten:</p>  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Der erfolgreichste Film, der 2017 anlief, war die Constantin Film-Eigenproduktion Fack Ju Göhte 3 mit rd. sechs Mio. Zuschauern. 	

Highlights: Filmmarkt in Bayern

- Große, europaweit agierende Filmstudios wie Constantin Film, Bavaria Film und Eisbach Studios sitzen in Bayern.
- Trixter gilt als eines der führenden Animationsstudios in Dt.
- ARRI – einer der weltweit bedeutendsten Hersteller von Kameras und größte Postproduction-Facility
- Zahlreiche Veranstaltungen, Festivals und Preise (Filmfest München, Fünf Seen, Bayerischer Filmpreis...)

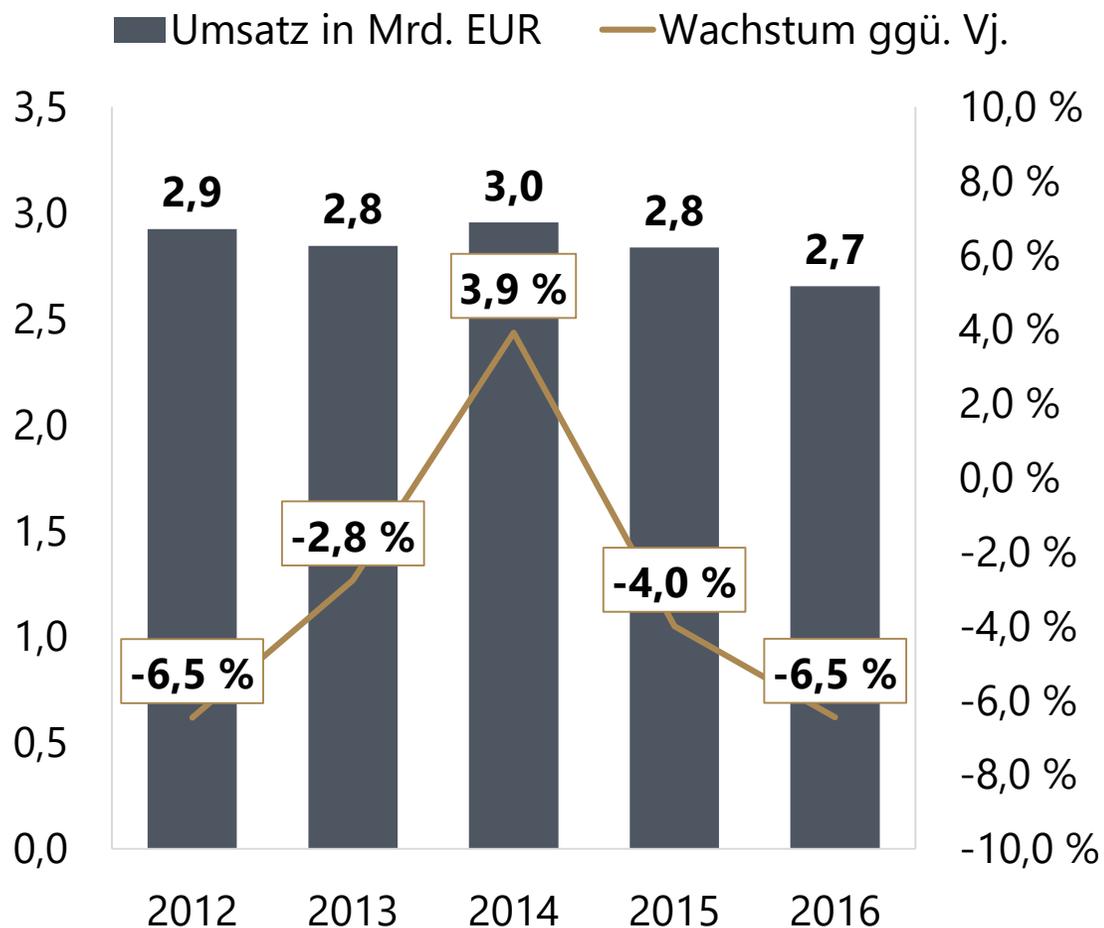
Branchen-Trends

- Der wachsende VoD-Markt in Deutschland forciert die Abkehr vom linearen Fernsehen und verändert Free-TV-, Pay-TV- und physischen Home-Video-Markt und damit auch den vorgelagerten Produktionsmarkt.
- Steigende Investitionen d. VoD-Anbieter in Video-Content und damit einhergehende Verschiebung der Relevanz von Filmrechten auf den verschiedenen Vertriebswegen

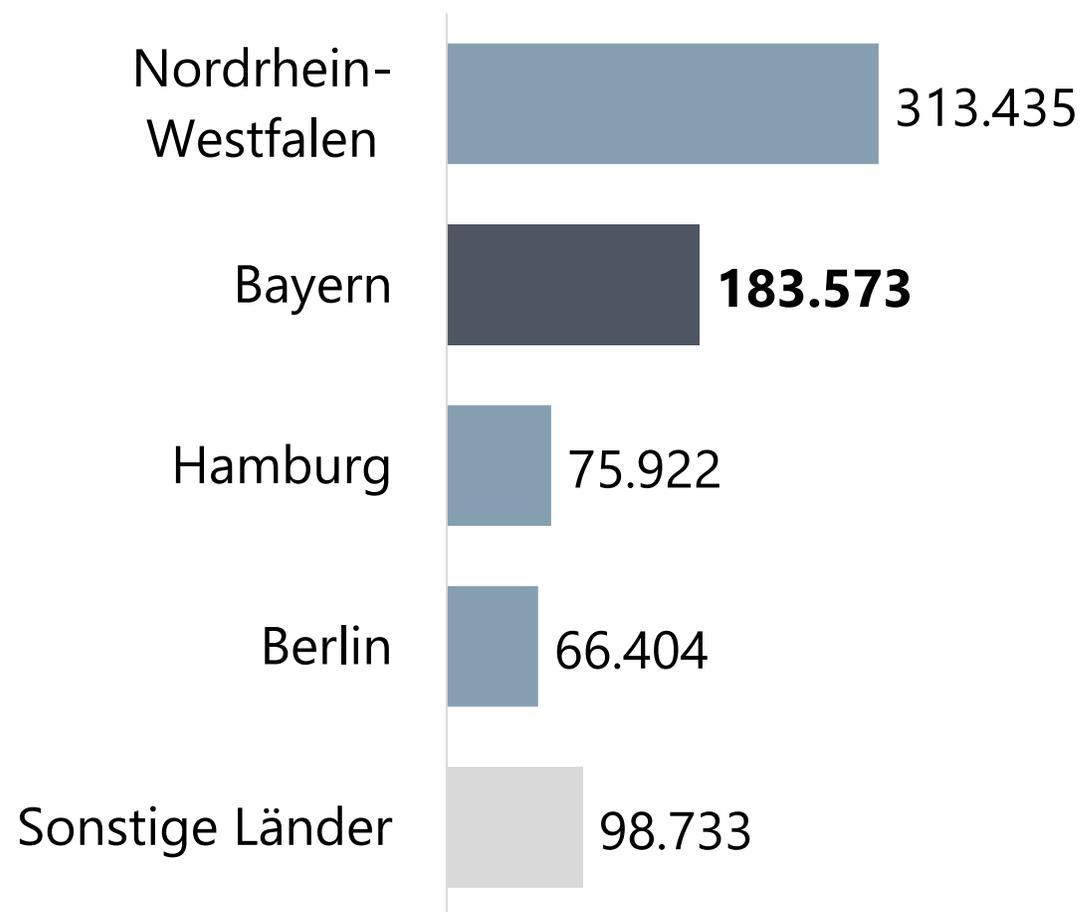
Insgesamt 2,7 Mrd. EUR erwirtschaftete der Filmmarkt in Bayern 2016 – rund die Hälfte wurde durch TV- und Filmproduktionen generiert.



Umsatzentwicklung im bayerischen Filmmarkt 2012–2016



Zahl TV-Produktionsminuten 2016 nach Bundesland



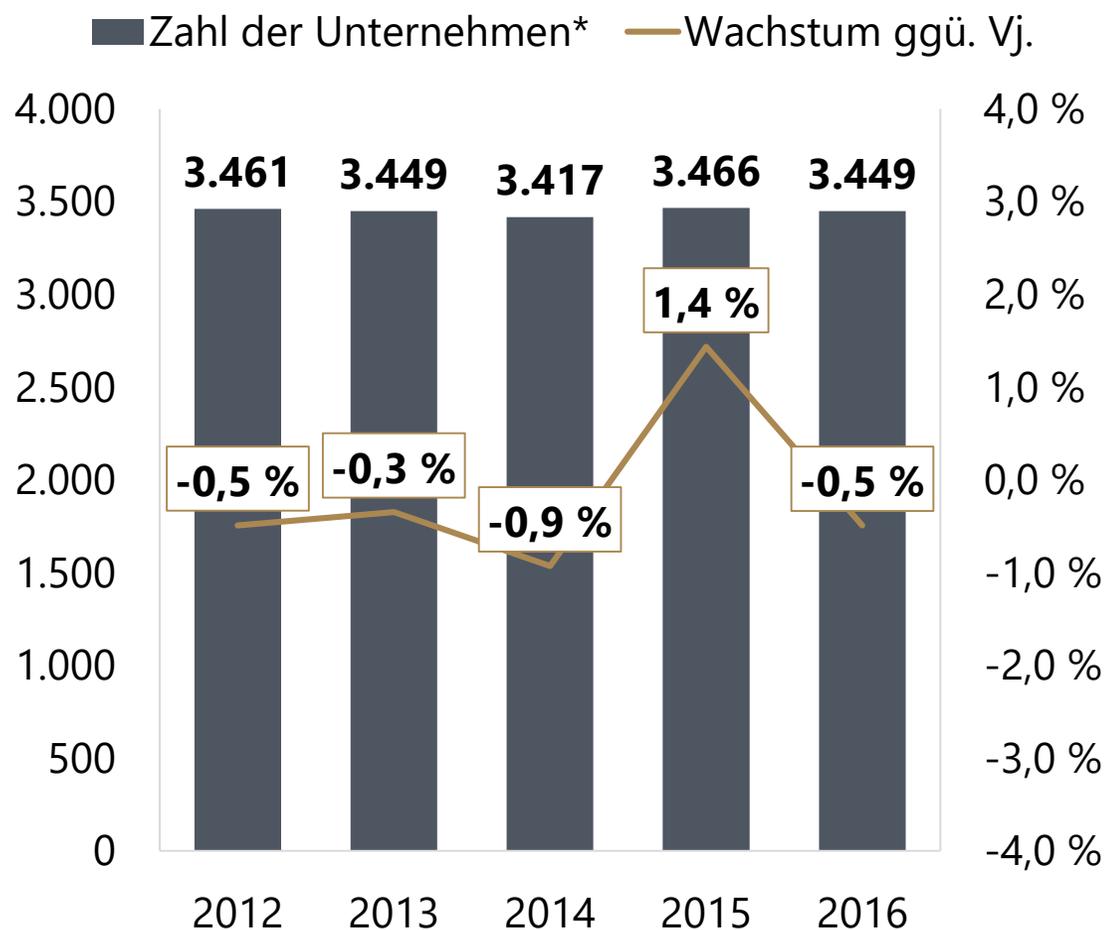
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, FORMATT Produktionsstudie 2015/2016

Zahl der Unternehmen und Selbstständigen in der Filmbranche

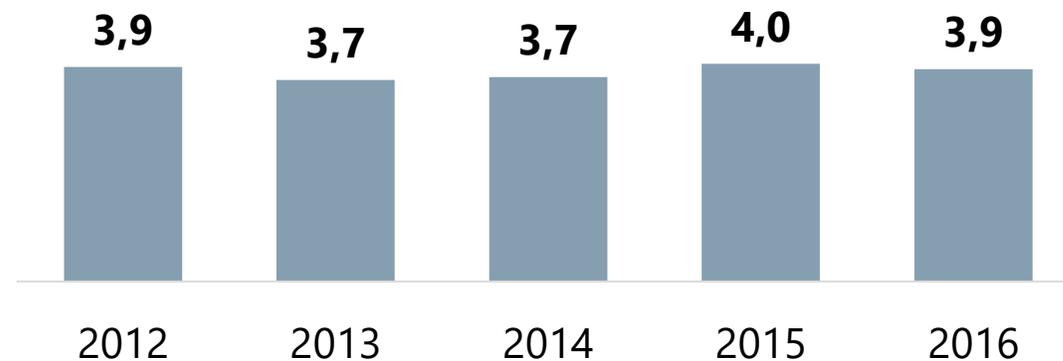
stabil: 2016 insgesamt 3.449 Steuerpflichtige in Bayern



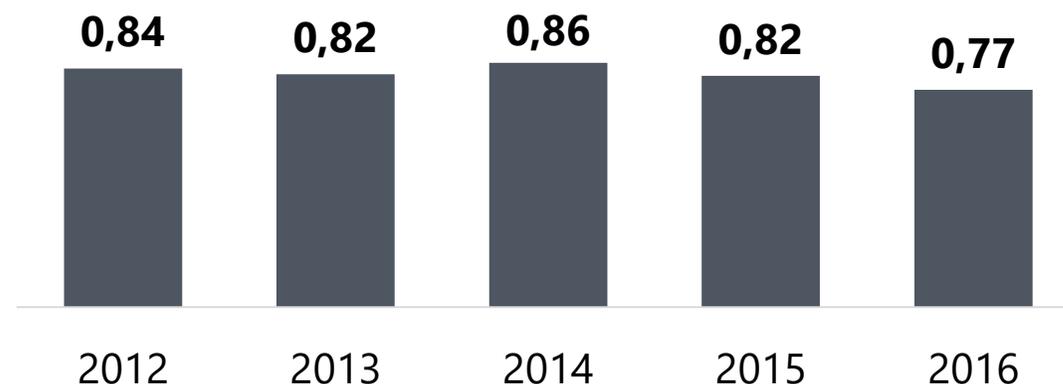
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) im bayerischen Filmmarkt 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* im bayerischen Filmmarkt 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* im bayerischen Filmmarkt 2012–2016, in Mio. EUR

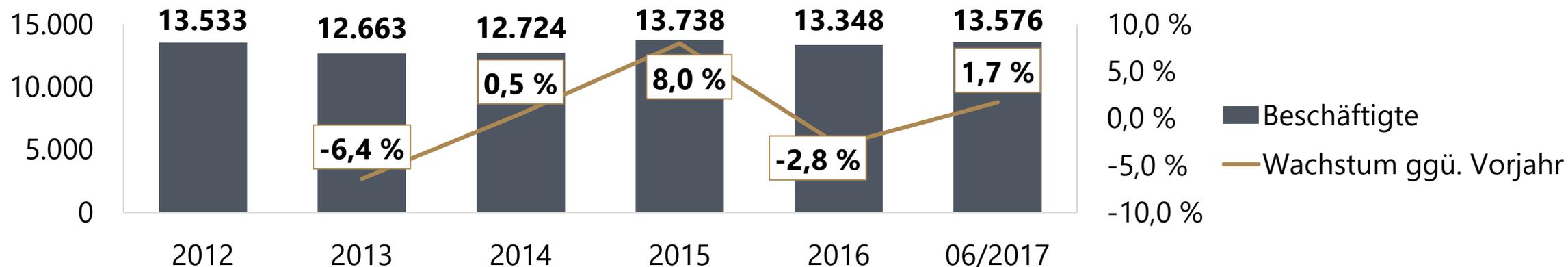


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

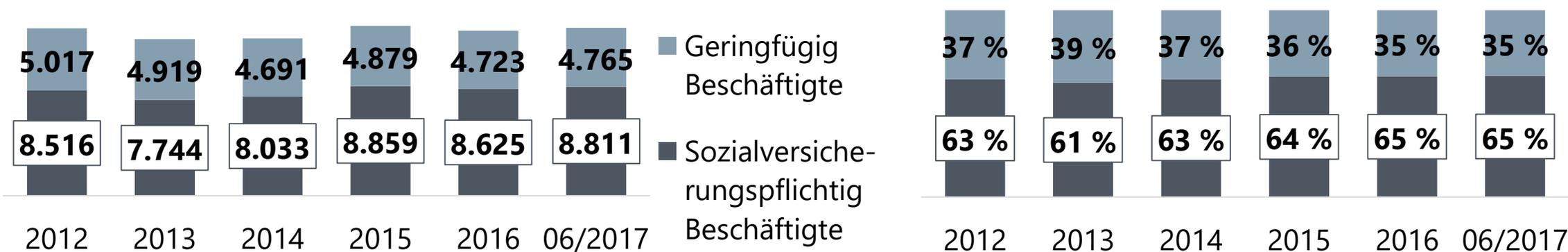
Im Filmmarkt Bayern sind insgesamt 13.576 Personen tätig – 65 % von ihnen sind sozialversicherungspflichtig beschäftigt.



Beschäftigungsentwicklung im bayerischen Filmmarkt 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung im bayerischen Filmmarkt 2012–06/2017



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

Musikmarkt in Bayern



In der Musikwirtschaft in Bayern werden insgesamt 2,9 Mrd. EUR und damit rund ein Drittel der gesamten Musikerträge in Deutschland umgesetzt.



Key Facts zur Musikwirtschaft in Bayern 2016

Vgl. Dtl.



- **2.991** Unternehmen & Selbstständige im Bereich der Tonstudios, Musik- und Tonträgerverlage, Einzelhandel und Vervielfältigung

15.091
(20 %)



- **14.276** Beschäftigte im Musikmarkt (davon 10.630 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)*

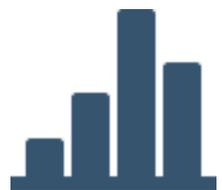
90.515
(16 %)



- **2,9 Mrd. EUR** Steuerbarer Umsatz (rund ein Drittel durch Musikverlage und ein Viertel durch Einzelhandel)

9,2 Mrd.
EUR
(32 %)

Weitere Fakten:



- Der steuerbare Umsatz der Unternehmen der Musikwirtschaft in Bayern ist zwischen 2015 und 2016 um knapp 50 Prozent gestiegen.

Highlights: Musikmarkt in Bayern

- Sony Music Entertainment als eines von drei Major-Labels in Deutschland
- Naxos Deutschland Musik & Video Vertriebs-GmbH ist eines der umsatzstärksten Indie-Labels in Deutschland
- Die Musikhaus Thomann mit 1.300 Mitarbeitern ist mit ihrem Online-Shop für Instrumente und Equipment der umsatzstärkste Musikalienhändler weltweit
- Sitz des „Deutsches Patent- und Markenamts“

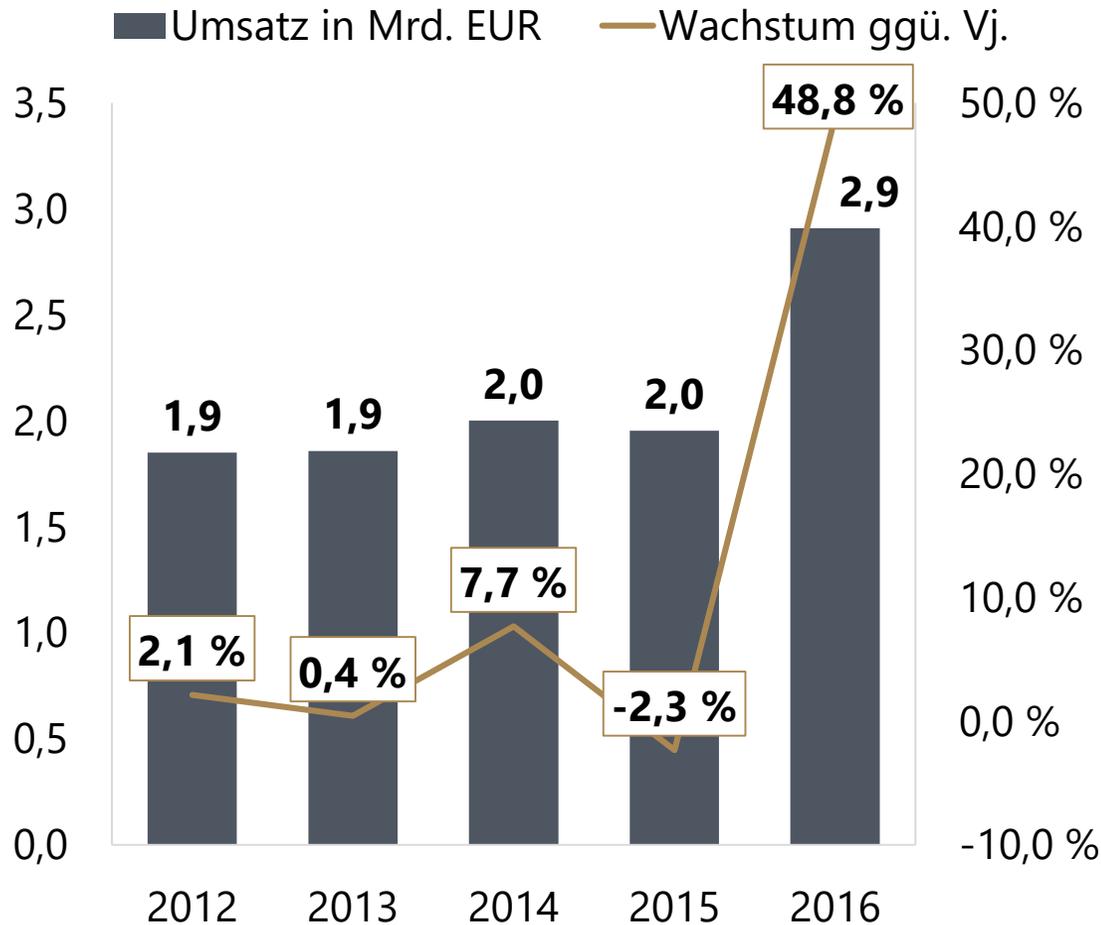
Branchen-Trends

- 2017 wurden rund 53 Prozent des ges. dt. Musikmarktes durch physische Tonträger erwirtschaftet, 35 Prozent durch Audio-Streaming u. 10 Prozent durch Downloads.
- 2022 sollen deutschlandweit rund 75 Prozent der Umsätze durch Musikstreaming, 22 Prozent über physische Tonträger und rund drei Prozent durch Downloads kommen.**

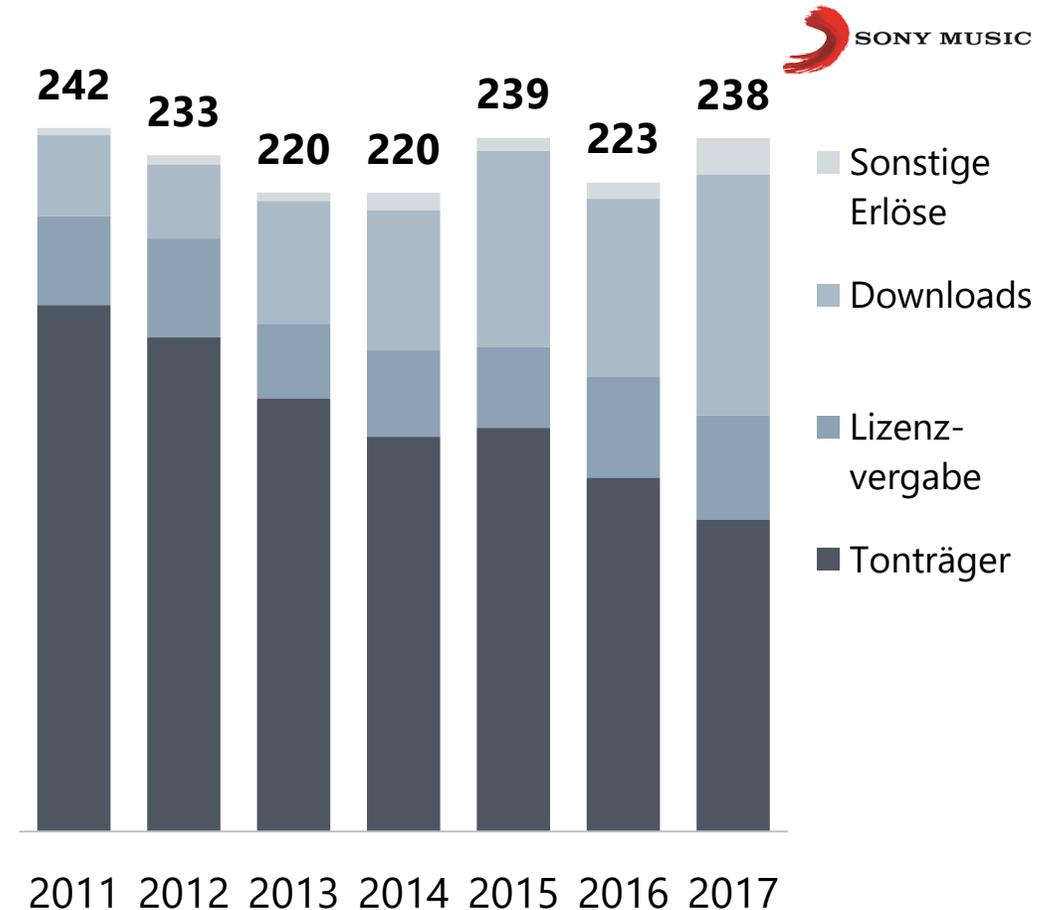
Insgesamt 2,9 Mrd. EUR wurden 2016 im Musikmarkt in Bayern erwirtschaftet – rund 50 % mehr als 2015*; ein Drittel des Marktes durch Musikverlage.



Umsatzentwicklung im bayerischen Musikmarkt 2012–2016



Verteilung der Umsätze Sony Music Entertainment (Germany), in Mio. EUR

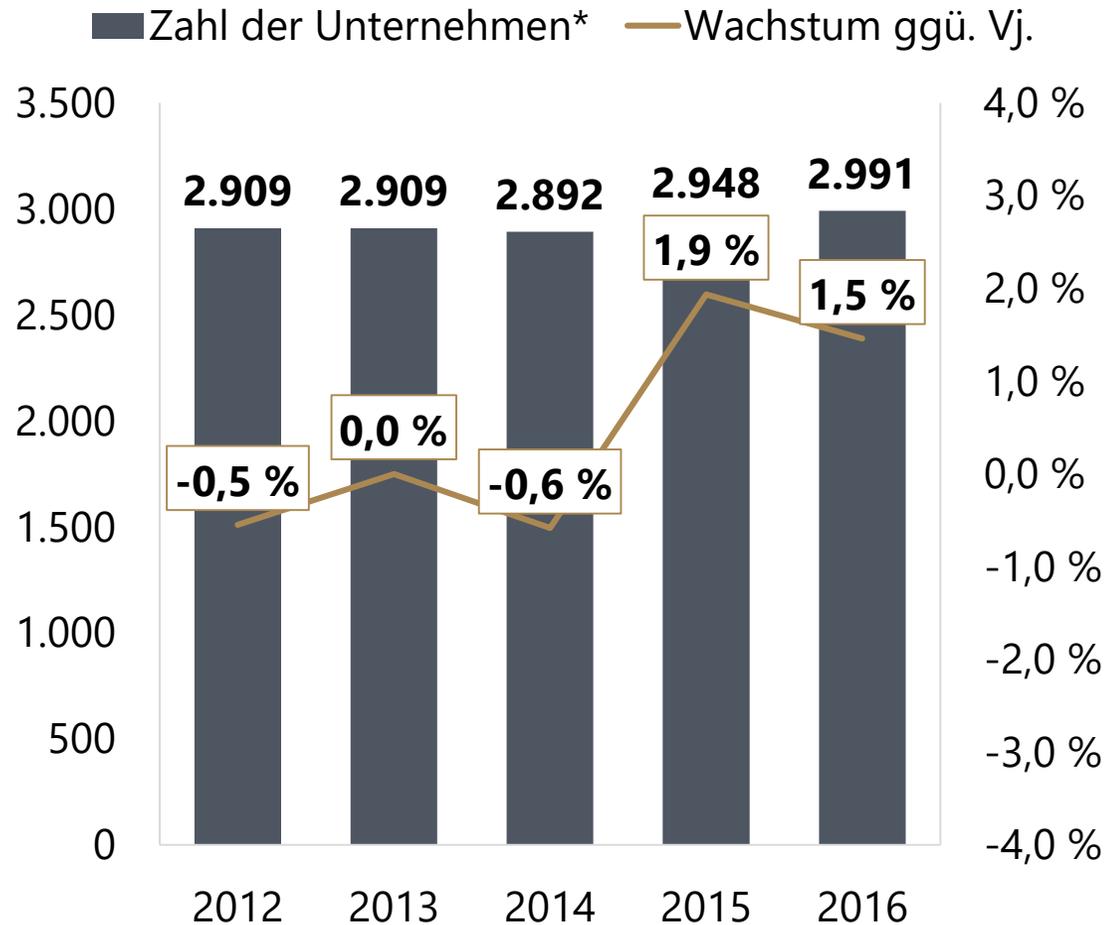


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik, 2018, Sony Music Entertainment, * der starke Umsatzanstieg im Jahr 2016 lässt sich vor allem durch eine Verlegung des Sitzes der Sony Music Entertainment International Services GmbH von Berlin nach München im Zuge der Verschmelzung mit der Sony Deutschland GmbH (Berlin) zum 1.1.2016 erklären

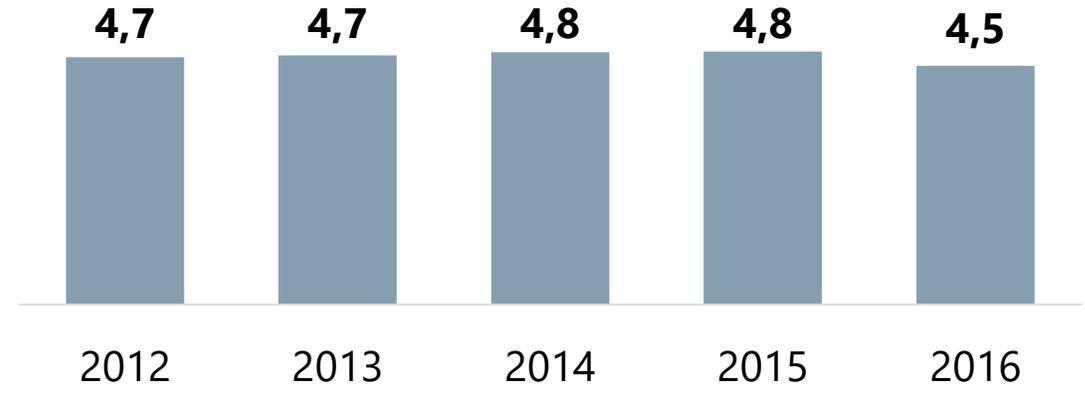
2016 stieg die Zahl der Unternehmen und Selbstständigen auf insgesamt knapp 3.000 Steuerpflichtige an. Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen rückläufig



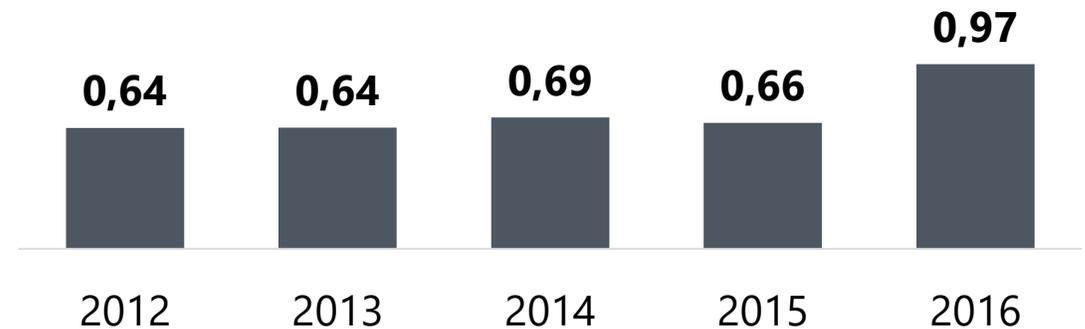
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) im bayerischen Musikmarkt 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* im bayerischen Musikmarkt 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* im bayerischen Musikmarkt 2012–2016, in Mio. EUR

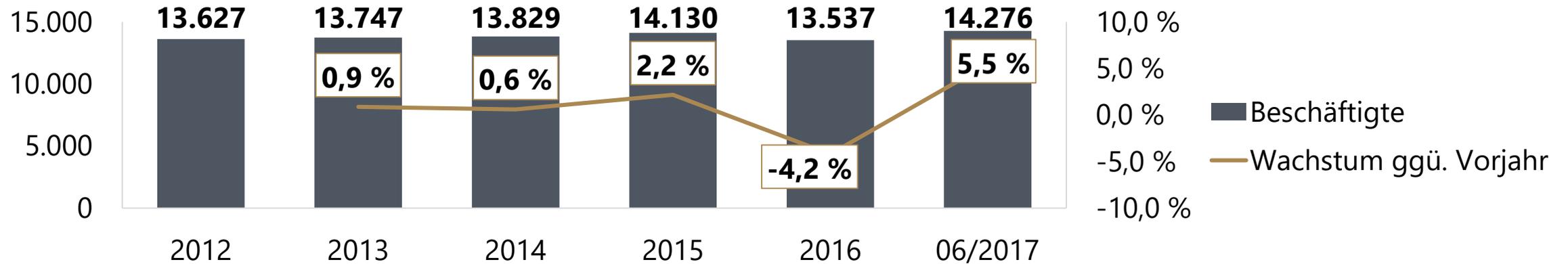


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

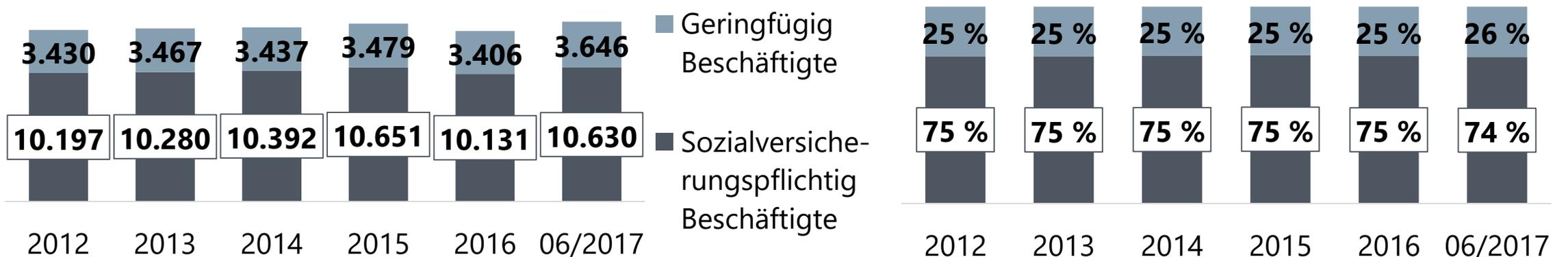
Im Musikmarkt in Bayern sind insgesamt 14.276 Personen beschäftigt – drei Viertel davon sind sozialversicherungspflichtig angestellt.



Beschäftigungsentwicklung im bayerischen Musikmarkt 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung im bayerischen Musikmarkt 2012–06/2017



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

Pressemarkt in Bayern

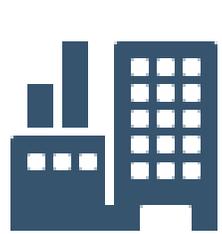


Bild: roman-kraft-260082-unsplash

Im Pressemarkt Bayern werden insgesamt 10,5 Mrd. EUR und damit rund ein Fünftel des gesamten Pressemarktes in Deutschland umgesetzt.



Key Facts zum Pressemarkt in Bayern 2016



- **6.862** Unternehmen & Selbstständige im Verlags- und Druckwesen, beim Binden, im Einzelhandel mit Druckerzeugnissen und in Nachrichtenbüros

Vgl. Dtl.

38.456
(18 %)



- **71.471** Beschäftigte im Pressemarkt (davon 47.739 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)*

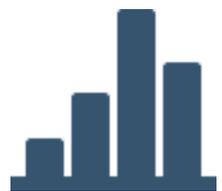
347.847
(21 %)



- **10,5 Mrd. EUR** steuerbarer Umsatz (rund 16 Prozent durch Verlegen von Zeitschriften – sehr hohe Überschneidung zum Buchmarkt)

50,3 Mrd.
EUR
(21 %)

Weitere Fakten:



- Der Gesamtumsatz im bayerischen Pressewesen lag zwischen 2012 und 2016 auf gleichem Niveau, die Zahl der Steuerpflichtigen und Beschäftigten sank aber deutlich.

Highlights: Pressemarkt in Bayern

- Die SZ ist eine der führenden überregionalen Zeitungen.
- Zahlreiche bedeutende Regionalzeitungen: Nürnberger Nachrichten, Münchner Merkur, Passauer Neue Presse etc.
- Zwei der bayerischen Verlagsgruppen gehören zu den Top 7-Tageszeitungsverlagen in Deutschland (VG Ippen, VG Augsburg Allgemeine).
- Burda mit rd. 15 Prozent Marktanteil unter den Top-3-Publikums-Zeitschriftenverlagen**, WEKA, Vogel, IDG und DLV unter den wichtigsten Fachzeitschriften-Verlagen

Branchen-Trends

- Anhaltende Verschiebung der Nutzung von Presse hin zu Online-Services (Websites & Apps, E-Paper) erfordert grundlegende Veränderungen der Organisationsstrukturen der Zeitungsverlage sowie Hin-wendung zu innovativer Technik/ Koop. mit Start-ups etc.
- Herausforderungen für die Branche: Einbindung von Spracherkennung und automatisierten Nachrichten sowie Optimierung der Paid-Content-Modelle

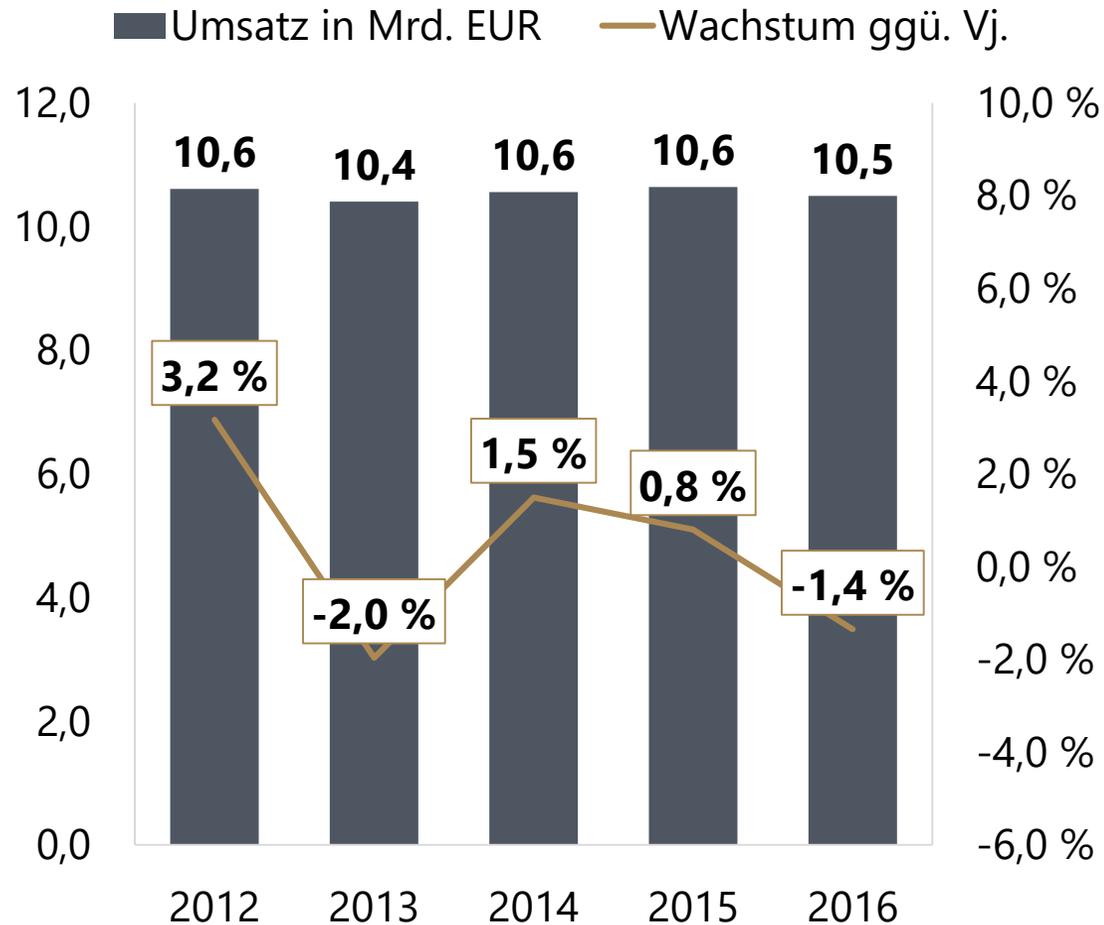
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Bundesagentur für Arbeit 2018, FORMATT-Institut, Dortmund,

* Daten für 06/2017, ** 2018: IVW-Auflagenlisten nach verkaufter Auflage

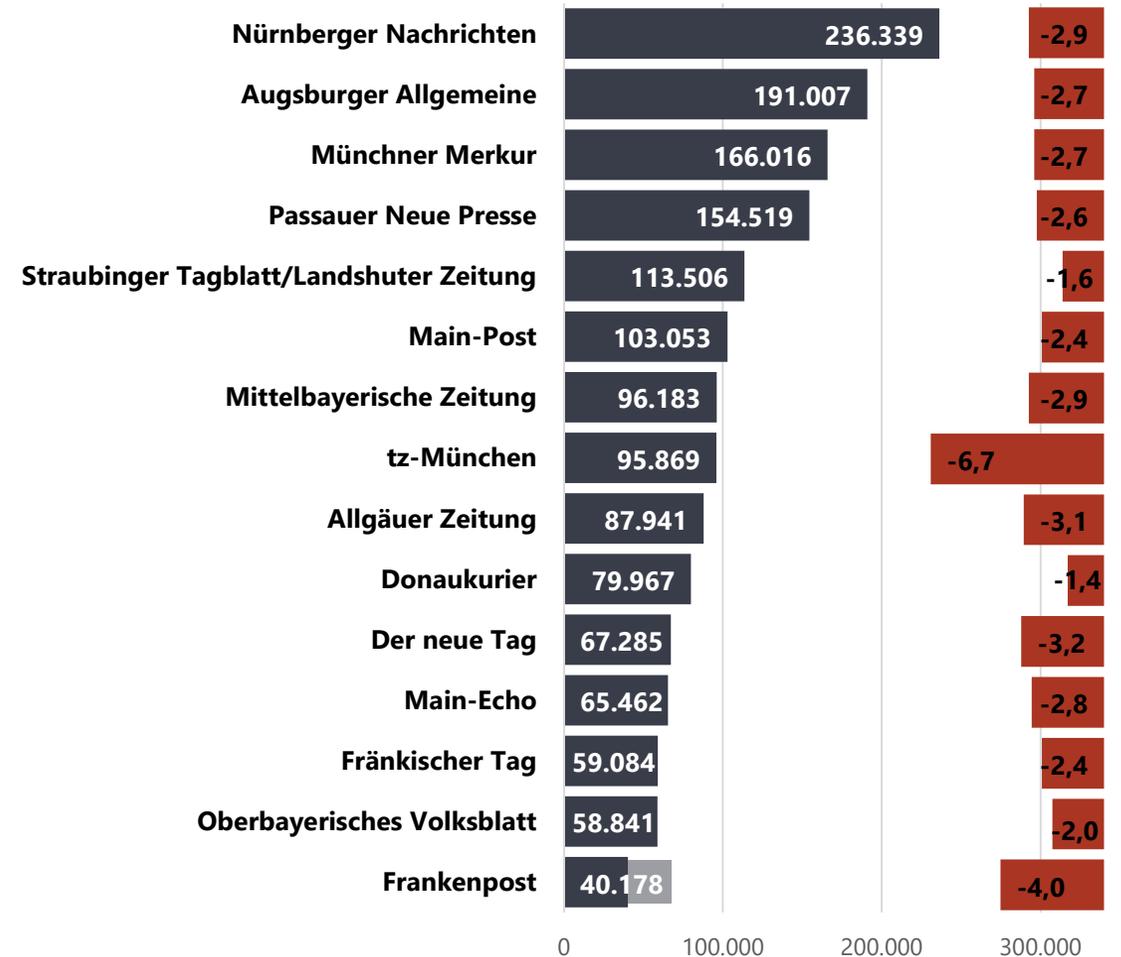
Umsatzentwicklung im bayerischen Pressemarkt relativ stabil trotz sinkender Auflagenzahlen im Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt



Umsatzentwicklung im bayerischen Pressemarkt 2012–2016



Top-15-Regionalzeitungen* in Bayern nach Auflage, Q4/17 und Veränderung ggü. Vj. in %

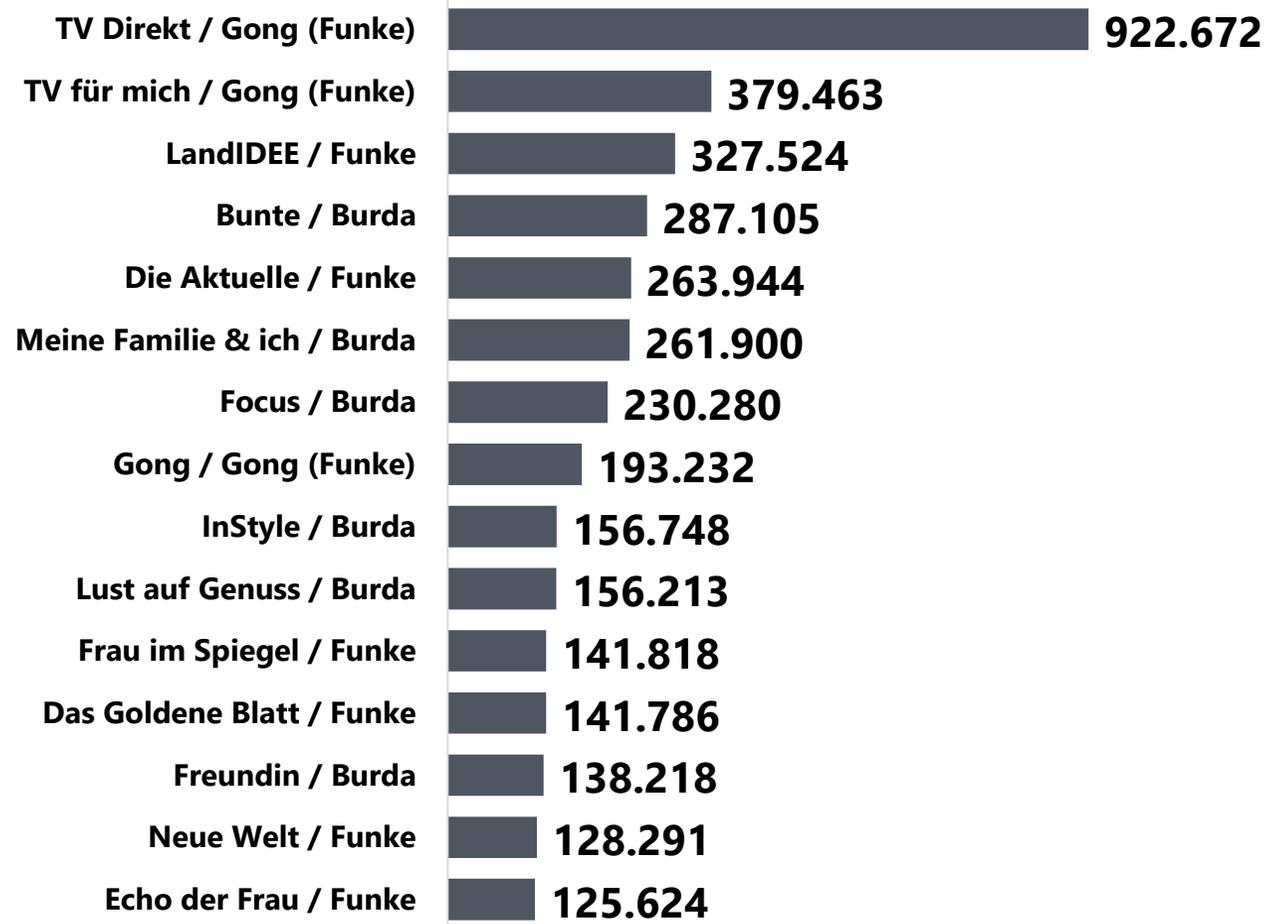


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, IVW/Analyse: Meedia, * tw. Belegungseinheiten (bspw. Großraumausgabe, Südausgabe etc.)



Zahlreiche Redaktionen erfolgreicher Publikumszeitschriften sitzen in Bayern.

Top-15 der am Kiosk erhältlichen, bayerischen* Publikumszeitschriften (Abos und Einzelverkauf) 2018



- Der Markt für Publikumspresse ist sehr konzentriert: 3 Verlagsgruppen (Bauer Media Group, Funke Mediengruppe und Hubert Burda Media) mit insg. rd. 50 Prozent Marktanteil (nach verkaufter Auflage).**
- Die Publikumszeitschriften der Funke Mediengruppe sind im Gong Verlag und in der Funke Women Group organisiert, die beide in Ismaning angesiedelt sind.
- Hubert Burda Media sitzt in Offenburg und München. Redaktionen zahlreicher erfolgreicher Titel (u.a. Bunte, Meine Familie & ich, Focus) befinden sich in München.
- Mit rtv wird die auflagenstärkste deutsche Programmzeitschrift, die als Supplement rund 200 Zeitungen beiliegt, durch die Nürnberger rtv media group verlegt.
- Der Wort & Bild Verlag (Baierbrunn) ist führender Anbieter von Gesundheitsmedien in Dtl. mit rd. 22 Mio. Lesern seiner Printtitel (u.a. Apotheken Umschau).

Stark im Zeitschriftenmarkt: Rund die Hälfte der größten deutschen Fachzeitschriften (nach Werbeumsatz) werden in Bayern verlegt.



Bruttowerbeerlöse der größten bayerischen Fachzeitschriften 2017, in Mio. EUR

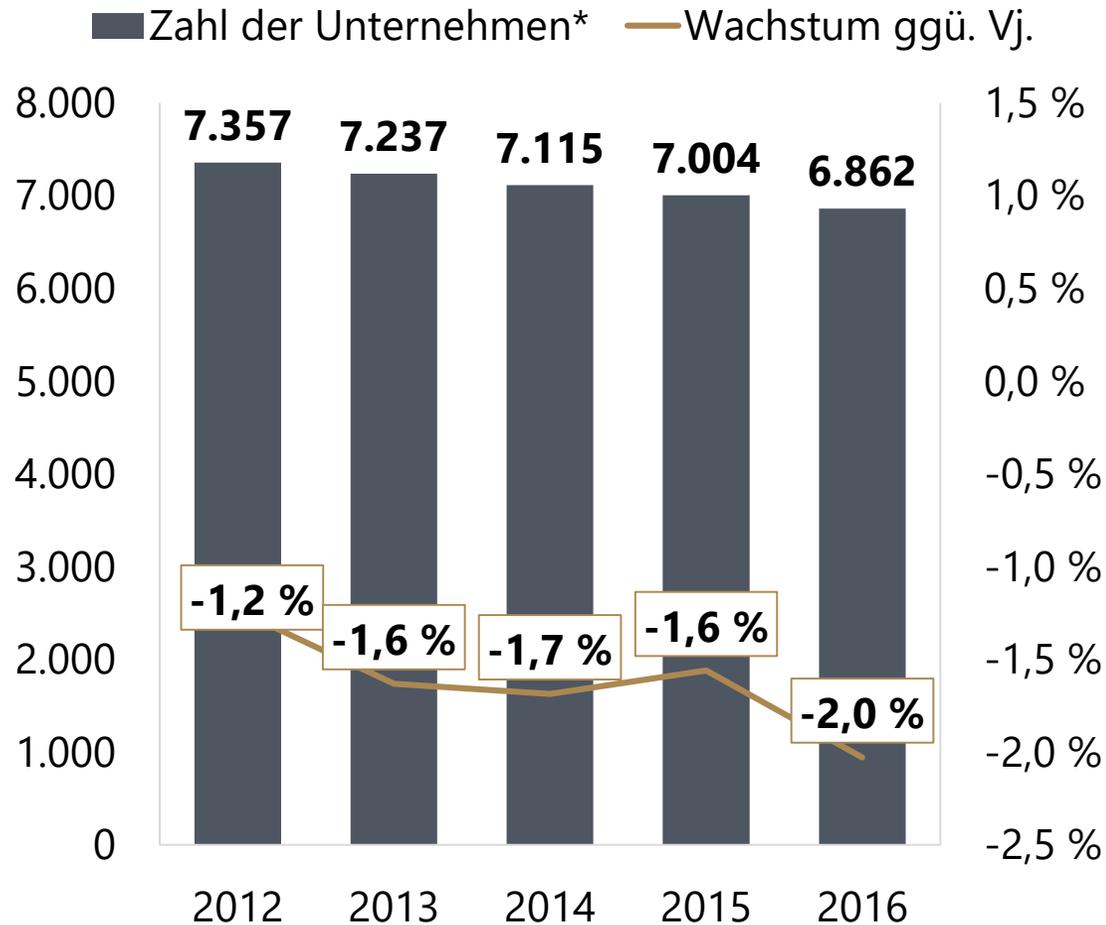


- Bayern sehr stark im Markt für Fachzeitschriften: 17 der 35 größten deutschen Fachzeitschriften 2017 werden in Bayern verlegt.
- WEKA FACHMEDIEN, Vogel Communications Group und Deutscher Landwirtschaftsverlag sind mit je drei Titeln vertreten.

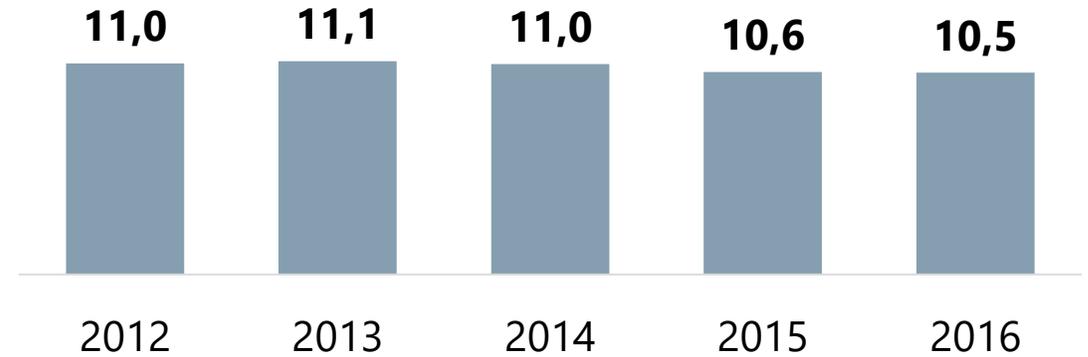
Zahl der Unternehmen und Steuerpflichtigen im Pressemarkt sinkt deutlich: Rückgang zwischen 2012 und 2016 um fast -7 %



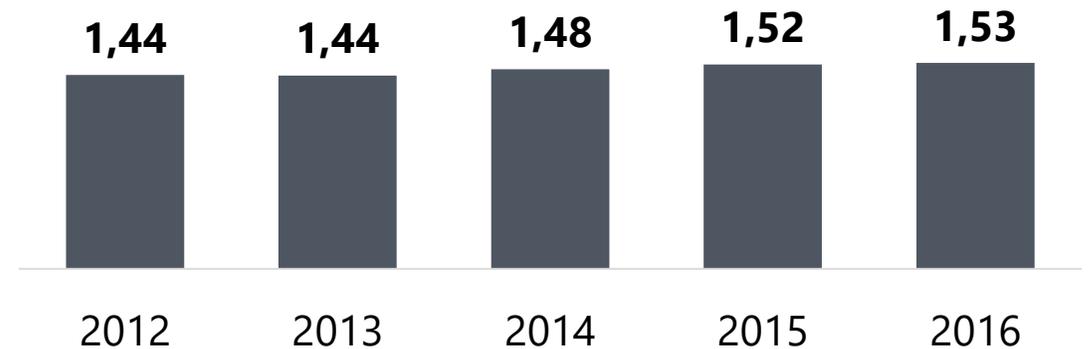
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) im bayerischen Pressemarkt 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* im bayerischen Pressemarkt 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* im bayerischen Pressemarkt 2012–2016, in Mio. EUR

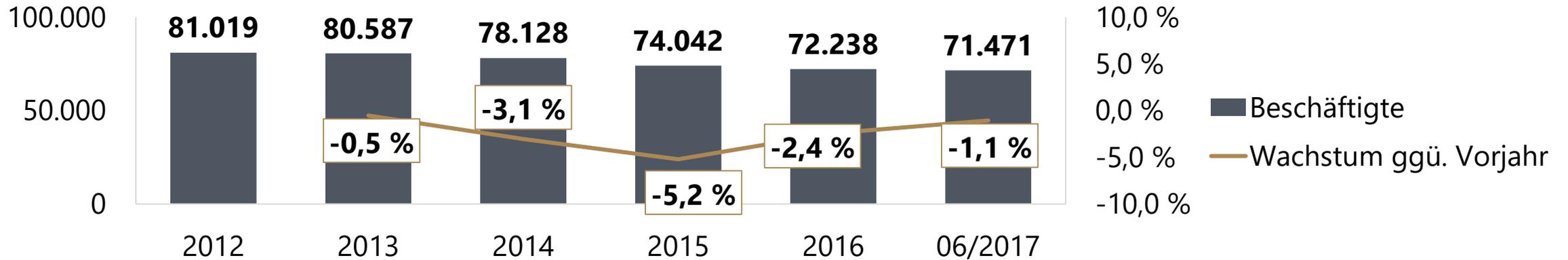


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

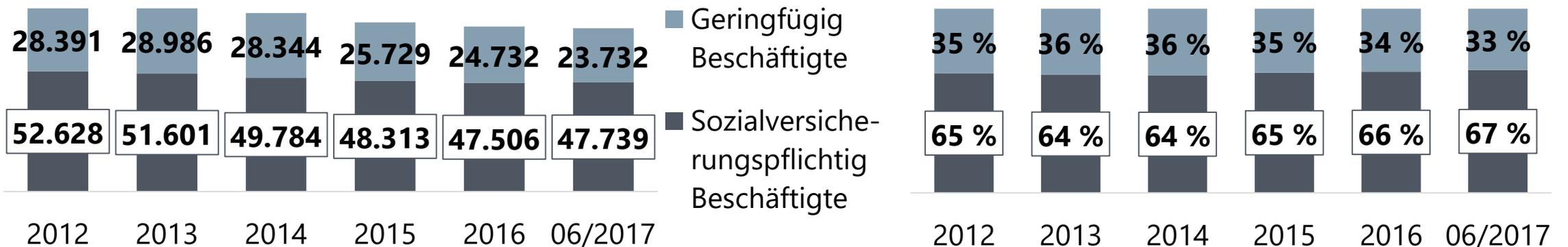
Beschäftigung im Pressemarkt stark rückläufig: Rückgang zwischen 2012 und 2016 um fast 10.000 Stellen (rd. -12 %)



Beschäftigungsentwicklung im bayerischen Pressemarkt 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung im bayerischen Pressemarkt 2012–06/2017



Buchmarkt in Bayern



Über 5.000 Unternehmen und Selbstständige, 45.000 Beschäftigte und 7,6 Mrd. EUR Umsatz im bayerischen Buchmarkt



Key Facts zum Buchmarkt in Bayern 2016



- **5.163 Unternehmen und Selbstständige**, u.a. Verlage, Händler, Schriftsteller, Übersetzer und Druckunternehmen

Vgl. Dtl.

27.222
(19 %)



- **45.247** Beschäftigte, davon 80 Prozent sozialversicherungspflichtig beschäftigt*

218.049
(21 %)



- **7,6 Mrd. EUR** Gesamtertrag (davon 5,5 Mrd. EUR im Bereich Druck, 1,2 Mrd. EUR durch Verlage und 700 Mio. im Buchhandel)

33,3
Mrd.
EUR
(23 %)

Weitere Fakten:



- Drei der zehn größten Verlage Deutschlands (nach Umsatz) sitzen in Bayern: Random House, C.H.Beck und WEKA. 11 Verlage in den Top 40, 27 in den Top 100

Highlights: Buchmarkt in Bayern

- Insgesamt sind 381 Verlage in Bayern ansässig – dies sind 21 Prozent aller deutschen Verlage.*
- Allein in München rund 140 Verlage, aber auch wichtige Anbieter im übrigen Bayern, bspw. der Stark Verlag (Hallbergmoos, Marktführer bei Abiturvorbereitungsbänden)
- Mit Random House sitzt der größte deutsche Publikumsverlag in München.
- In Bayern gibt es 831 Buchhandlungen (24,2 Prozent von allen in Dtl.**). München mit 143 auf Platz 2 nach Berlin

Branchen-Trends

- Die Zahl der verkauften Bücher sinkt, dies wird auch durch ein Wachstum im E-Book-Markt bislang nicht kompensiert.
- Der durchschnittliche Einzelpreis steigt ebenso wie der Altersdurchschnitt der Leser.
- Die Online-Konkurrenz im Buchmarkt ist stark gewachsen: Amazon hat einen Marktanteil von rund 20 Prozent.***
- Fachverlage werden immer mehr zum Anbieter von Software und Informationsdiensten.

Quellen: Medienstandort Bayern 2019, * Daten für 06/2017, ** Anteil der Mitglieder im Börsenverein des deutschen Buchhandels 2018, Stand: 11/2018,

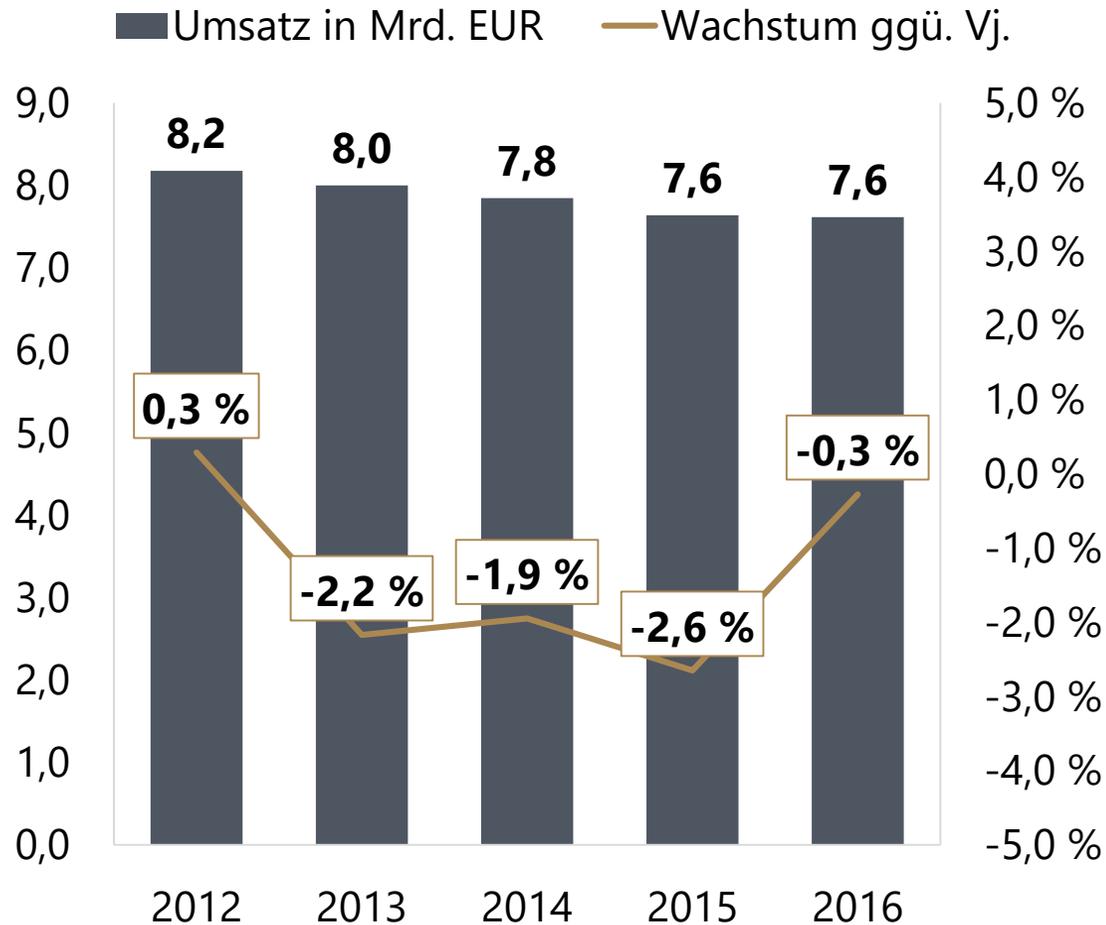
*** Hochschule St. Gallen et al.: Amazon Watch - Analyse-Report für die reale Marktdominanz von Amazon, Stand: Q1/2018,

7,6 Mrd. Umsatz im bayerischen Buchmarkt 2016

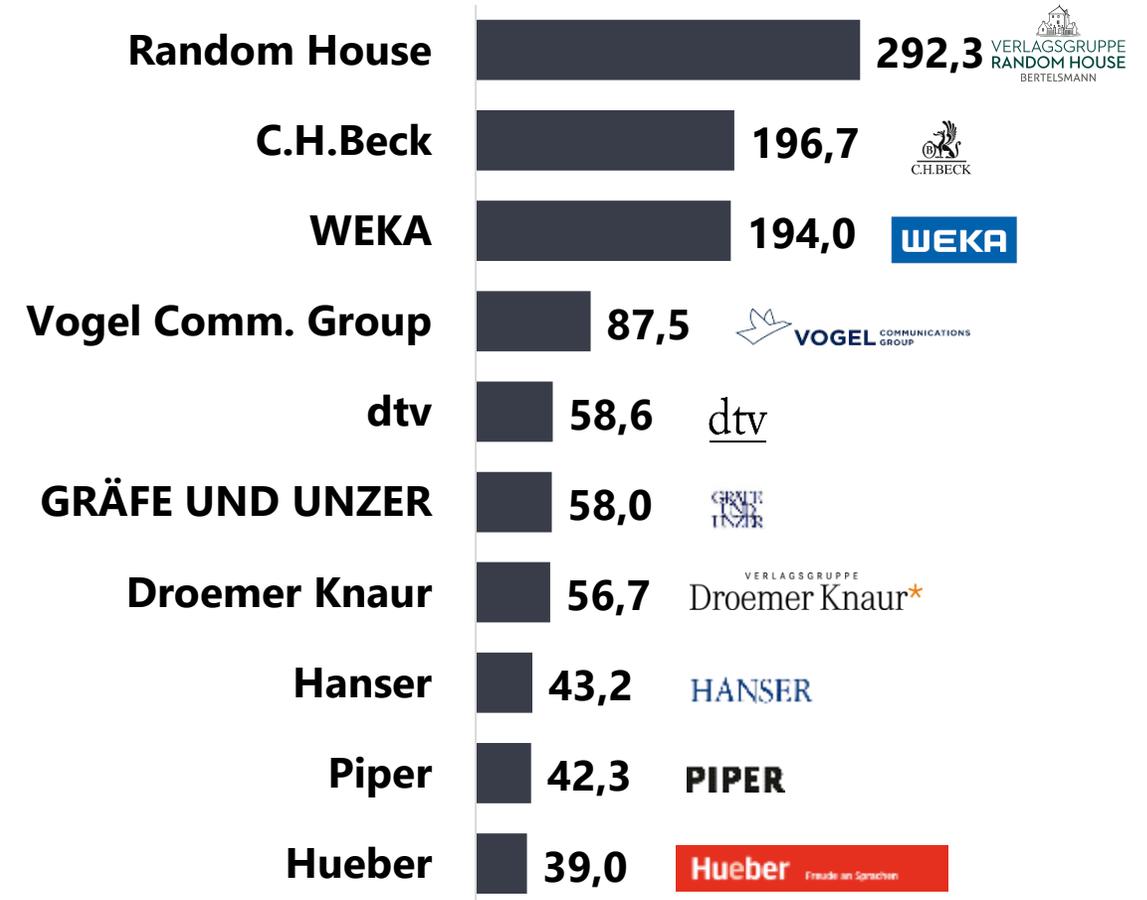
Umsatzvolumen sinkt leicht – zuletzt Stabilisierung



Umsatzentwicklung im bayerischen Buchmarkt 2012–2016



Top-10-Verlage in Bayern nach Umsatz 2017, in Mio. EUR

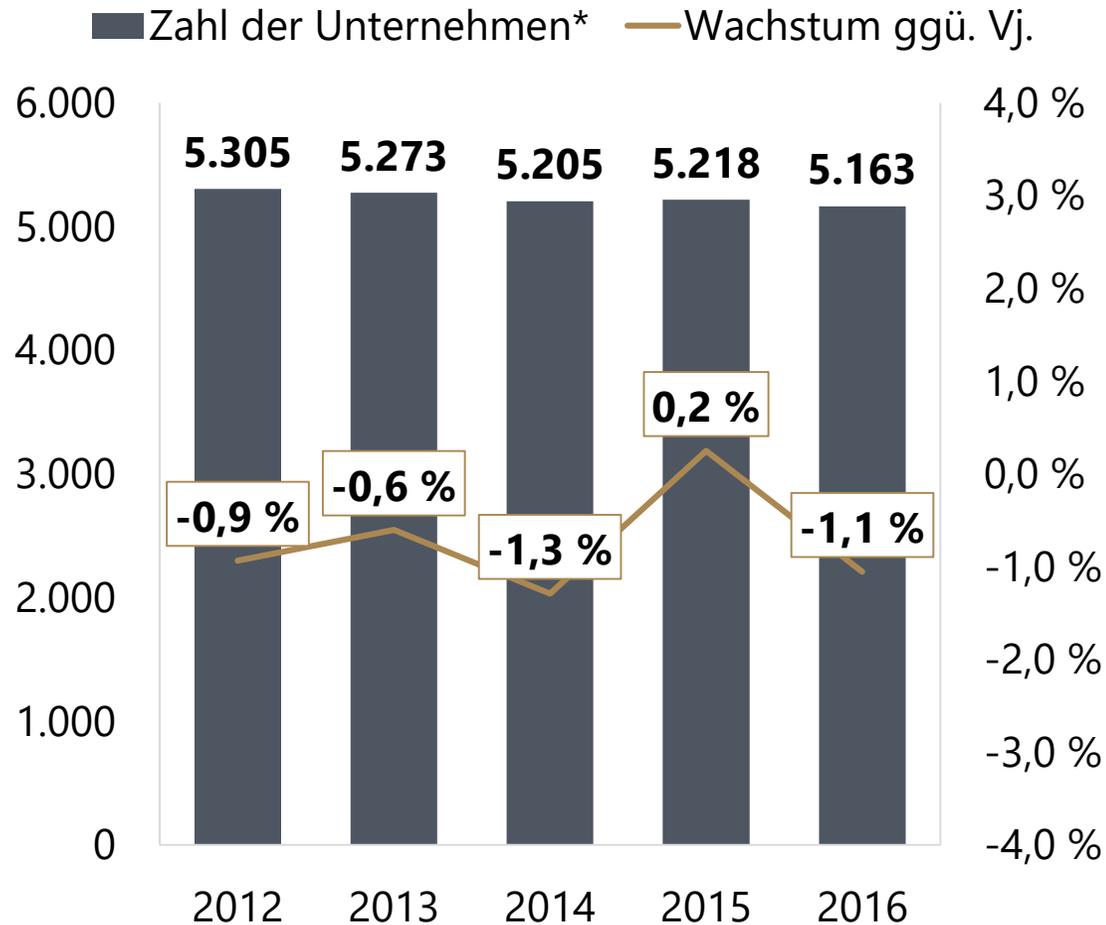


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik, 2018, buchreport 2018, Logos: Websites der Unternehmen

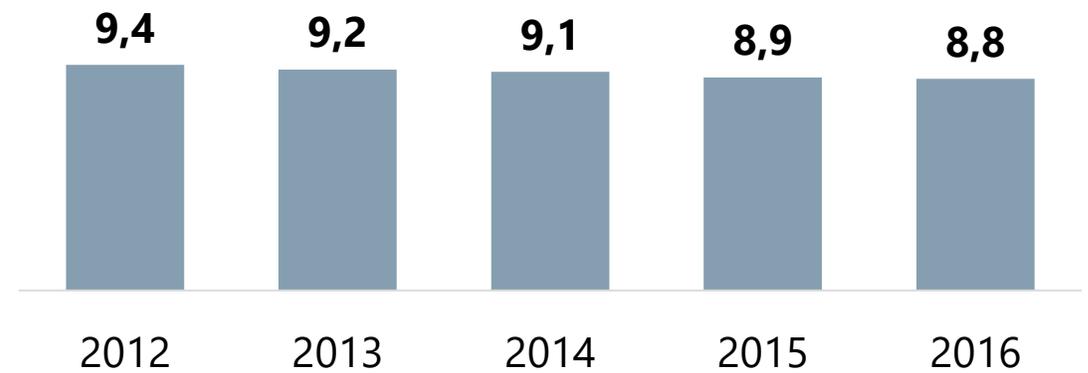
Rund 5.000 Akteure im bayerischen Buchmarkt: Zahl der Unternehmen jedoch insg. leicht rückläufig



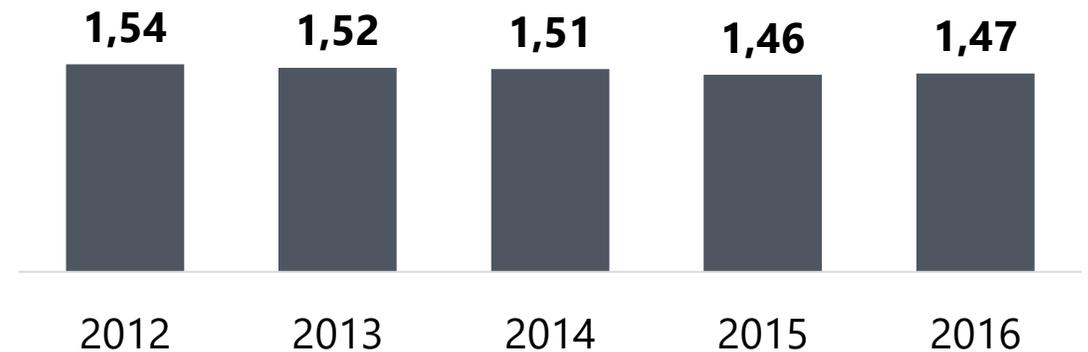
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) im bayerischen Buchmarkt 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* im bayerischen Buchmarkt 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* im bayerischen Buchmarkt 2012–2016, in Mio. EUR

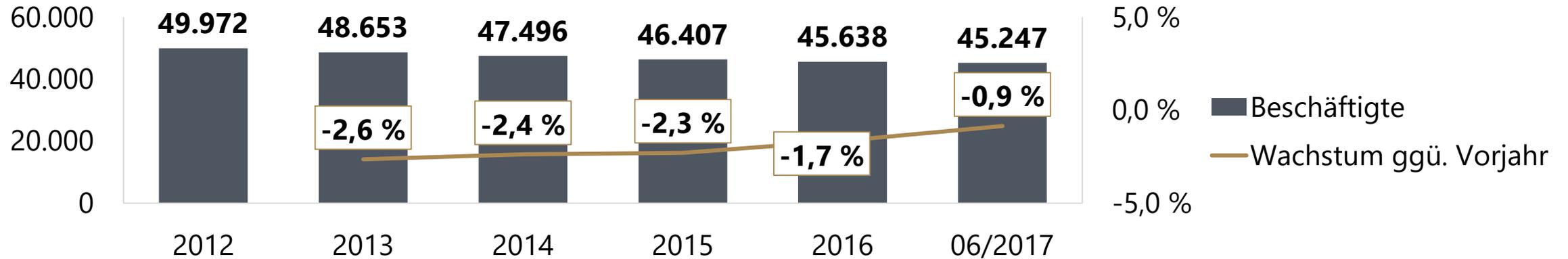


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik, 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

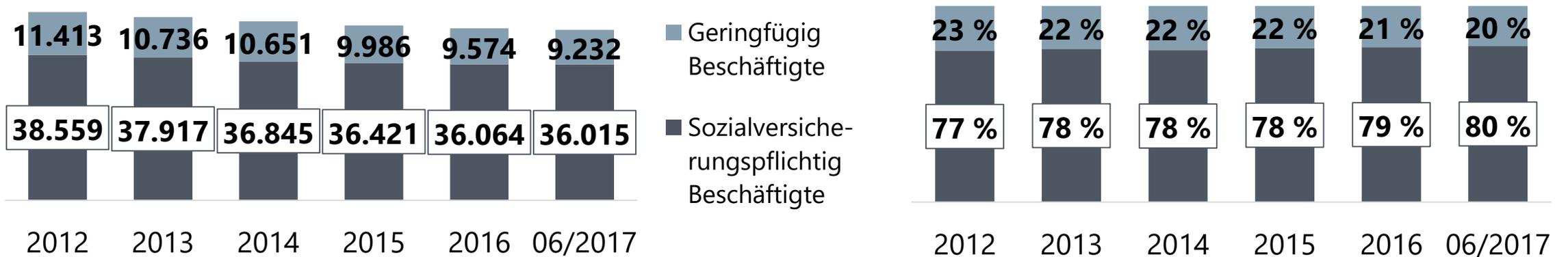
45.000 Beschäftigte im bayerischen Buchmarkt; zwischen 2012 und 2017 jedoch Rückgang um rund 10 %



Beschäftigungsentwicklung im bayerischen Buchmarkt 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten
und Anteil an der Gesamtbeschäftigung im bayerischen Buchmarkt 2012–06/2017



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

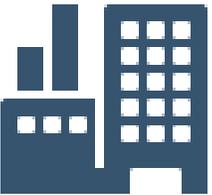
Software-/Gameswirtschaft in Bayern



Mit 80.000 Beschäftigten ist die Software-/Gamesbranche Bayerns größter Mediensektor; 8.000 Unternehmen und Selbstständige, 9,6 Mrd. EUR Umsatz



Key Facts zum Software-/Gamesmarkt in Bayern 2016

	Vgl. Dtl.
 <ul style="list-style-type: none"> 7.951 Unternehmen und Selbstständige in der Entwicklung und im Verlegen von Games und sonstiger Software sowie Webentwicklung und -portale 	37.375 (21 %)
 <ul style="list-style-type: none"> Insgesamt 79.408 Beschäftigte, (davon 73.744 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)* 	397.229 (20 %)
 <ul style="list-style-type: none"> 9,6 Mrd. EUR steuerbarer Umsatz insb. im Bereich Programmierung von Internetpräsenzen (2,3 Mrd. EUR) und sonstiger Softwareentwicklung (5,4 Mrd. EUR) 	39,4 Mrd. EUR (25 %)
<p>Weitere Fakten:</p>  <ul style="list-style-type: none"> Die Zahl der Games-Unternehmen in Bayern hat sich zwischen 2010 und 2017 verdoppelt, während sie in vielen Ländern stagnierte oder zurückging. 	

Highlights: Gamesmarkt in Bayern

- Die wichtigsten Akteure in der bayer. Gameswirtschaft sind die Deutschland-Repräsentanzen internationaler Publisher wie Activision Blizzard oder Take-Two Interactive.
- Die Microsoft Deutschland GmbH sitzt in München.
- Der Umsatz allein im Bereich Games lag 2015 bei rund 516 Mio. EUR bei ca. 1.500 Beschäftigten.**
- Mit 118 Games-Unternehmen im Kernmarkt liegt Bayern im Deutschland-Vgl. auf Platz 3 (nach Berlin und NRW).**

Branchen-Trends

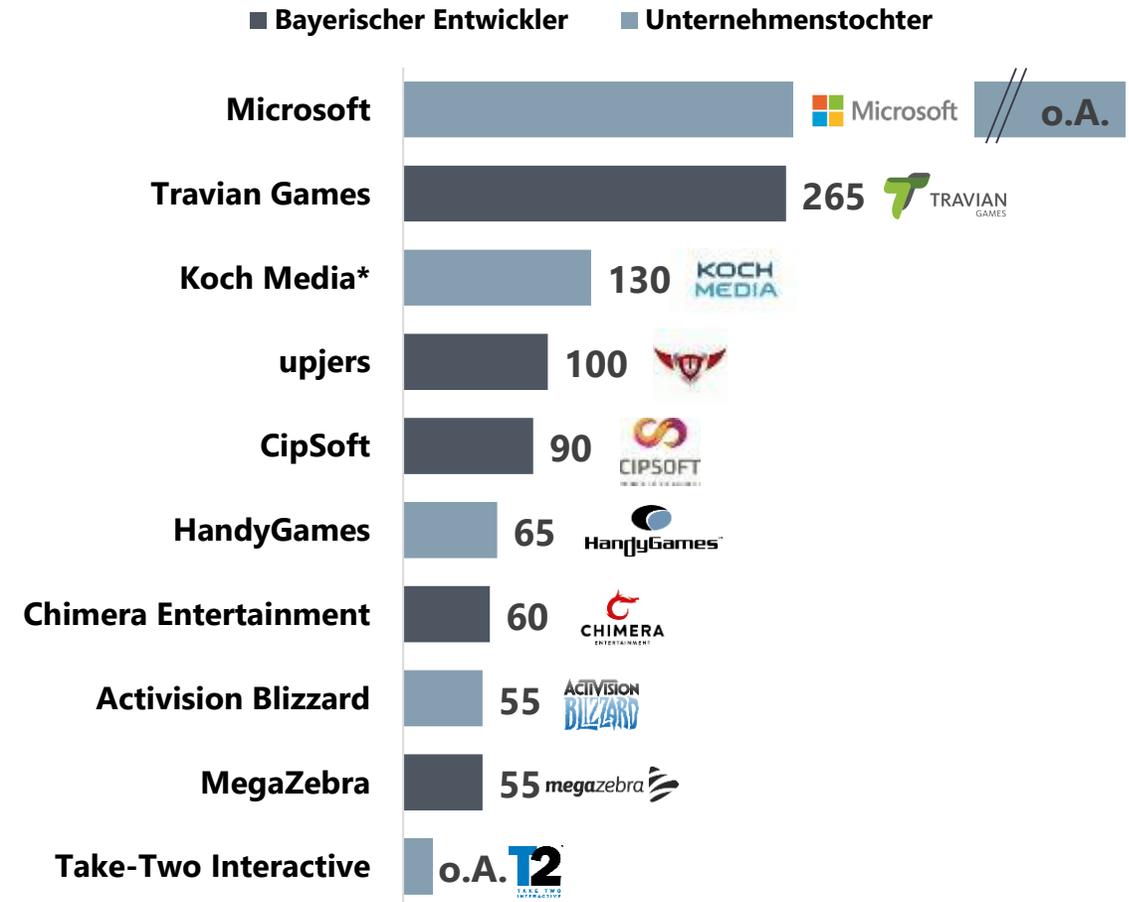
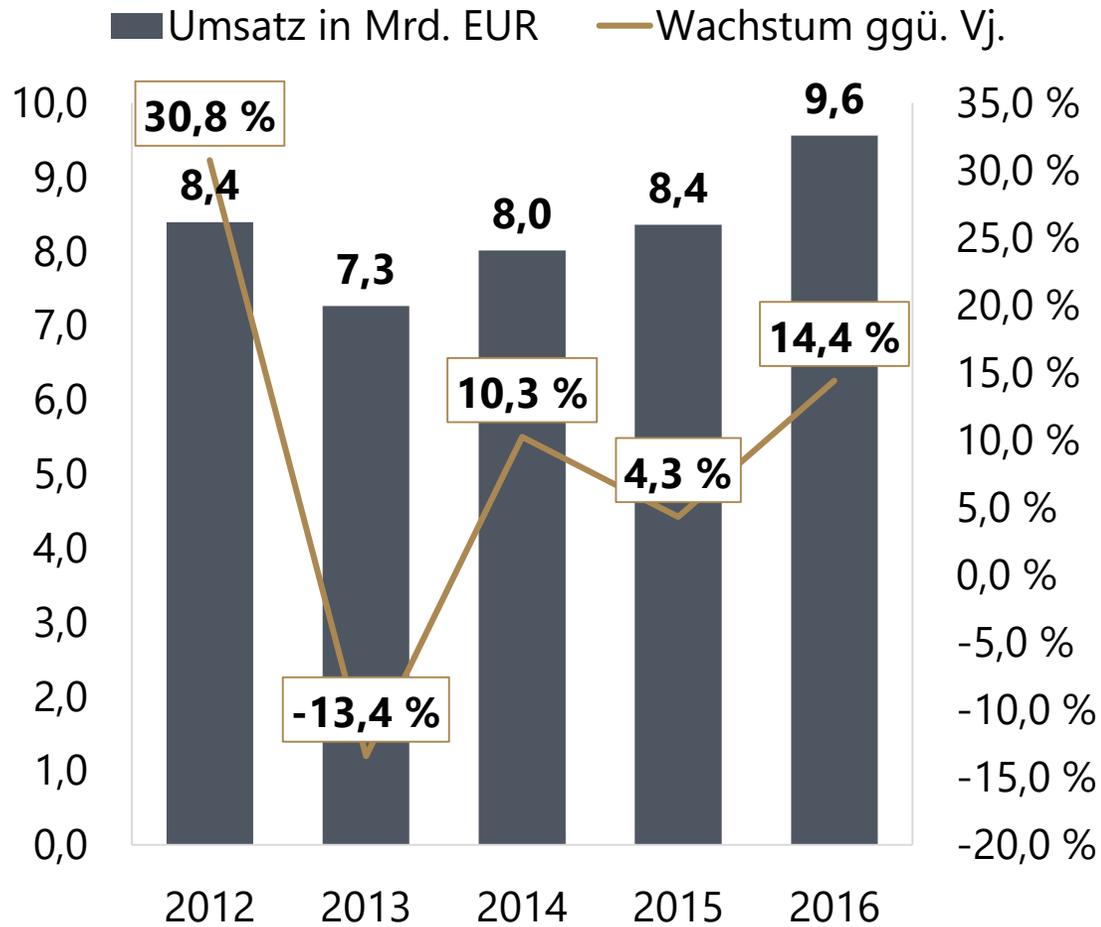
- Der Gamesmarkt wächst insgesamt stark: 40 Prozent der Deutschen spielen zumindest gelegentlich Videospiele.***
- „Casual“ Mobile Games auf Smartphones haben den Kosmos des „Hardcore“-Gaming auf PCs und Konsolen stark erweitert, die Verbreitung von E-Sport wächst.
- Bayern fördert Games mit 1,9 Mio. EUR pro Jahr.

Rund 10 Mrd. EUR Umsatz durch bayerische Software-/Gamesunternehmen; Markt entwickelt sich sehr dynamisch – seit 2014 stark wachsend



Umsatzentwicklung im bayerischen Software-/Gamesmarkt 2012–2016

Top 10 der bayerischen Games-Unternehmen nach Mitarbeiterzahl, Stand: 07/2018

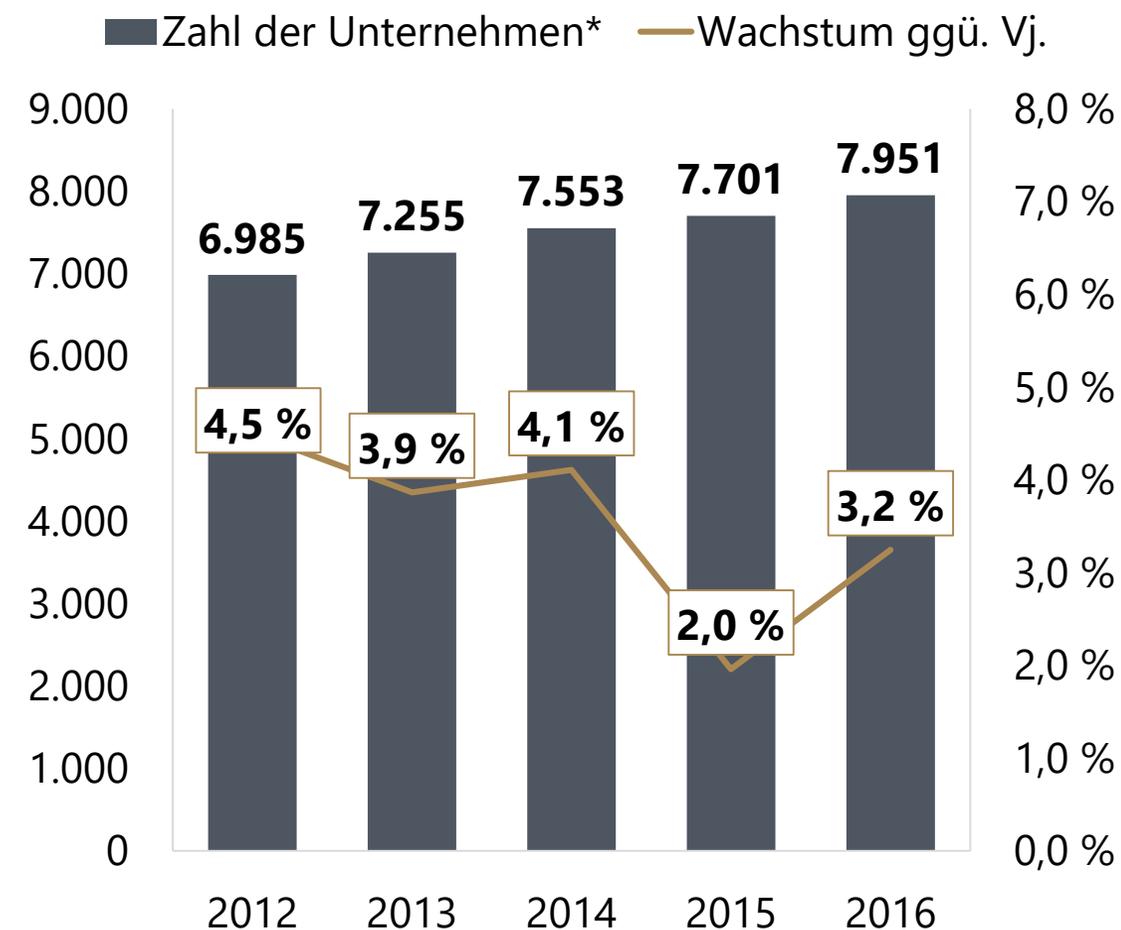


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Unternehmensangaben nach GamesWirtschaft, tw. auf-/abgerundet, * Koch Media wurde im Februar 2018 von THQ Nordic übernommen, Logos: Websites der Unternehmen

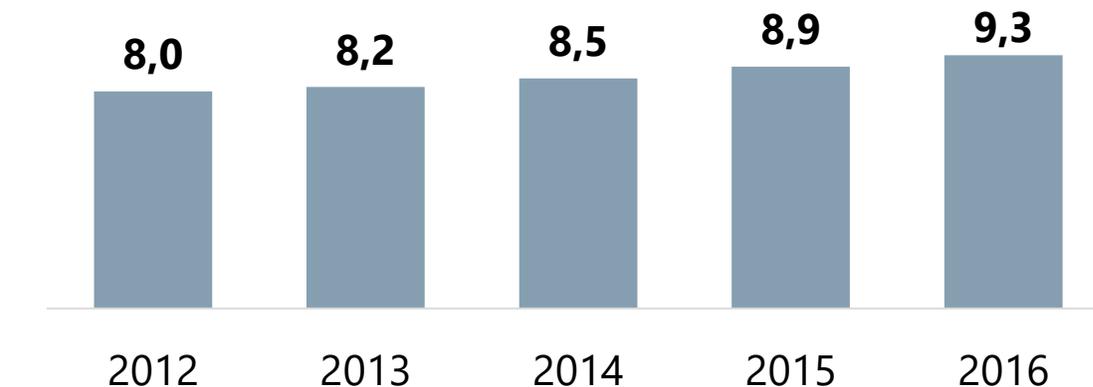
Rund 8.000 Unternehmen und Selbstständige im bayerischen Software-/Gamesmarkt. Tendenz stark wachsend



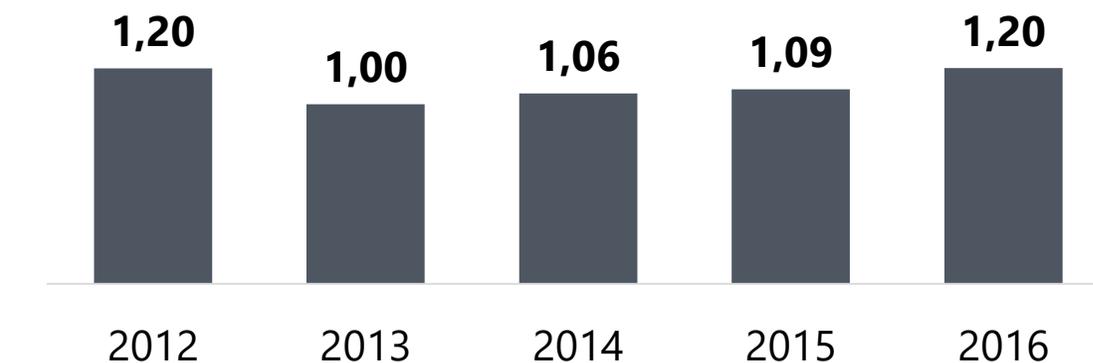
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen u. Selbstständige) im bayer. Software-/Gamesmarkt 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* im bayerischen Software-/Gamesmarkt 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* im bayerischen Software-/Gamesmarkt 2012–2016, in Mio. EUR

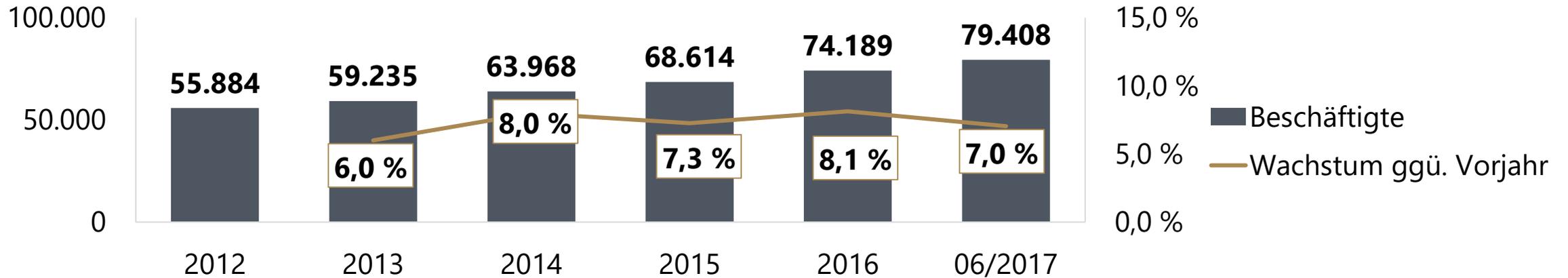


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

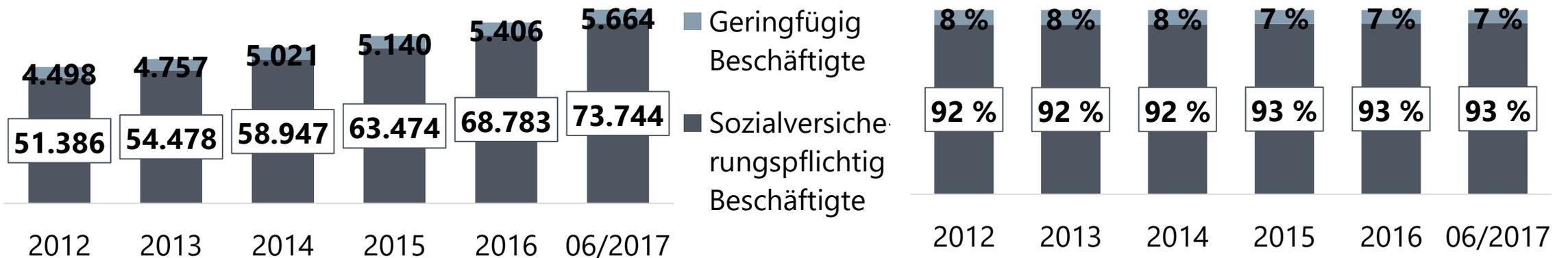
Rund 80.000 Beschäftigte im bayerischen Software- und Gamesmarkt; Tendenz stark steigend – rund 93 % festangestellt



Beschäftigungsentwicklung im bayerischen Software-/Gamesmarkt 2012–06/2017

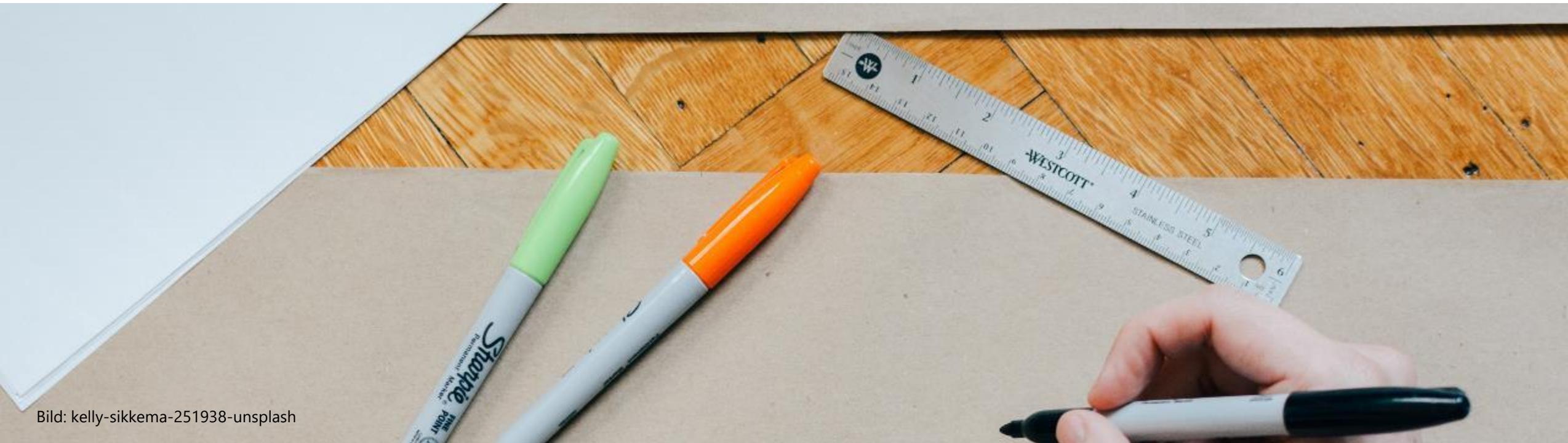


Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung im bayerischen Software-/Gamesmarkt 2012–06/2017



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

Designwirtschaft in Bayern

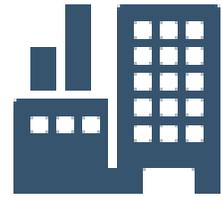


In der Designwirtschaft in Bayern werden insgesamt 5,2 Mrd. EUR und damit mehr als die Hälfte der gesamten Branchenumsätze in Deutschland realisiert.



Key Facts zur Designwirtschaft in Bayern 2016

Vgl. Dtl.



- **13.104** Unternehmen/Selbstständige im Bereich Design (Schmuck, Innenarchitektur, Produkt, Mode, Grafik, Kommunikation, Interior, Raum, etc.)

72.891
(18 %)



- **46.895** Beschäftigte im Designmarkt (davon 25.811 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)*

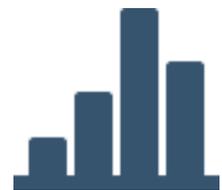
257.453
(18 %)



- **5,2 Mrd. EUR** Steuerbarer Umsatz (mehr als die Hälfte der Umsätze durch Werbegestaltung –hohe Überschneidung Werbewirtschaft)

32,8
Mrd.
EUR
(16 %)

Weitere Fakten:



- Der steuerbare Umsatz der Designwirtschaft in Bayern blieb zwischen 2014 und 2016 stabil.

Highlights: Designwirtschaft in Bayern

- Die bayerische Designwirtschaft hat ihre Zentren vor allem in Oberbayern und Mittelfranken.
- Munich Creativ Business Week (MCBW) gilt als deutschlandweit größte Veranstaltung für Design.
- bayern design als Netzwerkzentrale für Wirtschaft, Kammern, Ausbildungsstätten sowie Kreative

Branchen-Trends

- Designwirtschaft zählt zu den Innovationstreibern im digitalen Wandel: Zunehmender branchenübergreifender Einsatz von Designern auch in anderen Branchen
- Herausforderungen u.a. durch veränderte Anforderungen und Kundenbedürfnisse sowie durch die Fortentwicklung künstlicher Intelligenz und weiterer innovativer Technologien

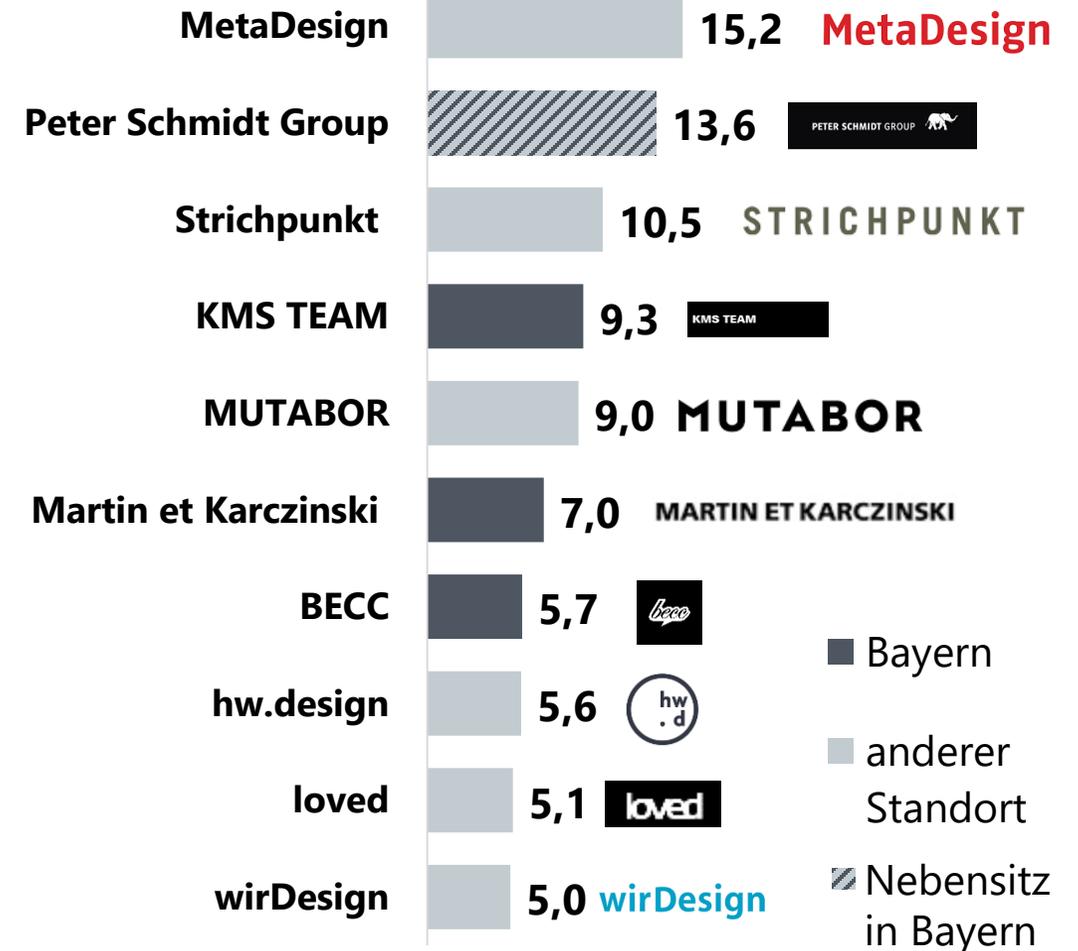
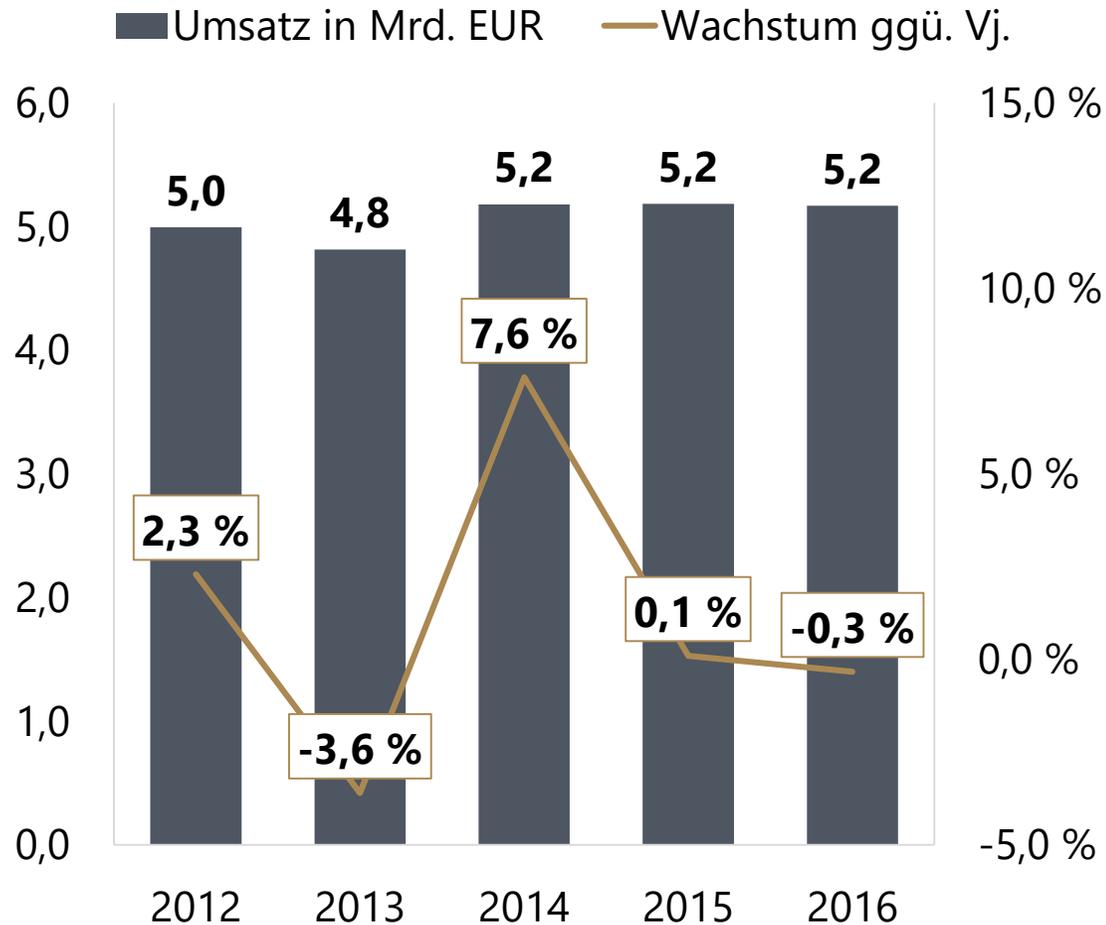
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie „Designwirtschaft in Bayern“ (2011), * Daten für 06/2017

Umsatzentwicklung in der bayerischen Designwirtschaft ist relativ stabil – vier der Top-10-Agenturen für Corporate Design und CI sitzen in Bayern.



Umsatzentwicklung in der bayerischen Designwirtschaft 2012–2016

Top 10 der Design-Agenturen im Bereich Corporate Design und CI nach Umsatz in Mio. EUR 2017 und Unternehmenssitz

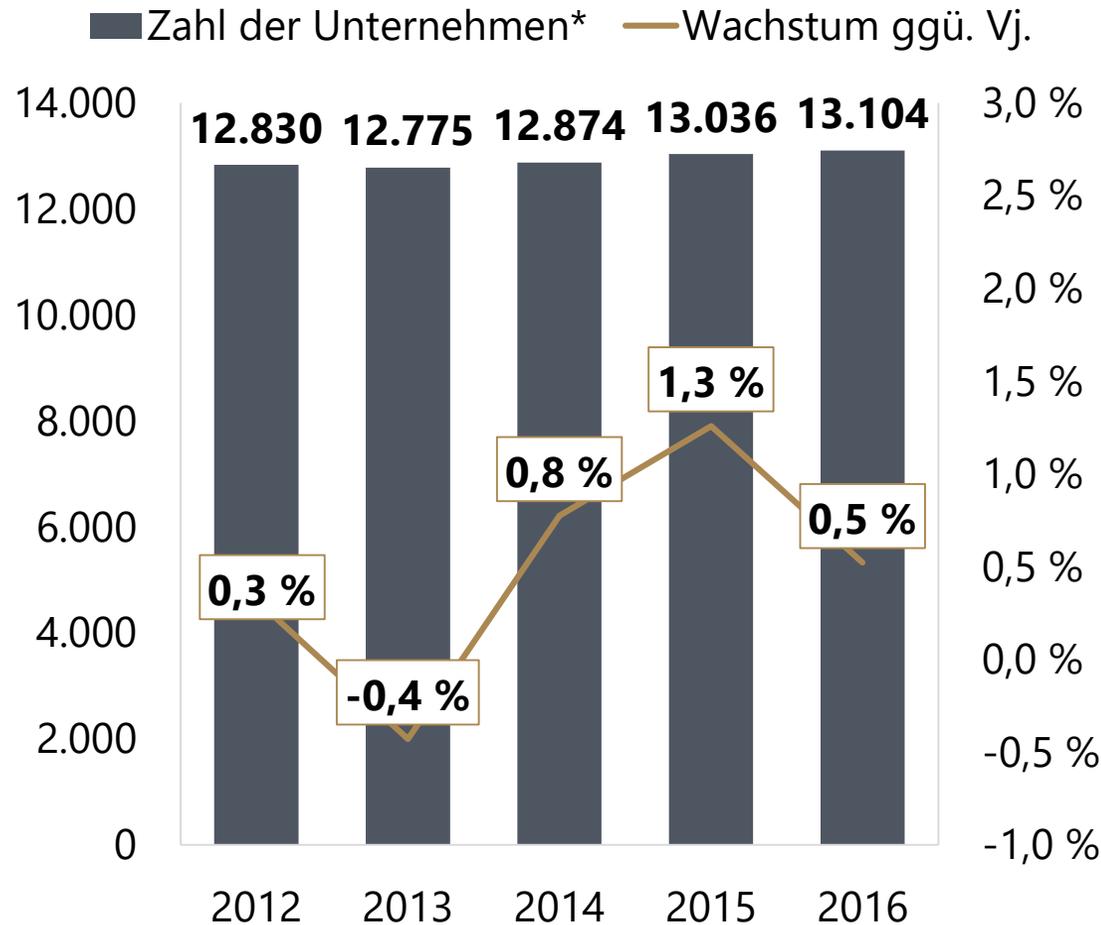


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, PAGE Ranking 2017, Logos: Websites der Unternehmen

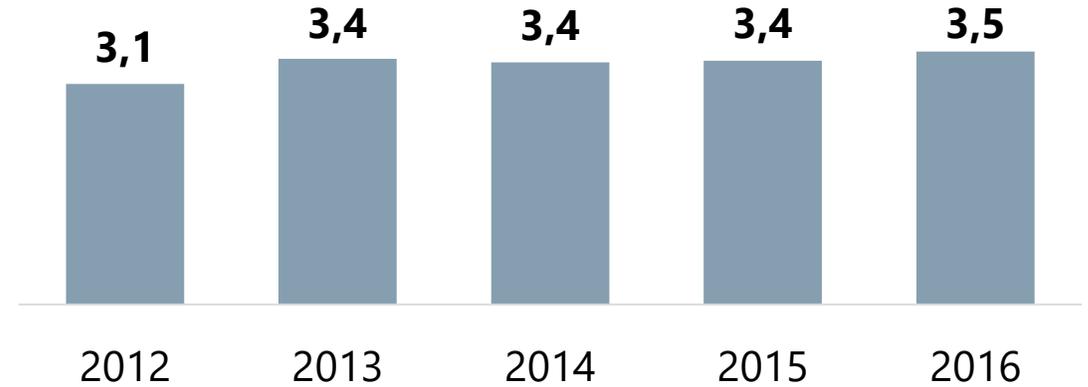
Rund 13.100 Steuerpflichtige sind in der bayerischen Designwirtschaft aktiv – zwischen 2012 und 2016 wuchs die Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen.



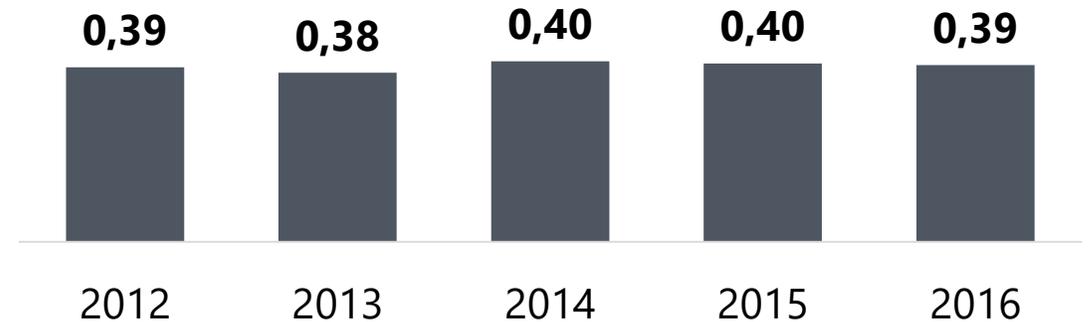
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) in der bayer. Designwirtschaft 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* in der bayerischen Designwirtschaft 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* in der bayerischen Designwirtschaft 2012–2016, in Mio. EUR

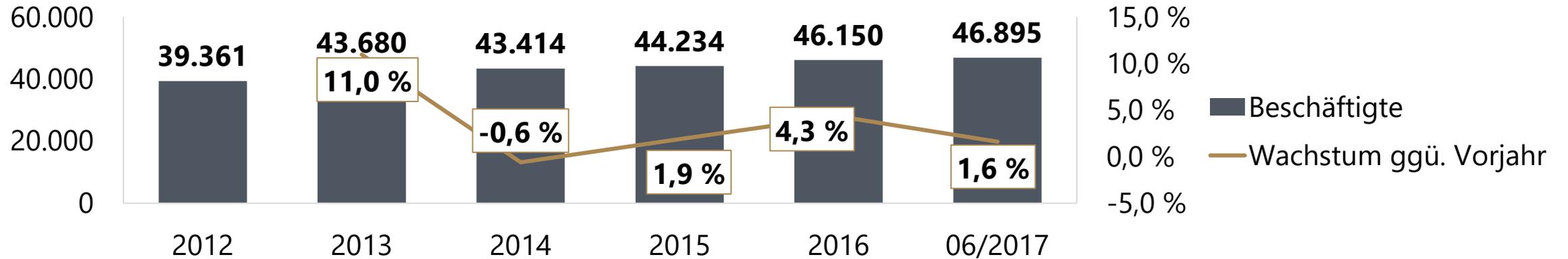


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

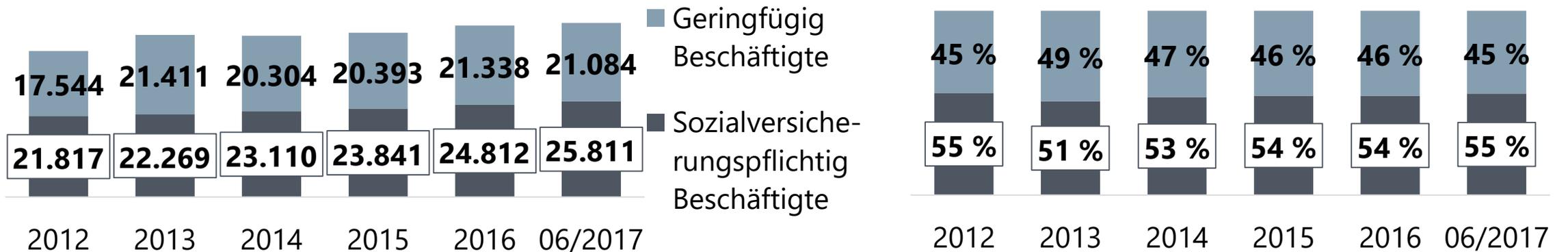
Die Zahl der Beschäftigten stieg zwischen 2014 und 2016 auf knapp 47.000 – etwas mehr als die Hälfte (55 %) ist sozialversicherungspflichtig angestellt.



Beschäftigungsentwicklung in der bayerischen Designwirtschaft 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung in der bayerischen Designwirtschaft 2012–06/2017



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

Werbewirtschaft in Bayern



Werbewirtschaft in Bayern: 4,2 Mrd. EUR Umsatz, über 42.000 Beschäftigte, 5.000 steuerpflichtige Unternehmen und Selbstständige



Key Facts zur Werbewirtschaft in Bayern 2016/17

Vgl. Dtl.



- **5.073** steuerpfl. Unternehmen und Selbstständige: Werber, Werbeagenturen und Vermarkter

30.220
(17 %)



- **42.434** Beschäftigte, davon 22.113 sozialversicherungspflichtig u. 20.321 geringfügig Beschäftigte*

226.745
(19 %)



- **4,2 Mrd. EUR** Gesamtertrag, davon 3,8 Mrd. EUR im Bereich der Werbeagenturen und Gestaltung

29,7
Mrd.
EUR
(14 %)

Weitere Fakten:



- Viele inhabergeführte Agenturen konnten 2017 wenig Wachstum verzeichnen, Serviceplan wuchs jedoch um rund 12 Prozent (Bruttoertrag).

Highlights: Werbewirtschaft Bayern

- Mit der Serviceplan-Gruppe sitzt die mit weitem Abstand größte inhabergeführte Werbeagentur Deutschlands in München, Vertikom Group aus Nürnberg auf Platz 3.
- Darüber hinaus eine breite Landschaft an Full-Service- und Spezialagenturen in Bayern, darunter SAINT ELMO'S, BDA Creative und Hello (München), Spirit Link (Erlangen), Die Jäger (Röckersbühl), und triebwerk (Nürnberg)
- Acht Agenturen unter den deutschen Top 50 (2017)

Branchen-Trends

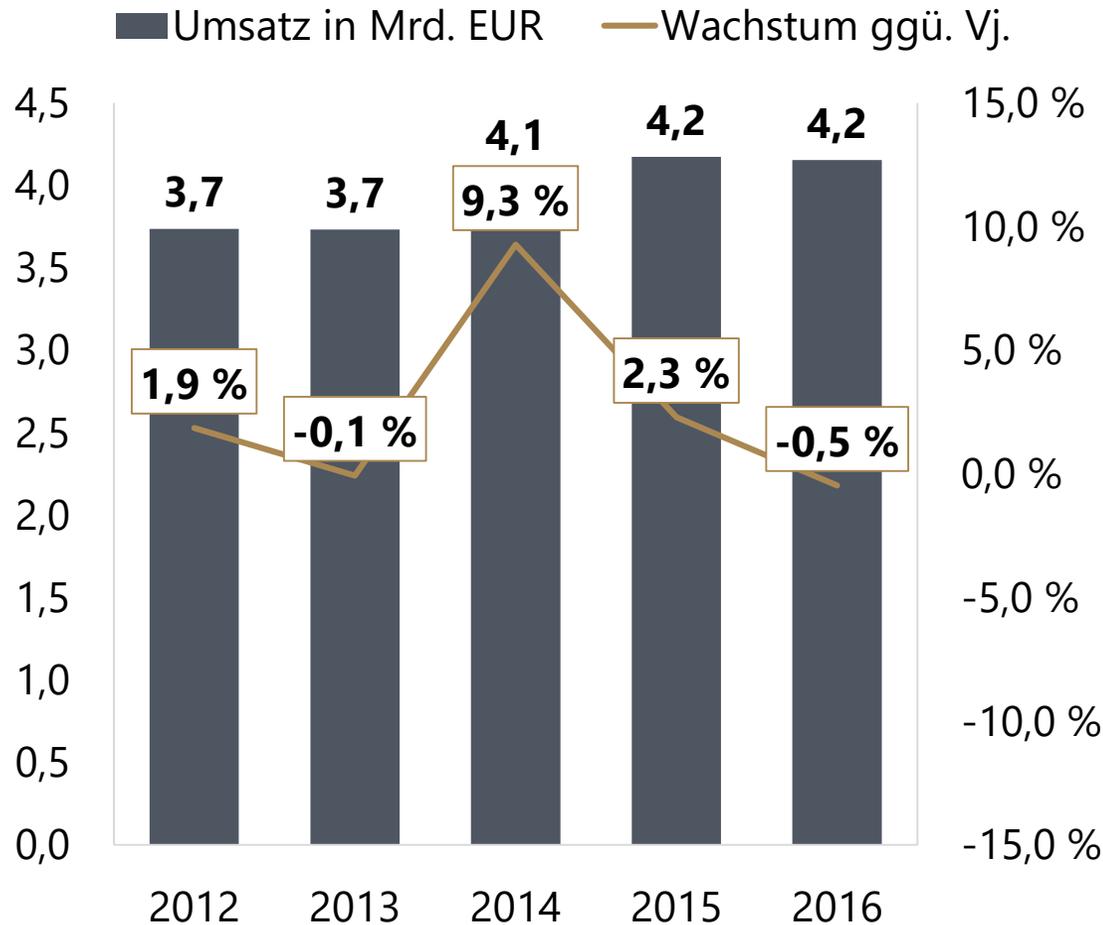
- Die Verschiebung der Werbebudgets und die zunehmende Zahl neuer Plattformen und (digitaler) Werbemöglichkeiten führt zu neuen Anforderungen für die Werbebranche.
- Werbebuchungen laufen immer häufiger automatisiert.
- Die Branche hat einen hohen Bedarf an (Digital-)Fachkräften, da das Personal immer häufiger auch von anderen Wirtschaftszweigen nachgefragt wird.

Bayerische Werbewirtschaft mit 4,2 Mrd. EUR Umsatz 2016, relativ konstante Entwicklung nach starkem Wachstum insb. 2014



Umsatzentwicklung in der bayerischen Werbewirtschaft, 2012–2016

Top 8 der inhabergeführten bayerischen Werbeagenturen nach Bruttoumsätzen 2017, in Mio. EUR



Serviceplan Gruppe

SERVICEPLAN 312,8

Vertikom Group

60,6 VERT KOM

SAINT ELMO'S

19,2 SAINT ELMO'S

Die Jäger

17,4 DIE JÄGER

Spirit Link

6,6 SPIRIT LINK

BDA Creative

6,3 bda

triebwerk

5,4 triebwerk
Schubkraft für starke Marken

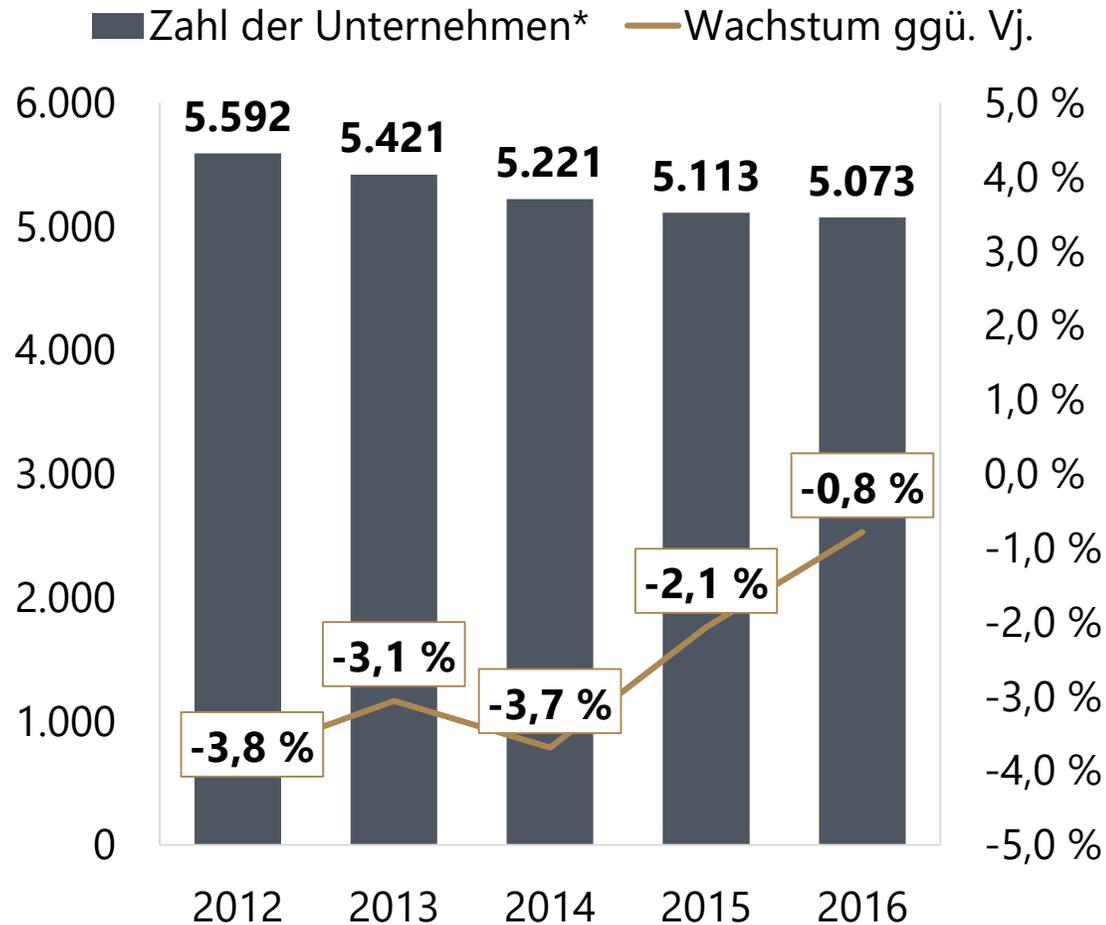
Hello

5,1 hello

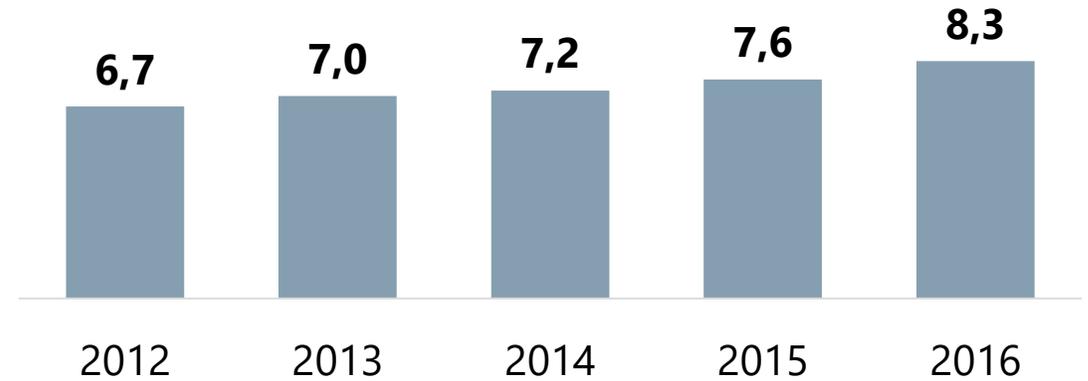
5.000 Unternehmen und Selbstständige in der Werbewirtschaft in Bayern, dabei rückläufige Entwicklung von rd. -10 % zwischen 2012 und 2016



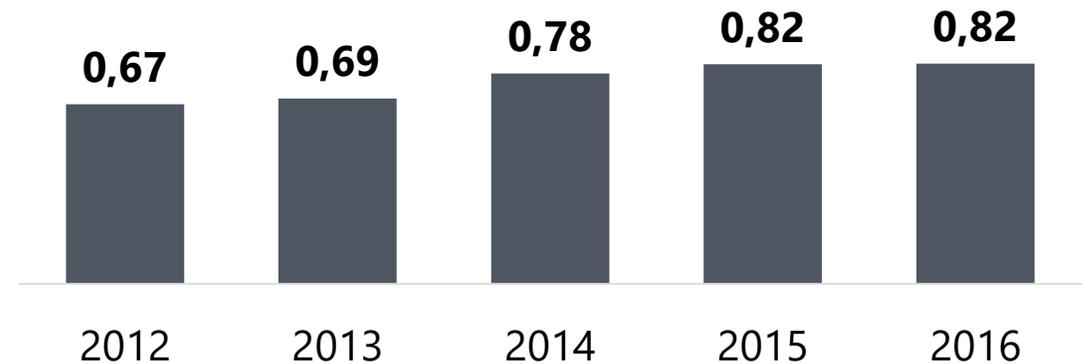
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) in der bayer. Werbewirtschaft 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* in der bayerischen Werbewirtschaft 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* in der bayerischen Werbewirtschaft 2012–2016, in Mio. EUR

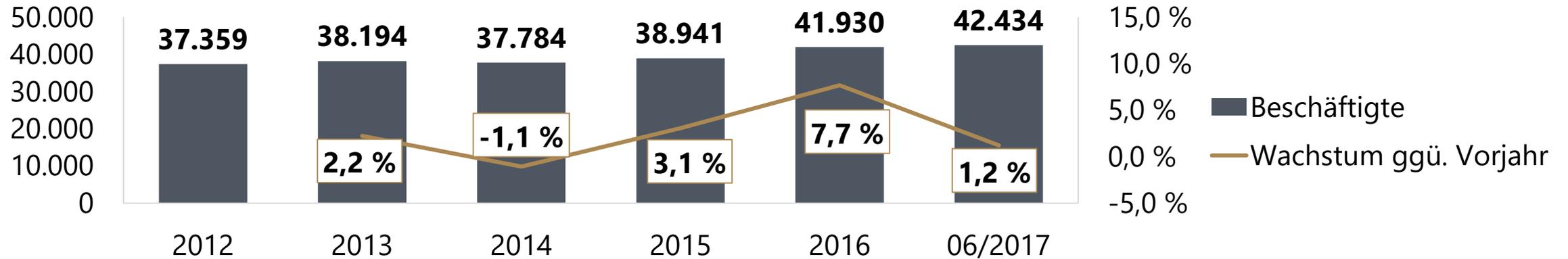


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

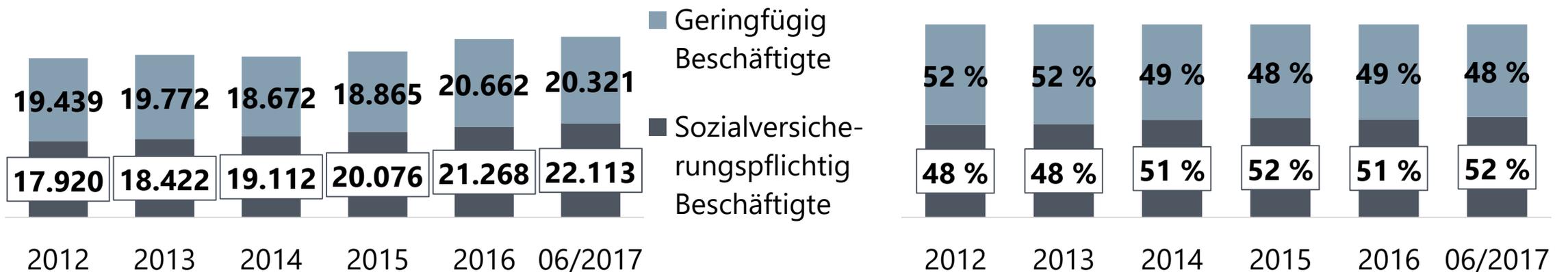
Zahl der Beschäftigten in der bayerischen Werbewirtschaft steigt deutlich: 5.000 mehr Stellen (+14 %) zwischen 2012 und Mitte 2017



Beschäftigungsentwicklung in der bayerischen Werbewirtschaft 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung in der bayerischen Werbewirtschaft 2012–06/2017



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018

Telekommunikationswirtschaft in Bayern



Der Markt für Telekommunikation in Bayern: 10 Mrd. EUR Umsatz bei nur 500 steuerpflichtigen Unternehmen und Selbstständigen. 12.500 Beschäftigte.



Key Facts zum TK-Markt in Bayern 2016/17



- **538** steuerpflichtige Unternehmen und Selbstständige im Bereich der Telekommunikation und Datenverarbeitung

Vgl. Dtl.

2.341
(23 %)



- **12.505** Beschäftigte, davon 11.815 sozialversicherungspflichtig und 690 geringfügig Beschäftigte*

78.483
(16 %)



- **9,6 Mrd. EUR** Gesamtertrag u.a. in den Bereichen leitungsgebundene, drahtlose u. Satellitenkommunikation, ISP und Datenverarbeitung

64,2
Mrd.
EUR
(15 %)

Weitere Fakten:



- In Bayern liegt die Breitbandversorgung mit mind. 50 Mbit/s bei 84,4 Prozent der Haushalte (06/2018), die LTE-Versorgung bei 96,7 Prozent.
- Bis 2018 wurden 1,5 Mrd. EUR an Fördermitteln durch Bayern zur Verfügung gestellt.

Highlights: TK-Markt Bayern

- Wichtigste TK-Anbieter am Standort Bayern sind die Telefónica Germany GmbH mit Sitz in München sowie die Vodafone Kabel Deutschland GmbH in Unterföhring.
- Die M-net Telekommunikations GmbH mit Sitz in München ist einer der größten regionalen Telekommunikationsanbieter in Deutschland.

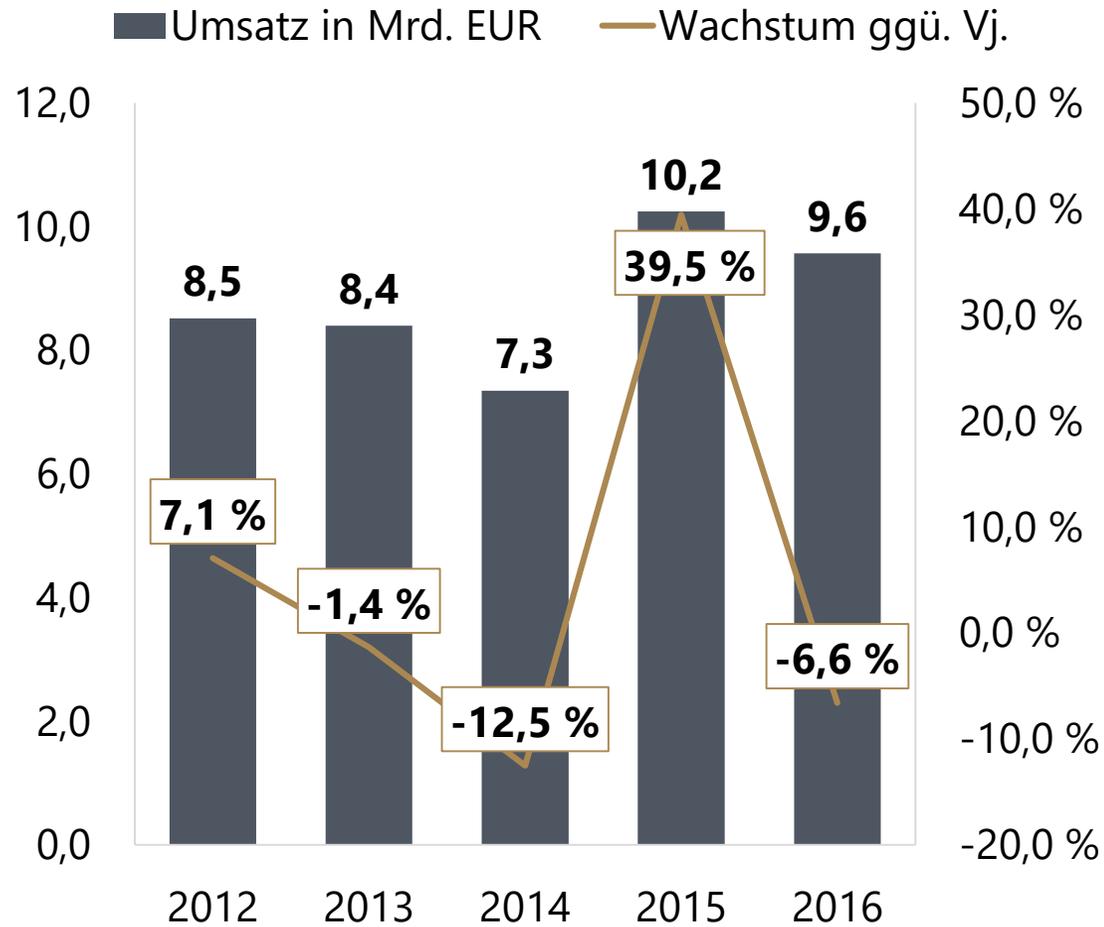
Branchen-Trends

- Der TK-Markt ist durch starke Konzentrationstendenzen gekennzeichnet. So ist die ehemalige O2 Germany mit Sitz in München nun Teil der Telefónica Germany GmbH und die ehemalige Kabel Deutschland Vertrieb und Service GmbH in Unterföhring nun Teil der Vodafone Gruppe.
- Der Markt ist durch starken Preiswettbewerb u. a. im Bereich der leitungsgebundenen Breitbandinfrastrukturen sowie im Mobilfunk bestimmt.

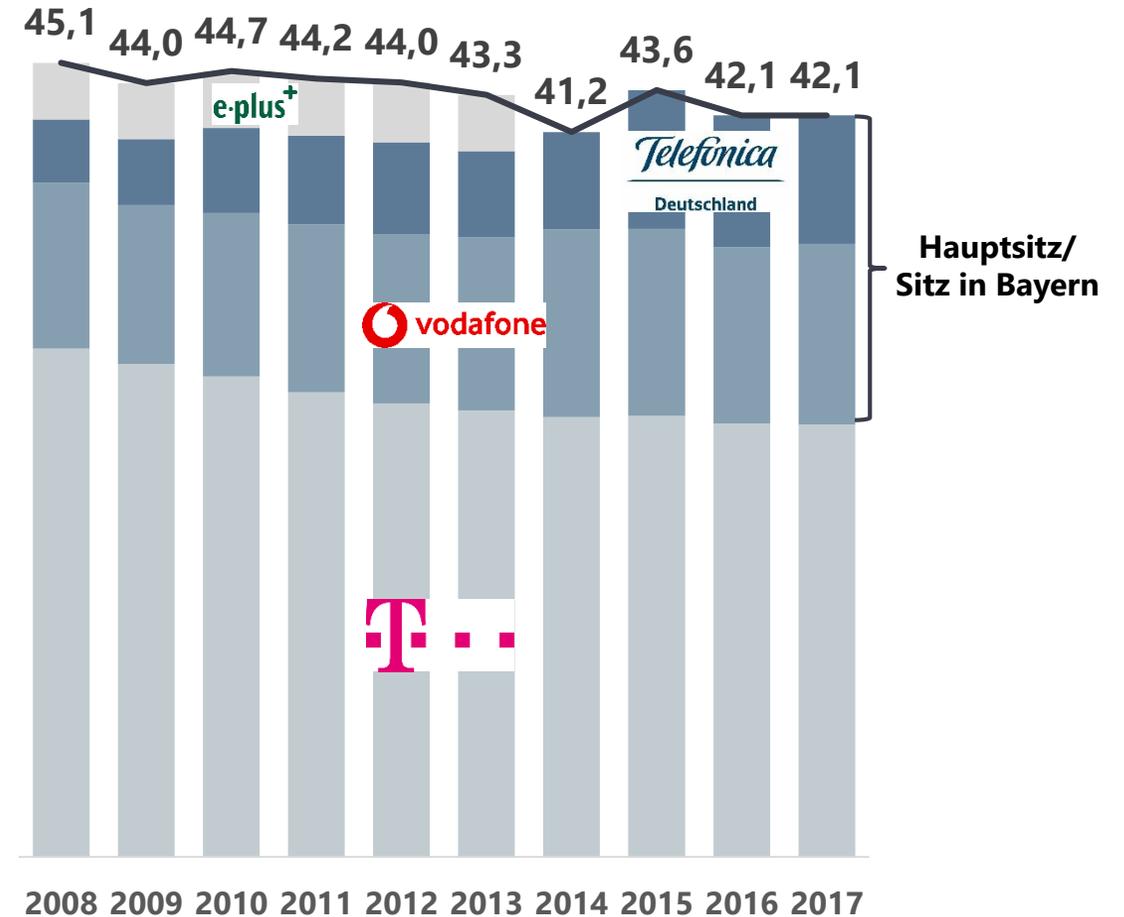
Rund 10 Mrd. EUR Umsatz im bayerischen TK-Markt – die Marktentwicklung ist sehr dynamisch und weist Konzentrationstendenzen auf.



Umsatzentwicklung in der bayerischen Telekommunikationswirtschaft 2012–2016



Umsatzentwicklung der drei marktführenden TK-Unternehmen in Deutschland 2008-2017, in Mrd. EUR

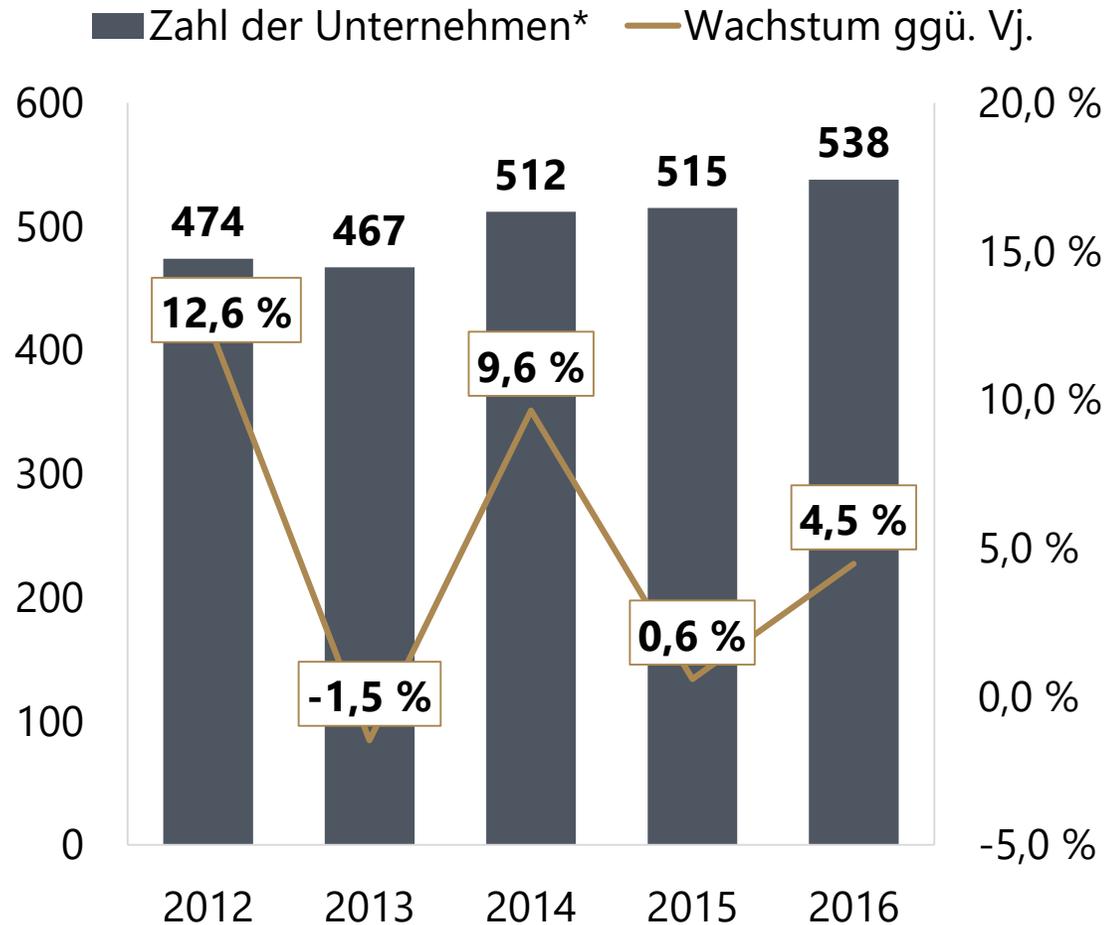


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, VATM, Logos: Websites der Unternehmen

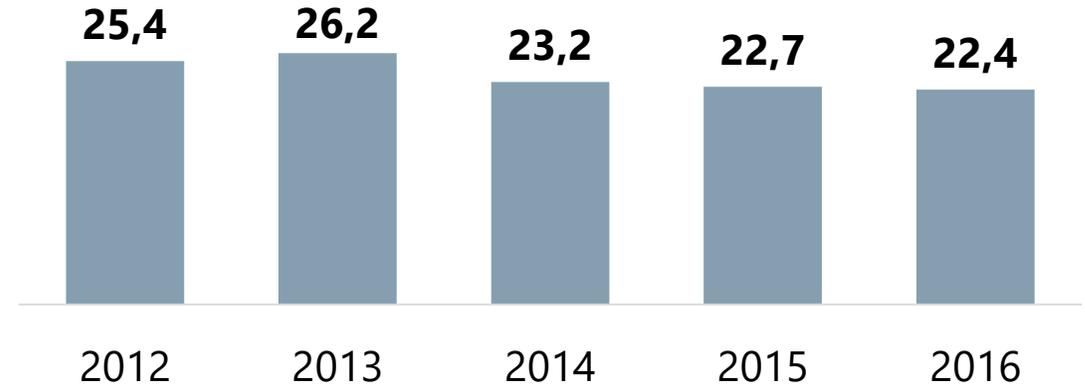
Im TK-Markt werden hohe Umsätze durch eine geringe Zahl von rund 540 steuerpflichtigen Unternehmen und Selbstständigen erzielt.



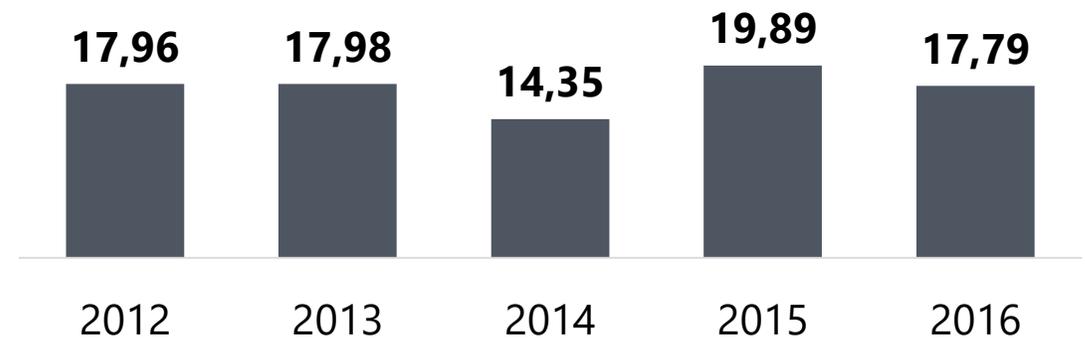
Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) in der bayer. TK-Wirtschaft 2012–2016



Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* in der bayerischen TK-Wirtschaft 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* in der bayerischen TK-Wirtschaft 2012–2016, in Mio. EUR

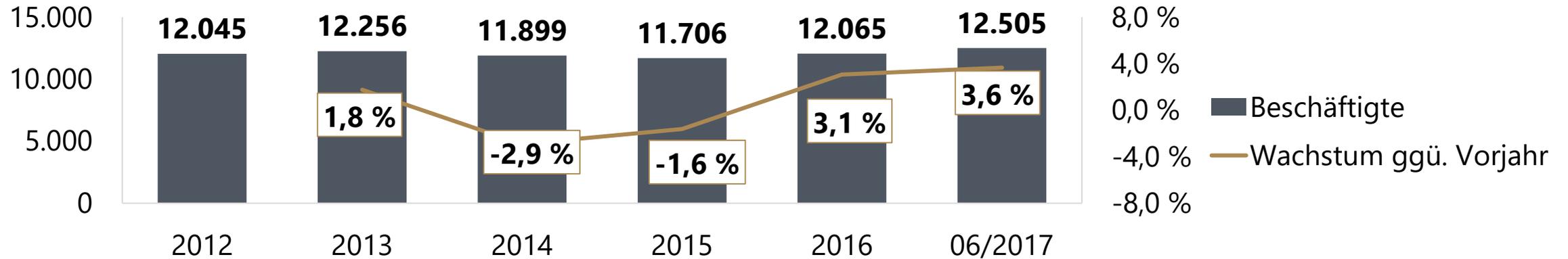


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

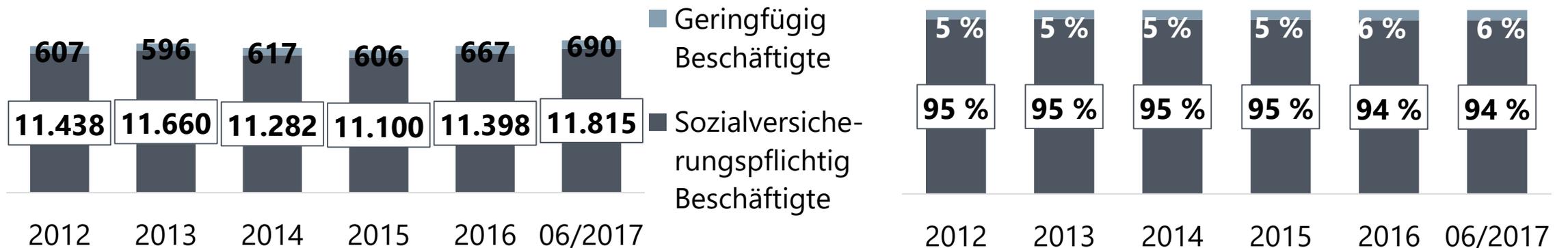
Beschäftigungsentwicklung im TK-Markt dynamisch, seit 2015 stark wachsend – vornehmlich sozialversicherungspflichtig Beschäftigte



Beschäftigungsentwicklung in der bayerischen TK-Wirtschaft 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung in der bayerischen TK-Wirtschaft 2012–06/2017



Unterhaltungselektronik in Bayern



Der Markt für Unterhaltungselektronik in Bayern: 19 Mrd. EUR Umsatz, 4.100 steuerpflichtige Unternehmen und Selbstständige, 28.000 Beschäftigte



Key Facts zum UE-Markt in Bayern 2016/17

Vgl. Dtl.



- **4.094** steuerpfl. Unternehmen und Selbstständige in Herstellung, Handel und Reparatur von Geräten der UE u. TK

23.273
(18 %)



- **28.188** Beschäftigte, davon 25.040 sozialversicherungspflichtig u. 3.148 geringfügig Beschäftigte*

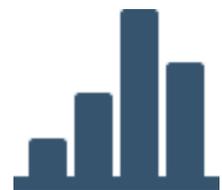
168.770
(17 %)



- **19,3 Mrd. EUR** Gesamtertrag (davon 14,5 Mrd. EUR im Einzelhandel und 4,7 Mrd. EUR in der Herstellung von Hardware)

61,2
Mrd.
EUR
(32 %)

Weitere Fakten:



- Loewe Technologies in Kronach/Oberfranken ist einer der wenigen europäischen Hersteller von TV-Geräten.

Highlights: UE-Markt in Bayern

- Sitz der MediaMarktSaturn Retail Group in Ingolstadt, dem europäischen Marktführer im UE-Handel
- Mit Conrad Electronic in Hirschau/Oberpfalz sitzt ein dt. Familienunternehmen in Bayern, das ebenfalls zu den Top 10 der größten europäischen Elektronik-Händler gehört.
- Rund ein Drittel des deutschlandweiten Gesamtumsatzes
- Die KATHREIN SE in Rosenheim ist der älteste und größte Antennenhersteller der Welt; Rhode & Schwarz Marktführer im Bereich Funkanlagen/Messtechnik

Branchen-Trends

- Die UE-Herstellung hat sich in weiten Teilen von Europa nach Asien verlagert, dennoch finden sich in Bayern verschiedene Traditionsunternehmen.
- Der Einzelhandel wird immer stärker durch E-Commerce-Anbieter wie Amazon geprägt. Händler mit vorwiegend stationärem Geschäft erfahren hierdurch wachsenden Wettbewerb. MediaMarktSaturn-Mutter Ceconomy verzeichnete 2018 ein schleppendes Deutschland-Geschäft.

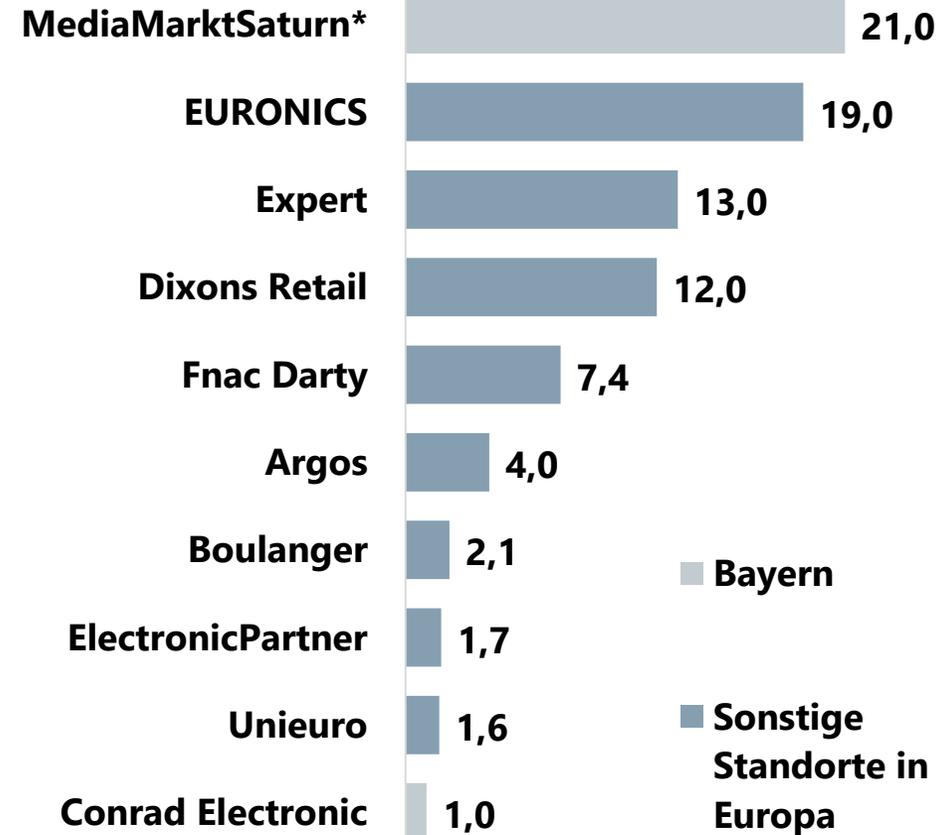
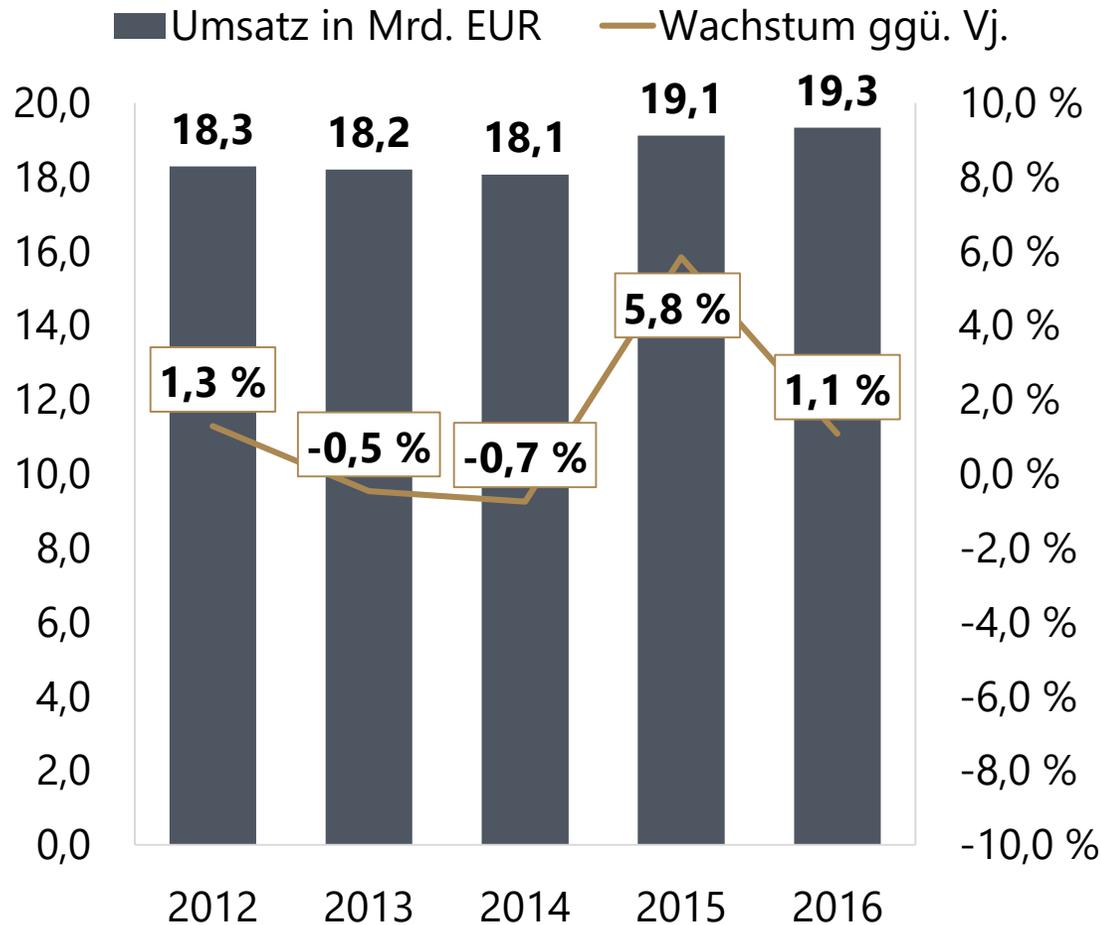
Unterhaltungselektronik ist umsatzseitig der größte Medienmarkt in Bayern.

Markt ist stark geprägt durch die MediaMarktSaturn-Gruppe



Umsatzentwicklung im bayerischen Markt für Unterhaltungselektronik (UE) 2012–2016

Top 10 der Händler für UE in Europa nach Umsatz 2017, in Mrd. EUR



Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Retail Index, Top Consumer Electronics Retailers in Europe, Veraart Research, 2018.

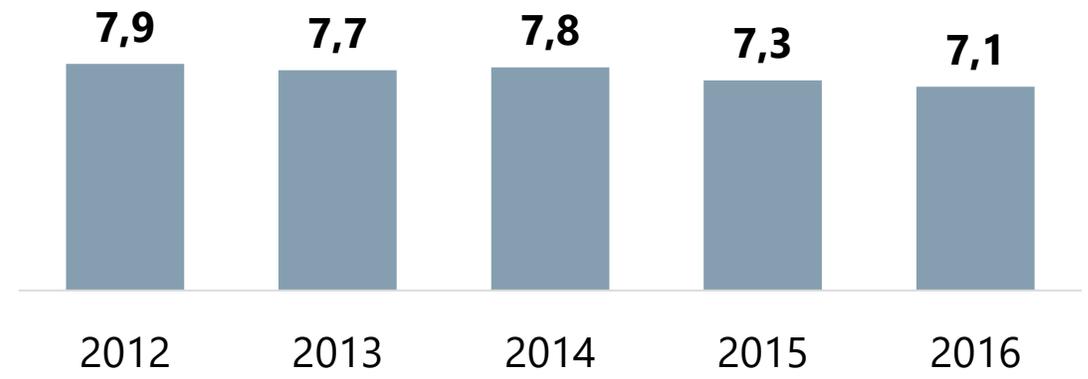
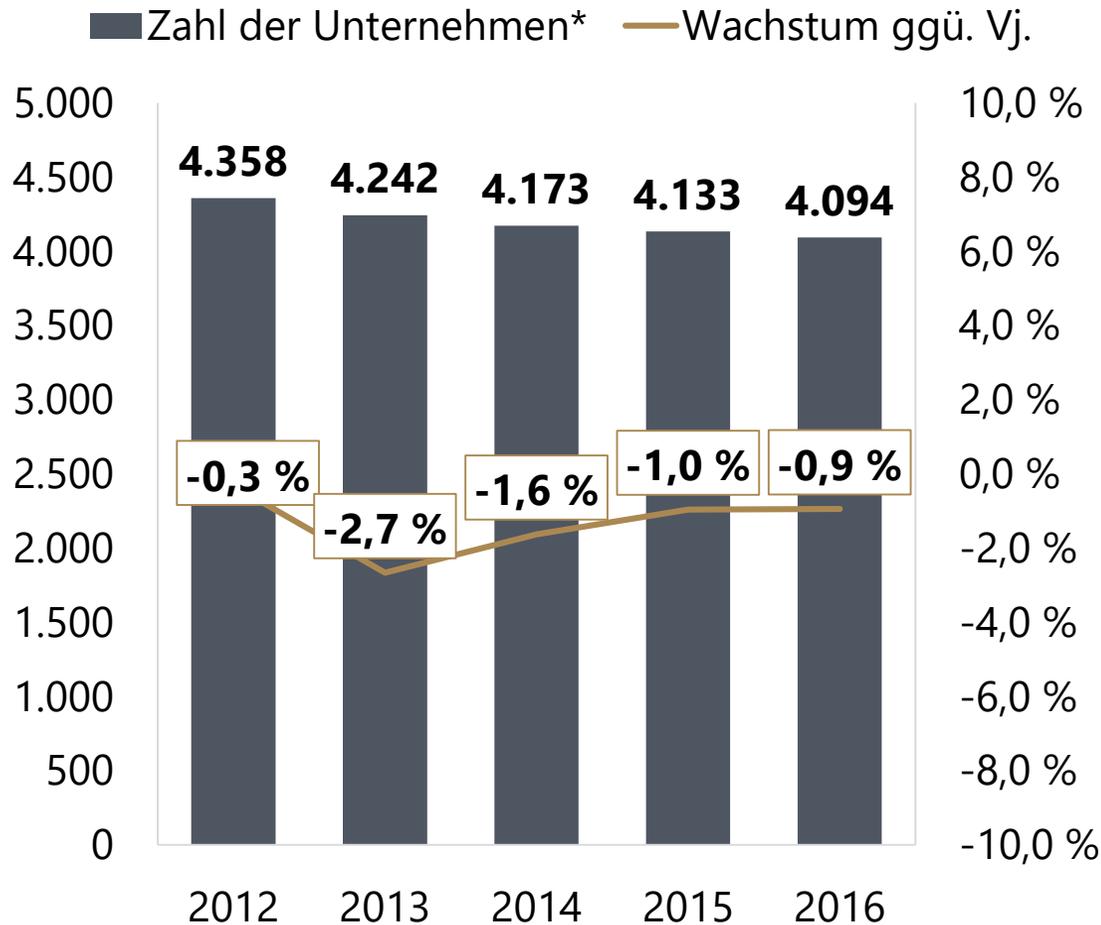
* Die Media-Saturn Holding GmbH trägt seit Feb. 2017 die Eigenbezeichnung MediaMarktSaturn Retail Group und sitzt in Ingolstadt. Die Gruppe gehört mehrheitlich zum Ceconomy-Konzern (ehemals MetroGroup) mit Sitz in Düsseldorf. Der Konzern ist gesellschaftsrechtlich dezentral organisiert und europaweit aktiv, die einzelnen Märkte werden als eigene GmbHs geführt.

Markt für Unterhaltungselektronik in Bayern mit rund 4.000 steuerpflichtigen Unternehmen und Selbstständigen – Zahl trotz Umsatzwachstum rückläufig

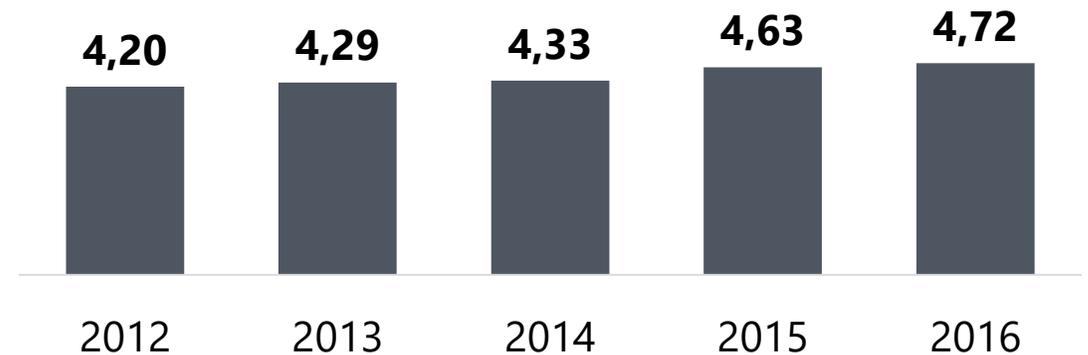


Entwicklung der Steuerpflichtigen (Unternehmen und Selbstständige) im bayerischen UE-Markt 2012–2016

Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen* im bayerischen UE-Markt 2012–2016



Durchschnittlicher Umsatz pro Unternehmen* im bayerischen UE-Markt 2012–2016, in Mio. EUR

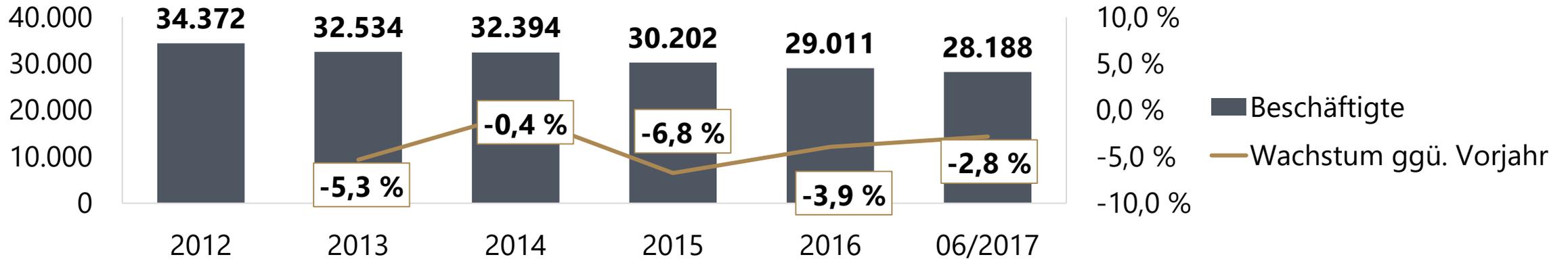


Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Bayerisches Landesamt für Statistik 2018, Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2018, * Steuerpflichtige (Unternehmen und Selbstständige)

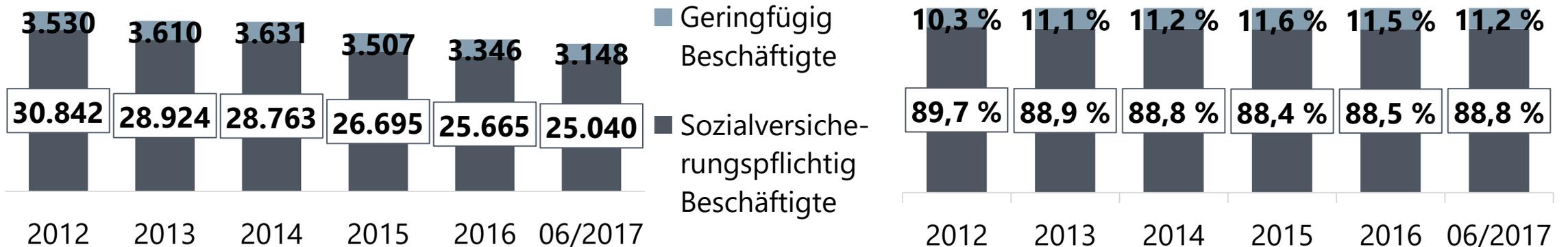
Deutliche Beschäftigungsrückgänge im bayerischen Markt für UE um rd. 18 % 2012–06/2017 – hoher Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter



Beschäftigungsentwicklung im bayerischen Markt für UE 2012–06/2017



Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten und Anteil an der Gesamtbeschäftigung im bayerischen UE-Markt 2012–06/2017



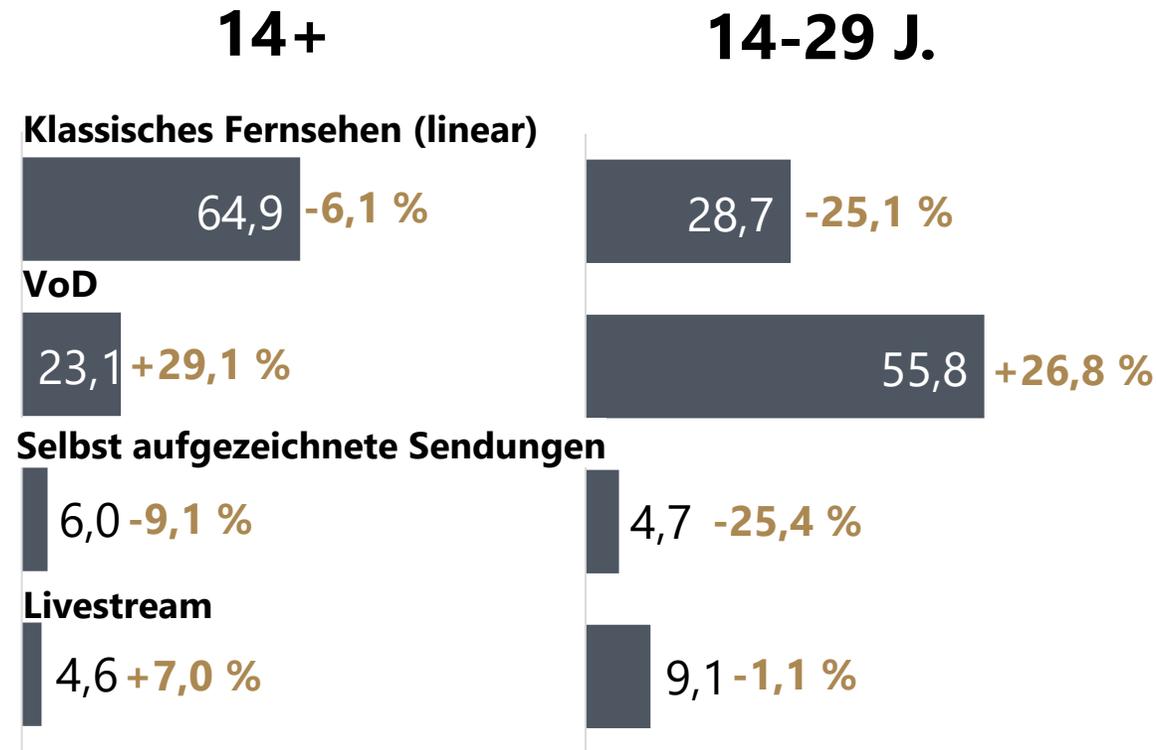
Ausblick: Trendmärkte in Bayern



Nonlinearität der Inheldistribution: Vor allem junge Nutzer sehen und hören immer stärker on Demand. Bayern ist VoD-Hochburg.

Anteil an der Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland 2018 nach Altersgruppen, in Prozent

Highlights: On-Demand-Anbieter in Bayern



■ Veränderung im Vergleich zum Vorjahr (in %)

- In Bayern werden 148 Onlinevideo-Angebote produziert (Stand: 2017) – rund 22 Prozent aller Services in Dtl. (von insg. 677), hinzu kommen viele YouTube-Kanäle.*
- Bayerische Anbieter mit 332 Webradios (Stand: 2017) – rund 14 Prozent aller Angebote in Dt. (insg. rd. 2.400)**
- Die ProSiebenSat.1 Gruppe hat bereits 2006 mit maxdome den ersten reichweitenstarken deutschen SVoD-Dienst gestartet und ist u.a. mit Studio71 im Markt für YouTube/Social Video aktiv.
- Amazon hat den Deutschlandsitz für Digital Entertainment und den Prime Video-Service in München
- Weitere wichtige Player im VoD-Bereich sind Sky (mit Sky Ticket und Sky Go), Discovery (u.a. Eurosport Player) und die Perform Group (DAZN).
- Fusion von maxdome und dem Eurosport Player in einer Plattform „7TV“ angekündigt.

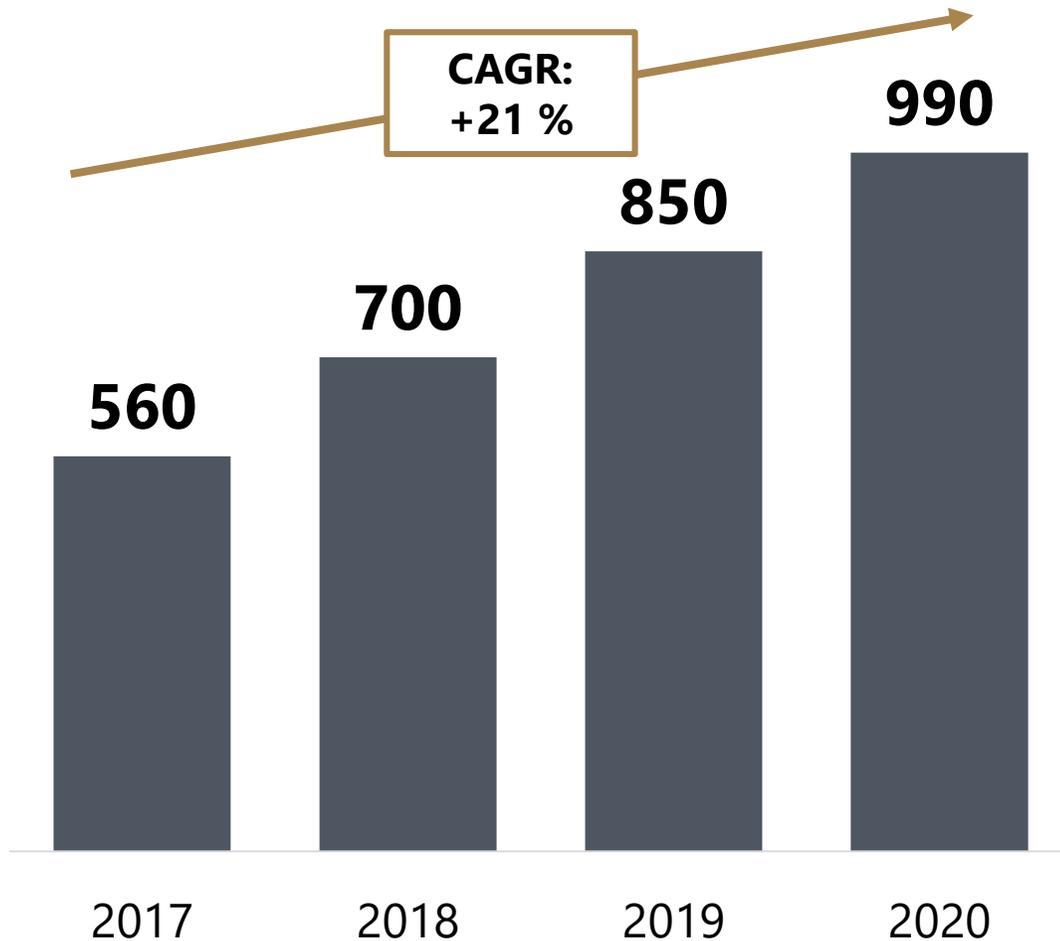
Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Die Medienanstalten – ALM GbR (2017): Digitalisierungsbericht, S. 38, Basis: 69,5 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland,

* BLM/LFK-Web-TV-Monitor 2017, n=677, ohne YouTube-Kanäle, ** Webradiomonitor 2017, n=2.254 Online-Audio-Angebote mit zurechenbarer Postleitzahl, auf n=2.375 gewichtet, zzgl. 24 Angebote mit Sitz im Ausland

Unternehmen setzen zunehmend auf Influencer-Marketing: Bis 2020 ist von einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von rund 21 % auszugehen

Marktgröße und -wachstum für Influencer-Marketing in der DACH-Region 2017-2020, in Mio. EUR (Prognose)

Highlights: Influencer-Marketing in Bayern



- München ist Sitz verschiedener Influencer-Marketing-Agenturen (bspw. addfame oder Limitlessness) und Plattformen (u.a. Reachbird, InfluenceME).
- Die ProSiebenSat.1-Tochter Studio71 stellt sich als Influencer-Netzwerk auf (laut eigenen Angaben mit monatlich > 10 Mrd. Views) und hat mit VERT eine eigene Business Unit für Instagram aufgestellt
- In München findet im April 2019 zum dritten Mal die All Influencer Marketing Conference statt.



All Influencer Marketing Conference

Künstliche Intelligenz am Beispiel Sprachsteuerung: Personal Voice Assistants (PVA) als neue Interaktions- und Distributionsplattformen für Medienanbieter

Bedeutung von PVA für Medienanbieter 2018

- Die bekanntesten PVA sind 2018 Alexa von Amazon, Siri von Apple, Google Home sowie Cortana von Microsoft.
- Anzahl Alexa-Skills im September 2018: >50.000
- Zwischen Anfang 2018 und September 2018 hat sich die Zahl der Marken, die Alexa nutzen, von 1.200 auf 3.500 verdreifacht. Die Zahl der steuerbaren Geräte stieg von 4.000 auf 20.000.
- Vorteile: PVA sind barrierefrei, günstig und intuitiv steuerbar.
- Chance für die Medien liegt in der Erschließung von PVA als „Lead-up-Channels“ – bspw. um älteren Kohorten die Mediennutzung zu erleichtern.
- Weiterleitung von Nutzern zu eigentlichen Inhalten bzw. Zweitverwertung in Sprachform

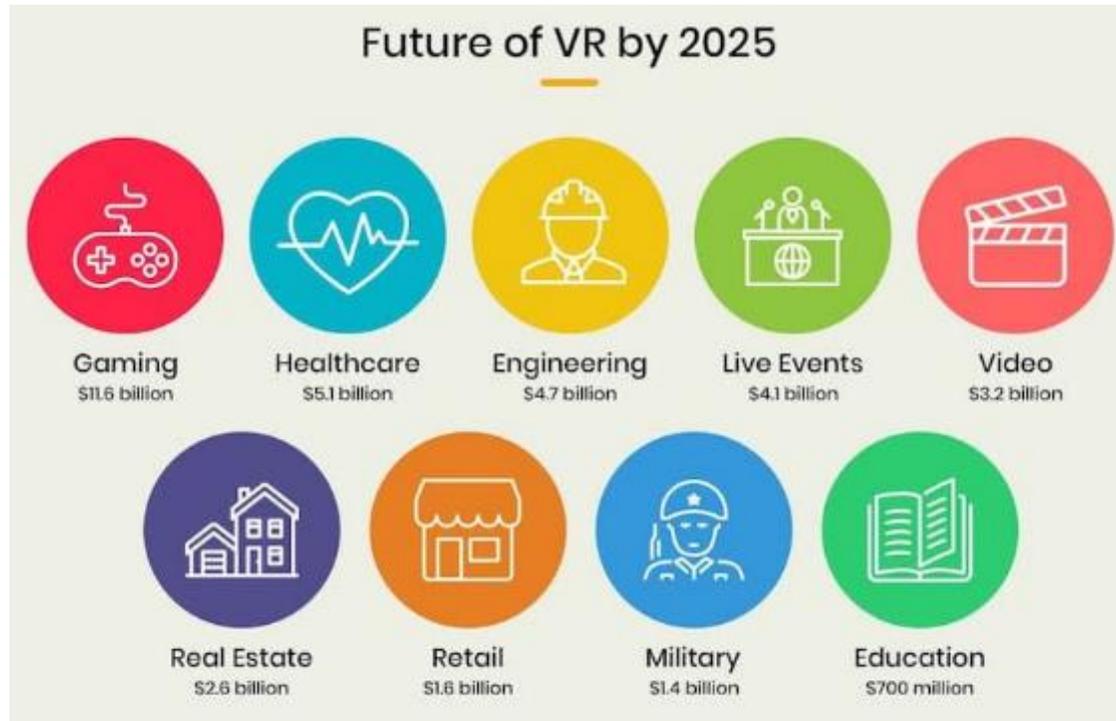


Auswahl Alexa-Skills von Medienanbietern aus Bayern 2018

A screenshot of the Alexa Skills interface. It displays four skills from media providers in Bavaria. Each skill is represented by a circular icon, a name, and a provider name, followed by two example voice commands in German. 1. BR24 Bayern (Bayerischer Rundfunk) with commands: "Alexa, Was ist meine tägliche Zusammenfassung?" and "Alexa, Was sind die Nachrichten?". 2. Affenbeste Freunde (ANTENNE BAYERN GmbH & Co. KG) with commands: "Alexa, öffne Affenbeste Freunde." and "Alexa, starte Affenbeste Freunde.". 3. SZ.de Sport (Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH) with commands: "Alexa, Was ist meine tägliche Zusammenfassung?" and "Alexa, Was sind die Nachrichten?". 4. Media Lab Bayern - Medientrend-Adventskalender (Media Lab Bayern) with commands: "Alexa, Was ist meine tägliche Zusammenfassung?" and "Alexa, Was sind die Nachrichten?".

Virtual Reality und Augmented Reality-Anwendungen im Consumer- sowie B2B-Bereich sind vielfältig und versprechen großes Potenzial

VR-Anwendungsfelder und Marktvolumina weltweit 2025, in Mrd. EUR



Highlights: Immersive Media in Bayern

- Ausgewählte Player am Standort Bayern sind u.a. ARRI Media (Postproduktion, 3D Modelling auch im Bereich VR/ 360°), Viond (Schaffung interaktiver 360°-Erlebnisse) oder Brainboost (VR-Anwendungen im Gesundheitswesen/Neurofeedback) und RE'FLEKT (AR/MR-Plattform und Remote-Lösung).
- Im Rahmen der Medientage München findet der Immersive Media Day zum Thema AR, VR und 360° sowie die Immersive Media Area als Expo zum Thema statt.
- 2017 kam mit der Augmented World Expo (AWE) die weltweit größte Konferenz und Ausstellung zum Thema AR/VR nach München.

Ausblick: Durch Nonlinearität, Social Media und Influencer, KI und Immersive Media kommen umfangreiche Veränderungen auf den Medienstandort Bayern zu

Zusammenfassung

On Demand

- Anbieter linearer Dienste rücken „on demand“ in den strategischen Fokus.
- Internationale Anbieter bestimmen den Markt, aber Bayern ist als VoD-Standort stark aufgestellt: Neue Chancen/Auftraggeber für Produktionsunternehmen

Influencer Marketing

- Influencer Marketing gewinnt Werbebudgets – auf Kosten klassischer Medien?
- Chance für neue Player: Plattformen, Agenturen, Netzwerke, Technologieanbieter
- Erforderlich sind neue Kompetenzen im Management von Influencern/Agenturen

KI und PVA

- KI wirkt vielfältig: von der automatisierten Inhalte-Produktion über die programmatische Vermarktung bis hin zu neuen digitalen Distributionskanälen
- Unternehmen brauchen neue Kompetenzen u.a. bei Datenaggregation u. -analyse

Immersive/ VR/AR

- Große Potenziale auch im Zusammenspiel von Medien & „Serious“-Anwendungen
- Hochattraktiver Technologie- und Forschungsstandort – großes Potenzial für Entwicklung und Ansiedlung neuer Talente und Start-ups im Bereich VR/AR

Vielen Dank!

Goldmedia GmbH | info@Goldmedia.de | www.Goldmedia.com | Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin-Mitte | Tel: 004930-246 266-0

Disclaimer

- Alle Inhalte des Dokuments wurden nach bestem Wissen recherchiert und erstellt. Für Irrtümer und Druckfehler kann der Herausgeber jedoch keine Verantwortung übernehmen.
- Der Herausgeber übernimmt keinerlei Verantwortung oder Haftung für Handlungen, Aktivitäten oder Unterlassungen, die auf Grundlage der Inhalte und Empfehlungen dieser Studie erfolgen.
- Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Marken, Warenbezeichnungen etc. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.
- Alle hier genannten und ggf. durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Kennzeichenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer.
- *Hinweis zur Geschlechtsneutralität:* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Studie auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für alle Geschlechter. Dies impliziert keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts, sondern soll im Sinne der sprachlichen Vereinfachung als geschlechtsneutral zu verstehen sein.

Medienstandort Bayern 2019: Marktabgrenzung und Methodik

Methodik: Für die Standortstudie Medienstandort Bayern wurden statistische Kennzahlen für alle relevanten Branchen der bayerischen Medienindustrie erfasst

Methodik Medienstandort Bayern 2019: Datenbasis

- Goldmedia wurde im August 2018 durch das MedienNetzwerk Bayern mit der Branchenanalyse zum Medienstandort Bayern beauftragt. Die Analyse und Erstellung des Endberichts fand zw. September u. November 2018 statt.
- Die vorliegende Untersuchung basiert auf einer umfassenden Sekundärdatenanalyse verschiedener Quellen:
 - Basis bilden Daten des Statistischen Bundesamtes (bundesweite Zahlen zu Umsatz u. Zahl der Steuerpflichtigen), des Landesamtes für Statistik Bayern (Bayern-Zahlen zu Umsatz und Zahl der Steuerpflichtigen) sowie der Bundesagentur für Arbeit (Zahl der sozialversicherungspflichtig u. geringfügig Beschäftigten in Bayern u. bundesweit)
 - Verwendet wurden die im November 2018 aktuellsten verfügbaren Daten, dies waren – so nicht anders angegeben – mit Stichtag Dezember 2016 die Zahl der Umsätze u. der Steuerpflichtigen u. Stichtag Juni 2017 die Zahl der Beschäftigten.
 - Die Zahlen zur Statistik wurden ergänzt und abgeglichen mit Daten aus Goldmedia-eigenen Primärstudien, insb. zur Wirtschaftlichen Lage des Rundfunks im Auftrag der Medienanstalten, dem Web-TV-Monitor im Auftrag von BLM und LFK sowie dem Webradiomonitor im Auftrag von BLM, BVDW und VAUNET. Außerdem wurden öffentliche Unternehmens- und Branchendaten herangezogen (Vereinigung der bayerischen Wirtschaft e.V. (vbw) – insb. bei der Stärken-Schwächen-Analyse, des Börsenvereins des deutschen Buchhandels und des VAUNET, u.v.m.).
- Die Zahl der Steuerpflichtigen umfasst alle steuerpflichtigen Unternehmen und Selbstständigen, auch wenn in der Studie z.T. die verkürzte Darstellung/Bezeichnung „Unternehmen“ erfolgt.

Methodik Medienstandort Bayern 2019: Marktabgrenzung

Zum Medienmarkt Bayern werden die folgenden Teilmärkte gezählt:

- Medienmarkt im engeren Sinn: Rundfunk (TV und Hörfunk, privater und öffentlich-rechtlicher), Film, Musik, Presse, Buch, Design, Werbung, sowie im weiteren Sinn zusätzlich Telekommunikation sowie Unterhaltungselektronik.
- So nicht anderes genannt umfassen die Aussagen und Zahlen zum Medienstandort Bayern die Medien im weiteren Sinn.
- Die Definition der einzelnen Medienteilmärkte basiert auf der Systematik der Wirtschaftszweige (WZ Klassen) des Statistischen Bundesamt. Die Zuordnung der WZ-Klassen zu den Medienbranchen wird im folgenden Chart dargestellt.
- Nicht jede WZ-Klasse kann eindeutig einer Medien-Teilbranche zugeordnet werden, so kann bspw. die WZ-Klasse 18.13 Drucken und Medienvorstufe sowohl dem Presse- als auch dem Buchmarkt zugeordnet werden; die WZ-Klasse 18.2 Vervielfältigung von Bild- und Tonträgern sowohl dem Film- als auch dem Musikmarkt.
- Da innerhalb dieser Klassen keine Angaben zu einer weiteren Unterteilung vorlagen, wurden sie den verschiedenen relevanten Teilmärkten bei der Auswertung jeweils voll zugerechnet (je maximal zwei).
- Die so entstanden Doppelzählungen wurden bei der Darstellung der Gesamtmarktzahlen zum Medienstandort Bayern (sowie auch entsprechend auf Bundesebene) jeweils wieder herausgerechnet, so dass hier jede WZ-Klasse nur genau einmal eingerechnet wurde.

Marktabgrenzung: Für die Analyse des Medienmarkts Bayern wurden insgesamt 61 Wirtschaftszweige (WZ-Klassen) erfasst und in 10 Teilbranchen geclustert*

Übersicht: Wirtschaftszweige im Medienmarkt (Statistisches Bundesamt) und Zuordnung zu Medienteilmärkten in Bayern*

Musikwirtschaft	
18.2	Vervielfältigung Ton-, Bild- und Datenträger
32.20	Herstellung von Musikinstrumenten
47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
59.20.1	Tonstudios etc.
59.20.2	Tonträgerverlage
59.20.3	Musikverlage
90.01.2	Musik-/Tanzensembles
90.02	Dienstleistung für darstellende Kunst
90.03.1	Selbstständige Musiker/-innen etc.
90.04.1	Theater-/Konzertveranstalter
90.04.2	Private Theaterhäuser, Konzerthäuser etc.
Rundfunkwirtschaft	
60.10	Hörfunkveranstalter
60.20	Fernsehveranstalter
90.03.5	Journalisten, Pressefotografen
	Öffentlich rechtlicher Rundfunk
Filmwirtschaft	
18.2	Vervielfältigung Ton-, Bild- und Datenträger
47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
59.11	Film-/TV-Produktion
59.12	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik
59.13	Filmverleih und -vertrieb
59.14	Kinos
77.22	Videotheken
90.01.4	Bühnen-, Film-,TV-Künstler/-innen

Buchmarkt	
18.12	Drucken a. n. g.
18.13	Druck- und Mediovorstufe
18.14	Binden von Druckerzeugnissen
47.61	Einzelhandel mit Büchern
47.79.2	Antiquariate
58.11	Buchverlage
74.30.1	Übersetzer/-innen
90.03.2	Schriftsteller/-innen
Designwirtschaft	
32.12	Herstellung Schmuck
71.11.2	Büros für Innenarchitektur
73.11	Werbeagenturen-/gestaltung
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung
74.20.1	Selbstständige Fotografen/-innen
Werbemarkt	
73.11	Werbeagenturen-/gestaltung
73.12	Vermarktung/Vermittlung Werbezeiten
Software/Games	
58.21	Verlegen von Computerspielen
58.29	Verlegen von sonstiger Software
62.01.1	Programmierung von Internetpräsentationen
62.01.9	Sonstige Softwareentwicklung
63.12	Webportale

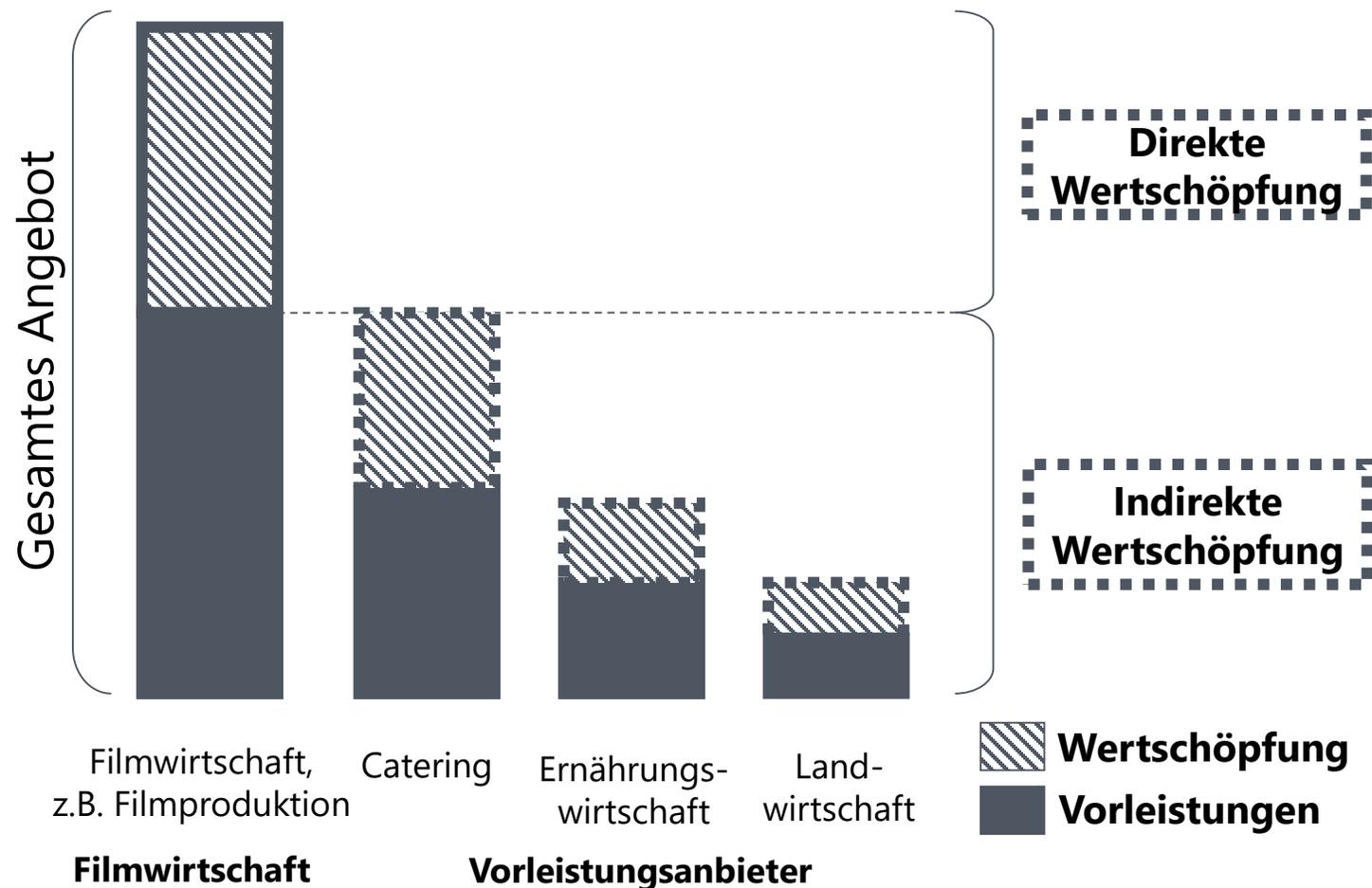
Pressemarkt	
18.11	Drucken von Zeitungen
18.12	Drucken a. n. g.
18.13	Druck- und Mediovorstufe
18.14	Binden von Druckerzeugnissen
47.62	Einzelhandel Zeitschriften/Zeitungen
58.12	Verlegen von Adressbüchern
58.13	Verlegen von Zeitungen
58.14	Verlegen von Zeitschriften
58.19	Sonstiges Verlagswesen
63.91	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
90.03.5	Journalisten, Pressefotografen
Unterhaltungselektronik	
26.3	Herstellung Telekommunikationstechnik
26.4	Herstellung Unterhaltungselektronik
26.7	Herstellung optische/fotografische Geräte
47.41	Einzelhandel Datenverarbeitungsgeräte, Software
47.43	Einzelhandel Unterhaltungselektronik
95.21	Reparatur Unterhaltungselektronik
Telekommunikation	
61.10	Leitungsgebundene Telekommunikation
61.20	Drahtlose Telekommunikation
61.30	Satellitentelekommunikation
61.90.1	Internetserviceprovider
61.90.9	Sonstige Telekommunikation a. n. g.
63.11.0	Datenverarbeitung, Hosting

Quellen: Medienstandort Bayern 2019, Statistisches Bundesamt

* Die farbig markierten WZ-Klassen wurden jeweils mehreren Medienbranchen zugeordnet (bspw. Gold = Drucken in Buch und Presse usw.) Die Daten flossen jew. in die Auswertung beider Teilmärkte vollständig mit ein. Bei der Darstellung von Gesamtangaben zum Medienstandort Bayern wurden diese Dopplungen jedoch jeweils wieder herausgerechnet.

Systematik direkter u. indirekter Effekte am Beispiel Filmwirtschaft: Kernaktivitäten sind durch Vorleistungsbeziehungen mit der übrigen Volkswirtschaft verbunden

Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte am Beispiel der Filmwirtschaft



- In diesem Beispiel fragt die Filmproduktion Dienstleistungen des Event-Caterings nach. Diese wiederum bezieht Vorleistungen von der Ernährungswirtschaft, welche selbst von der Landwirtschaft beliefert wird.
- Das Ausmaß der Verflechtungen der Filmwirtschaft mit der übrigen Volkswirtschaft hängt also von ihrer eigenen Vorleistungsnachfrage sowie auf vorgelagerter Stufe von der Vorleistungsnachfrage der Vorleister ab.
- Zu den direkten Effekten durch die Kernaktivitäten addieren sich die indirekten Effekte, die sich aus der Nachfrage nach Vorleistungsgütern und -dienstleistungen ergeben.