

Berlin: Potentiale einer neuen wirtschaftlichen Dynamik

Kurt Geppert
kgeppert@diw.de

Martin Gornig
mgornig@diw.de

Berlin ist in den vergangenen zehn Jahren mit seiner wirtschaftlichen Entwicklung weit hinter anderen deutschen und auch europäischen Metropolen zurückgeblieben. Allein von 1998 bis 2004 hat die Stadt 8 % ihrer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse verloren. In München und Frankfurt am Main dagegen nahm die Beschäftigung um 5 % bzw. 3 % zu.

Mittlerweile gibt es aber in Teilen der Berliner Wirtschaft eine kräftige Dynamik. Bei überregional gehandelten Dienstleistungen, die für die Wirtschaft von Großstädten von besonderer Bedeutung sind, hat sich die Hauptstadt zu einem wichtigen Standort entwickelt. Dies gilt nicht nur für den Mediensektor, sondern auch für unternehmensbezogene Dienste wie Forschung, Softwareentwicklung und Werbung. Auch Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Tourismus expandieren stark. Dabei hat sich der Rückstand Berlins bei der Beschäftigungsentwicklung gegenüber anderen deutschen Dienstleistungsmetropolen von 3,2 Prozentpunkten 1998 auf nur noch 0,2 Prozentpunkte im vergangenen Jahr verringert – allerdings bei allgemein deutlichem Rückgang der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung in Deutschland.

Als Folge der jahrzehntelangen weitgehenden Isolation von europäischen und globalen Märkten ist Berlin als Standort überregional operierender Unternehmen nicht zur Entfaltung gekommen. Dadurch bedingte strukturelle Defizite können nur in einem langwierigen Aufholprozess behoben werden. Dabei trifft Berlin auf ein gewachsenes Standortmuster von deutschen und europäischen Metropolen, die sich in den vergangenen Jahrzehnten alle mehr oder weniger wirtschaftlich spezialisiert haben. Von zentraler Bedeutung für die künftige Entwicklung Berlins wird sein, welche Wachstumsperspektiven große Städte und Ballungsräume generell im Vergleich zu weniger verdichteten Regionen haben und in welchem Maße es Berlin im Wettbewerb der großen Städte gelingt, eigene Stärken und Spezialisierungen in wachstumsintensiven Feldern zu entwickeln. Diese beiden Fragen werden im Folgenden näher behandelt.

Große Ballungsräume festigen ihren Produktivitätsvorsprung

Die Regionalentwicklung in der Europäischen Union vor der Osterweiterung (EU-15) war von 1980 bis 2000 durch zwei gegenläufige Tendenzen geprägt: wirtschaftliche Konvergenz auf der einen und weitere räumliche Konzentration ökonomischer Aktivitäten auf der anderen Seite. Insgesamt betrachtet sind die Produktivitäts- und Einkommensdisparitäten zwischen den Regionen der EU-15 deutlich geringer geworden; die ärmsten Gebiete haben im Allgemeinen aufgeholt, während viele der relativ reichen Regionen nur unterdurchschnittlich ge-

72. Jahrgang/2. November 2005

Inhalt

Berlin: Potentiale einer neuen wirtschaftlichen Dynamik

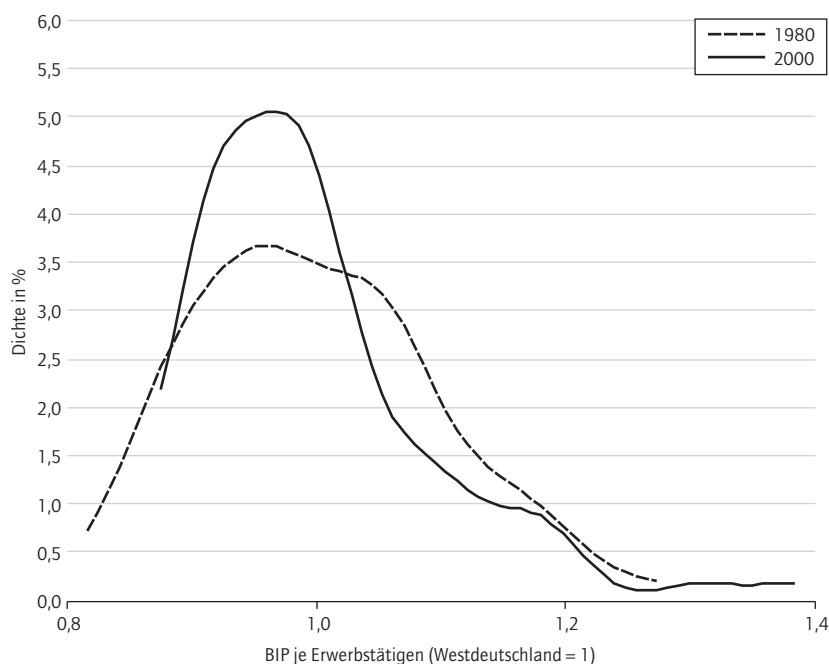
Seite 657

Kreativbranchen in Berlin

Seite 665

Abbildung 1

Regionale Verteilung der Produktivität¹ in Westdeutschland 1980 und 2000



¹ Kerndichteschätzung anhand eines Gauß'schen Kerns und „optimaler“ Bandbreite nach J. Fox: Describing Univariate Distributions. In: J. Fox und J.S. Long (Hrsg.):

Modern Methods of Data Analysis. Newbury Park 1990.

Zur Erläuterung: Der Wert 1 auf der X-Achse markiert das durchschnittliche Niveau des Bruttoinlandsprodukts je Erwerbstätigen in Westdeutschland 1980 bzw. 2000. Die meisten Regionen liegen mit ihrem Produktivitätsniveau um diesen Durchschnitt herum; deshalb sind die Dichtefunktionen dort am höchsten. Ein Wert von z. B.

1,2 bedeutet eine um 20 % über dem Durchschnitt liegende Produktivität. Nur wenige Regionen erreichen ein solches Niveau, so dass die Dichtewerte niedrig sind. Die Schätzung bezieht sich auf 71 westdeutsche Raumordnungs- bzw. Analyseeregionen.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Statistische Ämter der Länder; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

wachsen sind. Entgegen dieser generellen Entwicklung hat sich aber eine kleine Gruppe von besonders leistungsstarken Ballungsräumen herausgebildet, die sich noch weiter von der großen Masse abgesetzt hat.¹

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch für Westdeutschland. In Abbildung 1 sind Dichtefunktionen zur regionalen Produktivität (Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätigen) in den Jahren 1980 und 2000 dargestellt. Sie bringen zum Ausdruck, wie sich die Regionen auf die verschiedenen Produktivitätsniveaus (normiert auf den westdeutschen Durchschnitt) verteilen.² Die Zahl besonders leistungsschwacher Regionen (linkes Ende der Dichtefunktionen) ist in diesem Zeitraum erheblich zurückgegangen.³ Gleichzeitig hat oberhalb des Durchschnitts (in der Abbildung rechts vom Produktivitätsniveau 1) die Dichte abgenommen. Insgesamt betrachtet ist die Verteilung damit deutlich stärker auf die Mitte konzentriert als zu Beginn der 80er Jahre, die regionalen Produktivitäten haben also konvergiert. Gleich-

zeitig deutet aber die Verlängerung des rechten Teils der Dichtefunktion für das Jahr 2000 darauf hin, dass es auch eine entgegengesetzte Bewegung gibt: Polarisierung. Die Spitzenreiter in der Produktivitätshierarchie haben ihren Vorsprung noch vergrößert.

Eine genauere Betrachtung zeigt, dass die Spitzengruppe der regionalen Produktivitätsverteilung fast ausschließlich von großen Ballungsräumen gebildet wird. Die sieben leistungsstärksten Regionen waren im Jahre 2000 München, das Rhein-Main-Gebiet sowie die Regionen Hamburg, Düsseldorf, Stuttgart, Darmstadt⁴ und Köln. Diese Regionen standen bereits 1980 an der Spitze der Rangliste, und die meisten von ihnen wiesen im Zeitraum 1980 bis 2000 deutlich überdurchschnittliche Produktivitätssteigerungen auf. Besonders dynamisch haben sich München, das Rhein-Main-Gebiet und Hamburg entwickelt.

Überregionale Dienstleistungen Motoren städtischen Wachstums

Die Tatsache, dass es sich bei den wachstumsstärksten Regionen gleichzeitig um die führenden westdeutschen Dienstleistungszentren handelt, lässt darauf schließen, dass zwischen der räumlichen Konzentration von überregional agierenden Dienstleistungsunternehmen und der wirtschaftlichen Dynamik der betreffenden Regionen ein enger Zusammenhang besteht. Offenbar sind Dienstleistungen die Motoren großstädtischen Wachstums.⁵

Diese Hypothese wird auch gestützt durch eine Analyse der Beschäftigungsentwicklung in den großen dienstleistungsorientierten deutschen Ballungsräumen.⁶ Von 1998 bis 2004 hat die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten dort um 1,5 % zugenommen, während sie in den übrigen Regionen Deutschlands um rund 3,5 % zurückgegangen ist (Abbildung 2). Relativ günstig haben

¹ Vgl. P. Cheshire und S. Magrini: Endogenous Processes in European Regional Growth: Convergence and Policy. In: Growth and Change, 31, 2000, S. 455–479.

² Nichtparametrisch geschätzte Dichtefunktionen können vereinfacht auch als geglättete Histogramme interpretiert werden. Letztere stellen Häufigkeitsverteilungen in Form von Säulen dar.

³ Die Analyse bezieht sich auf die vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung entwickelte und verwendete Regionalabgrenzung der Raumordnungsregionen. Im Falle der Stadtstaaten Hamburg und Bremen werden die angrenzenden Raumordnungsregionen mit der Kernstadt zu jeweils einer Analyseregion zusammengefasst. Insgesamt ergeben sich so 71 westdeutsche Beobachtungseinheiten.

⁴ Der offizielle Name dieser Raumordnungsregion ist Starkenburg. Dazu gehört der gesamte südlich des Rhein-Main-Gebietes gelegene Teil Hessens.

⁵ Vgl. K. Geppert, M. Gornig und A. Werwatz: Economic Growth of Agglomerations and Geographic Concentration of Industries – Evidence for Germany. DIW Discussion Papers, No. 513. Berlin 2005.

⁶ Stadtregionen, deren Kernstädte mehr als 500 000 Einwohner haben und einen Anteil überregionaler Dienstleistungen an der Gesamtbeschäftigung von mehr als 20 % aufweisen.

sich die Kernstädte der Ballungsräume, die hier als Dienstleistungsmetropolen bezeichnet werden, entwickelt. Dies war besonders ausgeprägt in den Jahren 1999 bis 2001.⁷ Offenbar haben die großen Städte von dem damaligen konjunkturellen Aufschwung und dem Boom der „New Economy“ besonders profitiert. Danach ist es aber keineswegs zu einer Trendwende gekommen. Von 2002 bis 2004 ging die Beschäftigung in den hier betrachteten Ballungsräumen und ihren Kernstädten nicht stärker zurück als in den übrigen Regionen Deutschlands.

Eine nach Branchen differenzierte Analyse macht deutlich, in welchem Maße die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland von überregional gehandelten Dienstleistungen⁸ geprägt wird. In diesem Bereich expandierte die Beschäftigung von 1998 bis 2004 um mehr als 11 %, während sie in der Wirtschaft insgesamt um 2,5 % schrumpfte. Im Verlauf dieses Prozesses hat sich die Dienstleistungsproduktion weiter auf die ohnehin führenden Standorte konzentriert. In den deutschen Dienstleistungsmetropolen war der Anteil überregionaler Dienste an der Gesamtbeschäftigung im Jahre 2004 mit 27 % fast dreimal so hoch wie in den übrigen Regionen des Landes (Tabelle). Besonders ausgeprägt ist diese Differenz bei den unternehmensbezogenen Diensten (Finanz- und Beratungsdienste). Überregional gehandelte Haushaltsdienste (Medien, Tourismus) haben in den Metropolen aber ebenfalls relativ hohe Beschäftigtenanteile, auch wenn der Abstand zu den übrigen Regionen in den letzten Jahren nicht mehr größer geworden ist.

Die großen Städte bieten mit ihren vielfältigen Kontakt- und Austauschmöglichkeiten offenbar besonders günstige Bedingungen für wissensintensive Beratungsaktivitäten und für die mediale Aufbereitung von Informationen und Inhalten. An den Vorteilen der räumlichen Ballung scheinen die großen Fortschritte in der Informations- und Kommunikationstechnologie, vor allem die inzwischen weit verbreitete Nutzung des Internets, nichts geändert zu haben. Neben ihrer Funktion als Standorte wissens- und kontaktorientierter Unternehmen sind Städte aber auch selbst Produkte, die sich überregional vermarkten lassen. Der Städtetourismus ist in den vergangenen Jahrzehnten sehr stark gewachsen. Er hat sich mittlerweile zu einem bedeutenden Pfeiler großstädtischer Wirtschaft entwickelt.

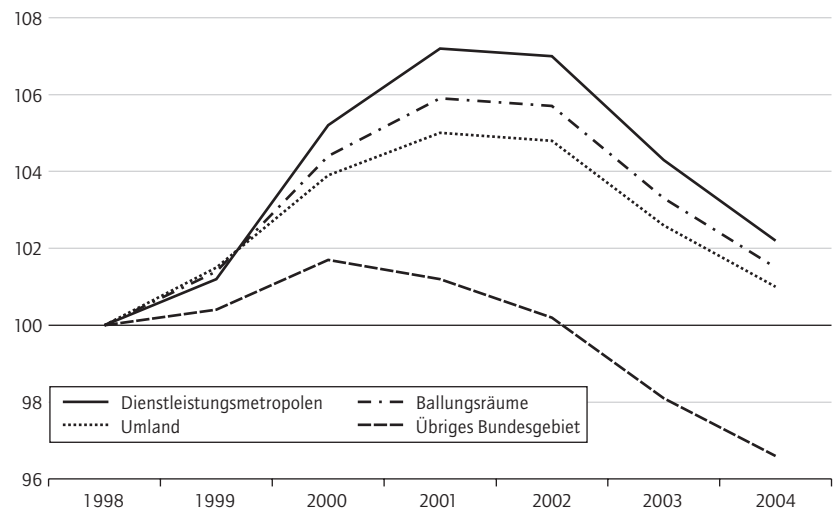
Wachstumsdifferenzen zwischen den Dienstleistungsmetropolen

Die neue Entwicklungsdynamik in den großen Städten ist für alle deutschen Dienstleistungsmetropolen zu beobachten (Abbildung 3). Besonders

Abbildung 2

Beschäftigungsentwicklung¹ in dienstleistungsorientierten deutschen Ballungsräumen² 1998 bis 2004

1998 = 100



¹ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, d. h. ohne Beamte, geringfügig Beschäftigte und Selbständige.

² Stadtregionen, deren Kernstädte mehr als 500 000 Einwohner haben und einen Anteil überregionaler Dienstleistungen an der Gesamtbeschäftigung von mehr als 20 % aufweisen. Zu den überregionalen Dienstleistungen gehören Finanzdienste, Beratungsdienste, Medien und touristische Dienste (vgl. auch Tabelle). Einbe-

zogen sind die Ballungsräume Hamburg, München, Frankfurt am Main, Köln, Düsseldorf und Stuttgart. Die Kernstädte dieser Ballungsräume werden hier als Dienstleistungsmetropolen bezeichnet. Die Region Hannover ist nicht berücksichtigt, weil hier die Daten ab 2002 keine Differenzierung zwischen Kernstadt und Umland zulassen.

Quellen: Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

erfolgreich war von 1998 bis 2004 München. Die Stadt hatte mit einem Beschäftigungszuwachs von fast 5 % die mit Abstand höchste Entwicklungsdynamik, gefolgt von Frankfurt am Main mit einem Beschäftigungswachstum von knapp 3 %. Köln und Stuttgart kamen auf Zuwächse der Gesamtbeschäftigung von rund 2 %. Weniger erfolgreich waren Hamburg und Düsseldorf. Bei einer nahezu stabilen Beschäftigung schnitten aber auch sie deutlich besser ab als die Regionen im übrigen Bundesgebiet (im Durchschnitt –2,8 %).

Berlin, die mit Abstand größte Stadt Deutschlands, konnte hingegen mit der Entwicklungsdynamik in den Dienstleistungsmetropolen bisher nicht mithalten. Im Gegenteil: In Berlin ging die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten massiv zurück. Im Jahre 2004 war sie um 8 % niedriger als 1998.

⁷ Vgl. K. Geppert und M. Gornig: Renaissance der großen Städte – und die Chancen Berlins. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 26/2003.

⁸ Finanzdienste, Rechts- und Wirtschaftsberatung, Architektur- und Ingenieurbüros, Forschung und Entwicklung, Softwarehäuser und Datenverarbeitung, Werbung, Verlage, Film, Hörfunk und Fernsehen, Hotels, Pensionen und Gaststätten, Catering.

Tabelle

Beschäftigungsanteile¹ überregional orientierter Dienstleistungen im Jahre 2004 und Entwicklung 1998 bis 2004

Anteile und Veränderungen in %

	Anteile an allen Beschäftigten			Beschäftigungsentwicklung		
	2004			1998 bis 2004		
	Dienstleistungs-metropolen ²	Berlin	Übriges Bundesgebiet	Dienstleistungs-metropolen ²	Berlin	Übriges Bundesgebiet
Unternehmensbezogene Dienste	21,2	12,8	8,6	17,8	12,1	11,3
Kredit-/Versicherungsgewerbe	9,6	3,4	3,1	4,1	-17,7	-3,5
Kreditgewerbe	5,7	2,2	2,3	3,6	-19,3	-6,7
Versicherungsgewerbe	3,9	1,2	0,8	4,9	-14,5	7,0
Wirtschaftsberatung	5,6	4,3	2,4	45,7	51,0	23,8
Architektur-/Ingenieurbüros	1,4	1,6	1,2	3,3	-27,5	-3,2
Forschung und Entwicklung	0,9	1,2	0,5	-11,2	19,1	13,3
Softwarehäuser etc.	2,6	1,8	1,2	57,5	91,9	62,5
Werbung	1,1	0,6	0,3	19,3	65,7	29,0
Haushaltsbezogene Dienste	5,8	5,7	3,2	5,5	25,3	6,8
Medien	2,7	1,8	0,7	1,2	23,8	4,2
Verlagsgewerbe	1,3	0,7	0,4	-9,0	-2,8	-7,1
Film, Hörfunk, Fernsehen	1,4	1,2	0,2	13,2	46,4	33,2
Tourismus	3,1	3,9	2,5	9,5	25,9	7,6
Hotels, Gasthöfe, Pensionen	0,8	1,1	0,8	4,6	39,1	2,5
Restaurants, Cafés	1,8	2,3	1,4	5,9	16,6	6,2
Catering	0,5	0,5	0,3	35,8	47,9	34,7
Summe überregionaler Dienste	27,0	18,6	11,8	14,9	15,8	10,1
Gesamtwirtschaft	100,0	100,0	100,0	2,2	-8,0	-2,8

1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, d. h. ohne Beamte, geringfügig Beschäftigte und Selbständige.

2 Städte mit mehr als 500 000 Einwohnern und einem Anteil überregionaler Dienstleistungen an der Gesamtbeschäftigung von mehr als 20 %.

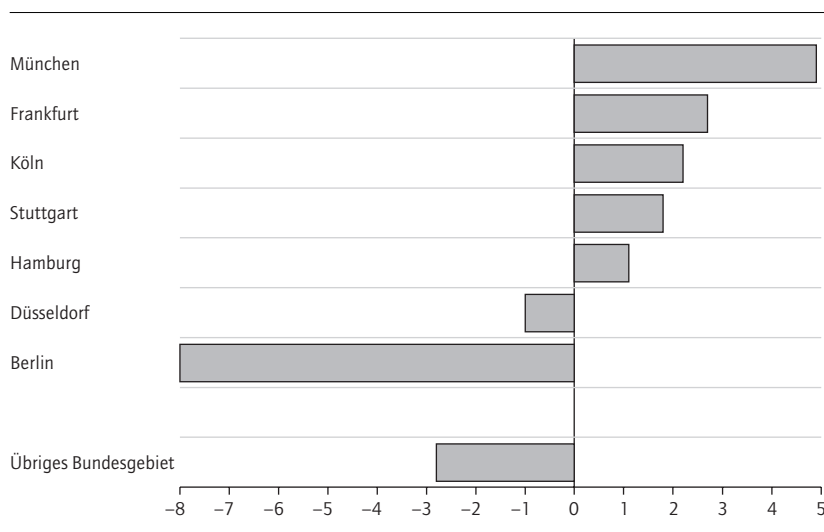
Quellen: Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Abbildung 3

Beschäftigung¹ in den deutschen Dienstleistungsmetropolen² und in Berlin

Veränderung 1998 bis 2004 in %



1 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, d. h. ohne Beamte, geringfügig Beschäftigte und Selbständige.

2 Städte mit mehr als 500 000 Einwohnern und einem Anteil überregionaler Dienstleistungen an der Gesamtbeschäftigung von mehr als 20 %.

Quellen: Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Im Bereich überregionaler Dienstleistungen hat Berlin allerdings mittlerweile eine ähnlich hohe Entwicklungsdynamik erreicht wie die deutschen Dienstleistungsmetropolen (Tabelle).⁹ Der Beschäftigungszuwachs von 1998 bis 2004 lag dort bei 15 %, in Berlin bei 16 %. Die Bedeutung überregionaler Dienstleistungen insgesamt ist in Berlin immer noch erheblich geringer als in den Dienstleistungsmetropolen. Während dort im Jahre 2004 rund 27 % der Beschäftigten in Unternehmen der überregionalen Dienstleistungen arbeiteten, waren es in Berlin nur knapp 19 %. Mit diesem Wert weist die Hauptstadt aber im Vergleich zum übrigen Bundesgebiet (rund 12 %) schon eine gewisse Spezialisierung auf überregionale Dienstleistungen auf.

Aufholprozess Berlins gewinnt an Breite

Für die Einordnung der Entwicklung Berlins greift eine Betrachtung der überregionalen Dienstleistungen insgesamt aber zu kurz. Der durchschnittliche

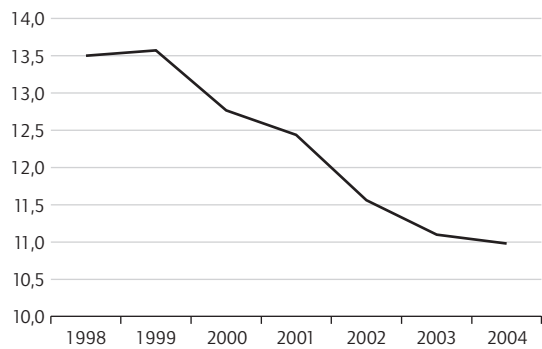
⁹ Vgl. auch K. Geppert und M. Gornig, a. a. O.

Abbildung 4

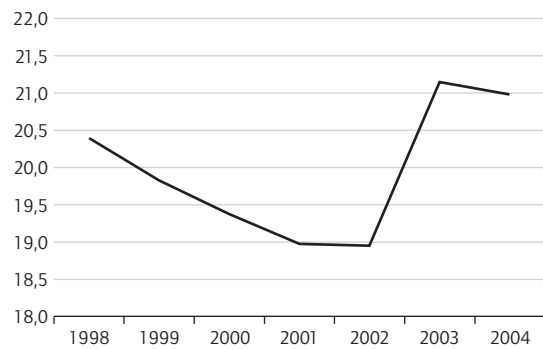
Anteile Berlins an der Beschäftigung in den deutschen Dienstleistungsmetropolen bei ausgewählten überregionalen Dienstleistungen 1998 bis 2004

In %

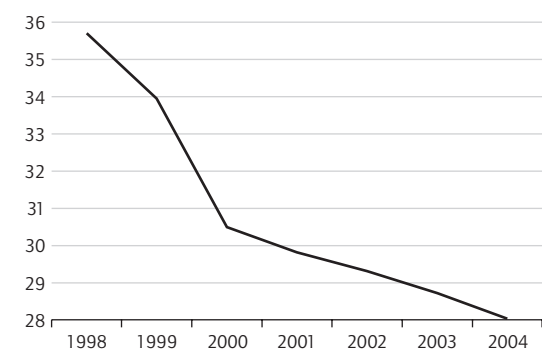
Kredit-/Versicherungsgewerbe



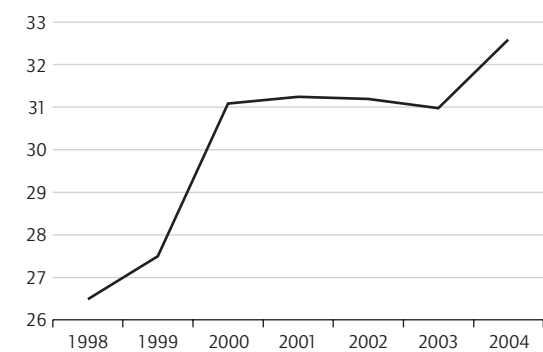
Wirtschaftsberatung



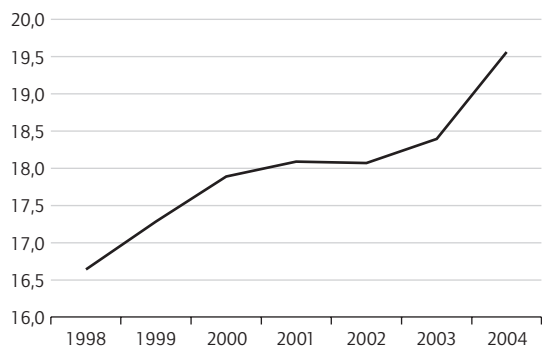
Architektur-/Ingenieurbüros



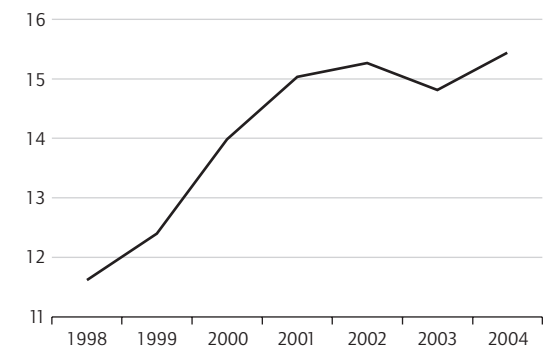
Forschung und Entwicklung



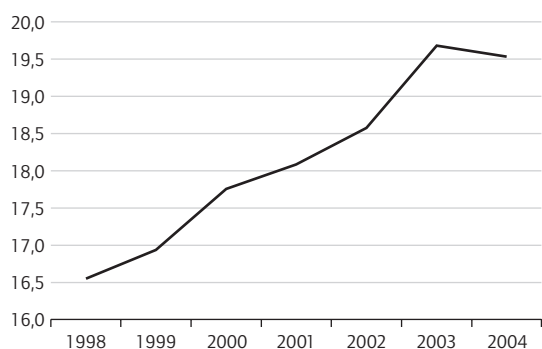
Softwarehäuser etc.



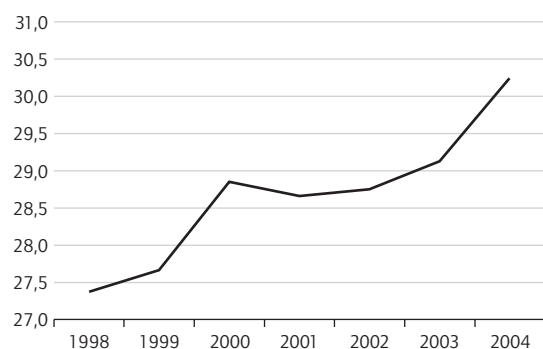
Werbung



Medien



Tourismus



Quellen: Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten;
Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Beschäftigungszuwachs von 16 % in der Stadt überlagert die starke Polarisierung zwischen den einzelnen überregionalen Dienstleistungssparten.

Auf der einen Seite hat sich Berlin in einigen dieser Bereiche gegen den Trend besonders ungünstig entwickelt. So ging in der Hauptstadt bei den Kreditinstituten und den Versicherungen die Beschäftigung um über 19 % bzw. um fast 15 % zurück, während sie in den Branchenzentren Frankfurt am Main und München weiter zunahm. Berlin besitzt damit im Finanzsektor keine nennenswerten überregionalen Funktionen. Ebenfalls stark negativ war die Entwicklung in Berlin bei den Architektur- und Ingenieurbüros. Die Beschäftigung ging hier – offensichtlich im Zusammenhang mit der Schrumpfung der Bautätigkeit in der Region und anderen Teilen Ostdeutschlands – um nahezu 28 % zurück.

Auf der anderen Seite zählt Berlin bei den meisten überregionalen Dienstleistungen zu den dynamischsten Standorten in Deutschland. Dies gilt sowohl für die wachstumsstarken unternehmensbezogenen Dienstleistungen als auch für den gesamten Bereich der haushaltsbezogenen überregionalen Dienstleistungen. Mit Beschäftigungszuwächsen von 92 % bei den Softwarehäusern, 66 % in der Werbung und fast 20 % im Bereich Forschung und Entwicklung bzw. 46 % bei Film, Hörfunk und Fernsehen, 39 % bei den Hotels sowie 16 % bei

den Gaststätten lässt Berlin die anderen Metropolen in der Entwicklungsdynamik weit hinter sich.

Besonders deutlich wird die Substanz des Aufholprozesses Berlins, wenn man die Entwicklung des Beschäftigungsanteils Berlins an allen Dienstleistungsmetropolen im Zeitverlauf betrachtet (Abbildung 4). Im Finanzsektor hat sich zuletzt eine Stabilisierung auf niedrigem Niveau angedeutet. Bei den Architektur- und Ingenieurbüros sind die Anteilsverluste im Zeitverlauf ebenfalls spürbar zurückgegangen. Dabei besitzt Berlin weiterhin eine überdurchschnittliche Bedeutung in diesem Bereich. In den überregionalen Dienstleistungssparten Forschung und Entwicklung, Softwarehäuser und Werbung konnte Berlin gerade in den letzten Jahren seine Stellung nochmals deutlich verbessern. Eine hohe Kontinuität weist der Vormarsch Berlins bei den haushaltsbezogenen überregionalen Dienstleistungen Medien und Tourismus auf.

Ausblick

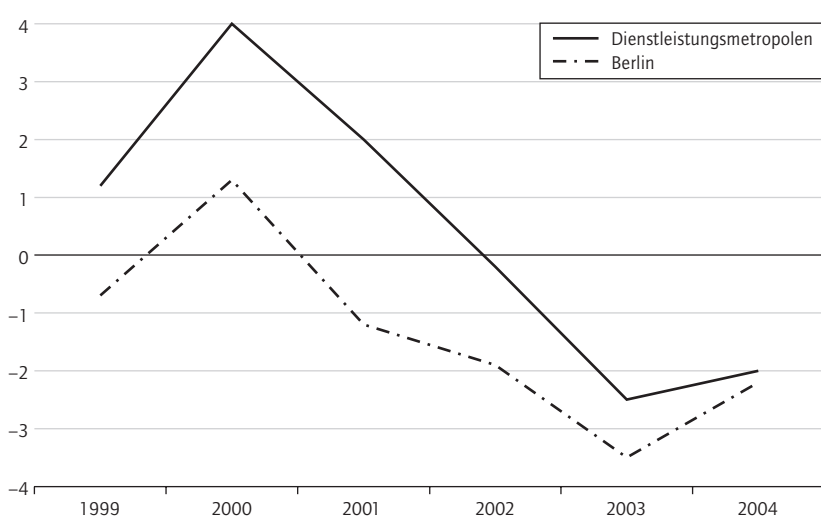
Berlin hat sich mit Ausnahme des Finanzsektors und baunaher Dienstleistungen in den letzten Jahren zu einem besonders attraktiven Standort für überregionale Dienstleistungen entwickelt. Dabei ist die Stadt zwar häufig noch nicht der räumliche Schwerpunkt dieser Aktivitäten in Deutschland, aber in der Entwicklungsdynamik konzentrieren sie sich immer mehr auf die Hauptstadt. Die Potentiale Berlins, in noch stärkerem Maße überregionale Funktionen im Dienstleistungssektor zu übernehmen, liegen aber nur selten darin, etablierte Geschäftsfelder, die in anderen Metropolen konzentriert sind, an sich zu ziehen. Vielmehr kommt es für die Stadt darauf an, im Bereich der überregionalen Dienstleistungen neue Wachstumsfelder zu entdecken, zu entwickeln und schließlich auszubauen.¹⁰

Insbesondere in der Verbindung von Medien, Werbewirtschaft und Softwareentwicklung scheint sich ein wachstumsstarker Produktionscluster zu entwickeln. Große Potentiale liegen dabei auch in der Vernetzung mit den in Berlin stark ausgebauten öffentlichen Bereichen Wissenschaft und Kultur.¹¹ Zudem wird mit der weiteren wirtschaftlichen Expansion im Raum Deutschland–Polen–Tschechien vor allem die Nachfrage nach hochrangigen Beratungsleistungen weiter steigen. Dabei werden sich die Metropolen Berlin, Warschau und Prag als do-

Abbildung 5

Beschäftigungsentwicklung¹ in Berlin und in deutschen Dienstleistungsmetropolen² 1999 bis 2004

Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %



¹ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, d. h. ohne Beamte, geringfügig Beschäftigte und Selbstständige.

² Dienstleistungsmetropolen nach den hier gewählten Kriterien sind die Städte Hamburg, München, Frankfurt, Köln, Düsseldorf und Stuttgart.

Quellen: Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

¹⁰ M. Gornig und H. Häußermann: Berlin: Economic and Spatial Change. In: European Urban and Regional Studies, No. 4, 2002, S. 331–341.
¹¹ K. Geppert und M. Gornig: Wachstumsfelder städtischer Ökonomien. In: B.-I. Hoff und H. Wolf (Hrsg.): Berlin – Innovationen für den Sanierungsfall. Wiesbaden 2005, S. 24–34.

minierende Standorte etablieren.¹² Zwischen diesen Städten wird es allerdings neben verstärkter Kooperation auch harte Konkurrenz geben.

Das Wachstum der überregionalen Dienstleistungen hat zwar noch nicht zu einer positiven Entwicklung der Gesamtbeschäftigung Berlins geführt. Dem stehen beispielsweise Belastungen durch die Sparzwänge im öffentlichen Bereich und durch den Abbau von Überkapazitäten im Bausektor entgegen. Im Laufe der vergangenen Jahre ist der Wachstumsrückstand Berlins gegenüber den füh-

renden Dienstleistungsmetropolen aber kontinuierlich kleiner geworden (Abbildung 5). Während der Rückstand in der Beschäftigungsentwicklung im Jahre 2000 noch 3,2 Prozentpunkte betragen hatte, waren es 2004 nur noch 0,2 Prozentpunkte – allerdings bei allgemein deutlich rückläufiger Beschäftigung in Deutschland.

12 Zu Ansätzen einer solchen Entwicklung vgl. B. Derudder, P.J. Taylor, F. Witlox und G. Catalano: Hierarchical Tendencies and Regional Patterns in the World City Network: A Global Urban Analysis of 234 Cities. In: *Regional Studies*, Vol. 37, 2003, S. 875–886.

Kreativbranchen in Berlin

Der vorliegende Bericht ergänzt den Kulturwirtschaftsbericht des Berliner Senats¹ um weitere empirische Ergebnisse zu den Branchen Film, Rundfunk und Fernsehen, Verlage, Musik, Werbung, Softwareentwicklung und Multimedia, sonstige kulturelle Dienstleistungen sowie Museen u. a. Die Stärken dieser Branchen, aber auch die Grenzen ihrer Entwicklung spiegeln sich in der Entwicklung von Beschäftigung, Unternehmenszahl und Umsätzen in den letzten Jahren wider.

Björn Frank
bjoern.frank@tu-clausthal.de

Marco Mundelius
mmundelius@diw.de

In Berlin sind die Kreativbranchen schneller als in anderen Großstädten gewachsen. Die Standortbedingungen werden von den Unternehmen mehrheitlich positiv bewertet. Die Kreativbranchen haben für die Hauptstadtregion neben einer soziokulturellen eine zunehmend ökonomische Bedeutung. Sie sind nicht nur für die Entwicklung hin zu einer Wissensgesellschaft interessant, sondern ihr Erfolg kann auch etwas über die innovative und kreative Leistungsfähigkeit eines Standortes aussagen.

Die Stellung Berlins in der deutschen Kreativwirtschaft

Wissensintensive Produktions- und Dienstleistungsaktivitäten sind meist in größeren Städten zu finden; insbesondere gilt dies für die Kreativwirtschaft.² Großstädte bieten eine Vielzahl von ökonomischen Möglichkeiten, eine stimulierende Umgebung und die Vorzüge unterschiedlicher Lebensstile. Auf Großstädte in Deutschland³ entfielen im Jahre 2004 rund 40 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Kreativbranchen.⁴ Dem stehen ein Gesamtbeschäftigungsanteil von 19,3 % und ein Flächenanteil von gerade mal 1,3 % gegenüber.

Unter den deutschen Großstädten hat Berlin eine besondere Bedeutung. Die Stadt ist eines der interessantesten Kultur- und Kunstzentren Europas. Berlin und das angrenzende Potsdam verfügen sowohl über ein großes kulturelles Erbe als auch über vitale kreative Impulse (vor allem aus den Szene-

kulturen) und sind somit geradezu prädestiniert für Kreativbranchen.

Im Fokus der Untersuchung stehen folgende Kreativbranchen: Film, Rundfunk und Fernsehen, Verlage, Musik und Werbung sowie Softwareentwicklung und Multimedia, sonstige kulturelle Dienstleistungen sowie die Bibliotheken, Archive und Museen.⁵ Insgesamt waren in Berlin in diesen

¹ Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen: Kulturwirtschaft in Berlin. Entwicklung und Potenziale, in Kooperation mit der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur. Berlin 2005 (www.berlin.de/senwiarbfrau/doku/wirtschaft/kulturwirtschaft.pdf).

² Vgl. Richard Florida: The Rise of the Creative Class. New York 2002; sowie Charles Landry: The Creative City. London 1995.

³ Hiermit sind alle Städte mit über 450 000 Einwohnern gemeint. Ausgenommen ist Hannover, da hier seit 2002 keine räumliche Differenzierung zwischen der Stadt und dem Landkreis mehr möglich ist.

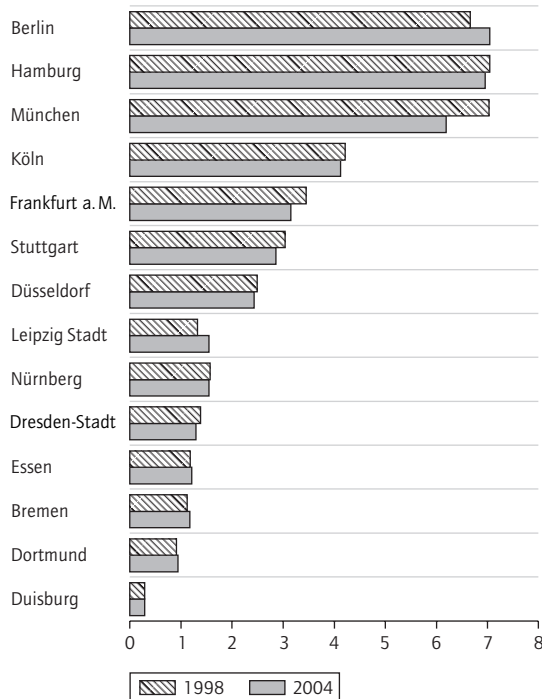
⁴ 1998 lag der Anteil um 2 Prozentpunkte höher.

⁵ Im Vergleich zum Berliner Kulturwirtschaftsbericht werden z. B. 86 % des dort definierten Kernbereichs der Beschäftigung durch die hier vorgenommene Auswahl der Branchen abgedeckt. Eine differenzierte Zeitreihenuntersuchung nach Branchen, insbesondere für die anderen deutschen Großstädte, ist aufgrund von Datenrestriktionen an dieser Stelle nicht möglich.

Abbildung 1

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in deutschen Großstädten 1998 und 2004

Anteil an allen in Kreativbranchen Beschäftigten in Deutschland in %



Quellen: Bundesagentur für Arbeit;
Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Branchen Mitte 2004 rund 50 000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Tatsächlich ist das Beschäftigungsniveau weitaus höher, da viele, die in den Kreativbranchen tätig sind, kein sozialversicherungspflichtiges Beschäftigungsverhältnis haben, sondern Freiberufler und Selbständige sind.

Wie Berlin im Ranking der deutschen Kreativwirtschaftsstandorte abschneidet, hängt auch von der verwendeten Bezugsgröße ab. Die in Abbildung 1 dargestellten Beschäftigungsanteile der Kreativwirtschaft zeigen den Bedeutungszuwachs Berlins im Vergleich zu den anderen deutschen Großstädten. Während Berlin 1998 noch hinter München und Hamburg lag, war die Hauptstadt 2004 Spitzenreiter.

Vergleiche wie dieser hängen auch von der regionalen Abgrenzung ab. So setzen sich z. B. die eigentlichen Filmstandorte in Deutschland nicht nur aus den Kernstädten zusammen (Hamburg, die Stadt Köln und der Erftkreis, die Stadt München und der sie umgebende Landkreis sowie Berlin und Potsdam mit Babelsberg). Dabei sind Berlin und Babelsberg zusammen der größte deutsche Filmstand-

ort; auf ihn entfallen knapp 20 % der Beschäftigten der Filmwirtschaft.

Größeren Einfluss auf das Ranking hat die Messung der Beschäftigung: Berlin steht nicht an erster, sondern nur an achter Stelle unter den deutschen Großstädten, wenn die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kreativwirtschaft ins Verhältnis zur Zahl aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der jeweiligen Stadt gesetzt wird. Letzteres ist allerdings weniger relevant für den Beitrag der Agglomerationsvorteile zur Attraktivität des Standorts Berlin. Für Unternehmen, die eine Standortentscheidung zu treffen haben, ist die absolute Zahl potentieller Kunden, Lieferanten und Kooperationspartner wichtig, nicht ihr Anteil. Es kann sein, dass auch die *Dichte* der Unternehmen relevant ist – nämlich dann, wenn es nicht nur der Ansiedlung in derselben Stadt, sondern fast unmittelbarer Nachbarschaft bedarf, um ein „Milieu“⁶ hervorzubringen. Diese innerstädtische räumliche Konzentration von Unternehmen der Kreativwirtschaft, wie sie auch Berlin bietet,⁷ ist häufig mit lokalen sozialen und kulturellen Netzwerk- und Milieustrukturen⁸ verbunden.

Neben der Zahl der Beschäftigten lassen sich weitere, komplementäre Indikatoren für die Bedeutung der Kreativbranchen in Berlin konstruieren. So gab es an den Berliner Universitäten, Hochschulen und Fachhochschulen im Wintersemester 2003/2004 38 500 Studenten bei Sprach- und Kulturwissenschaften sowie 9 000 bei Kunst und Kunstwissenschaft.⁹ In keiner anderen deutschen Metropole sind so viele Studenten in diesen Bereichen eingeschrieben.

In der Berliner Kreativwirtschaft wuchs die *Beschäftigung* von 1998 bis 2004 um jahresdurchschnittlich 4,5 %. Berlin lag damit über dem durchschnittlichen Beschäftigungswachstum in den übrigen Großstädten (2,9 %) und über dem Bundesdurchschnitt (3,6 %). Viel stärker als in anderen Großstädten und im bundesdeutschen Vergleich stieg in Berlin die Zahl der Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie der selbständigen Journalisten mit 16,1 % (andere Großstädte 3,8 %, Bund 6,4 %) (Abbildung 2).

⁶ Vgl. Michael E. Porter und Scott Stern: Innovation: Location Matters. MIT Sloan Management Review, Sommer 2001, S. 28–36; oder Roberto Camagni: The City as a Milieu: Applying GREMI's Approach to Urban Evolution. In: Revue d'Economie Régionale et Urbaine, 3, 1999, S. 591–606.

⁷ Vgl. unten den Abschnitt „Die räumliche Konzentration innerhalb von Berlin“.

⁸ Vgl. Marco Mundelius und Wencke Hertzsch: Berlin, da steckt Musike drin. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 14/2005.

⁹ Laut Angaben des Statistischen Bundesamtes. Sprach- und Kulturwissenschaften schließen nach der Systematik der Studentenstatistik des Statistischen Bundesamtes u. a. Geschichte, Philosophie, Psychologie, Theologie und Pädagogik mit ein.

Auch die Filmwirtschaft konnte sich bei der Beschäftigung mit einer jährlichen Wachstumsrate von 10,3 % (andere Großstädte 6,5 %, Bund 6,2 %) ebenso wie die Werbewirtschaft mit 8,8 % (im Vergleich zu 3,5 % bzw. 4,1 %) kräftig entwickeln. Die Beschäftigung in der Branche Rundfunk und Fernsehen wuchs um 1 % pro Jahr, was dem Bundesdurchschnitt entspricht (andere Großstädte 0,6 %). Einbußen gab es bei der Beschäftigung im Berliner Verlagswesen (−0,5 %), die aber nicht so deutlich ausgefallen sind wie in anderen Großstädten (−1,4 %) und bundesweit (−1,3 %). Der Bereich Software hat mit 10,5 % (gegenüber 7,7 % bzw. 8,9 %) überdurchschnittlich an Beschäftigung hinzugewonnen.

Dem insgesamt positiven Bild bei der privatwirtschaftlichen Kreativwirtschaft steht eine negative Beschäftigungsentwicklung der zumeist öffentlichen oder öffentlich geförderten Kultureinrichtungen gegenüber. Bei den kulturellen Dienstleistungen hat zwar Berlin fast doppelt so viele Beschäftigte wie der zweitplatzierte Standort München, musste aber seit dem Jahr 2000 rund 1 000 Stellen abbauen und somit einen jahresdurchschnittlichen Rückgang von 0,1 % hinnehmen (gegenüber einem Zuwachs von 2,0 % in den übrigen Großstädten und 1,4 % bundesweit). Beim kulturellen Erbe, etwa Bibliotheken und Museen, war sogar ein Rückgang um jahresdurchschnittlich 1,5 % zu verzeichnen (übrige Großstädte +2,4 %, Bund −0,2 %).

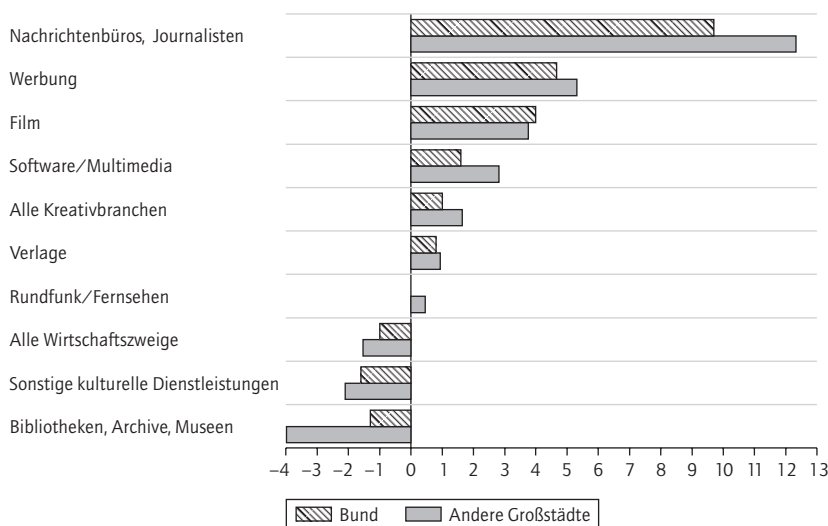
Die Wachstumsraten der Zahl der *Betriebe* in den einzelnen Teilbranchen im Zeitraum 1998 bis 2004 sind höher als bei der Beschäftigung. Die Entwicklung wird also vor allem von Gründungen getragen. Im Vergleich mit anderen Großstädten ist die absolute Zahl der Betriebe in Berlin besonders hoch, da Berlin durch hochgradige Individualisierung und junge, kleine Unternehmen geprägt ist.¹⁰

Die *Umsatzentwicklung* kann über einen Zeitraum von fünf Jahren verfolgt werden. Ein Vergleich ist hier nur mit dem bundesweiten Umsatz möglich. Von 1998 bis 2003 stieg in Berlin der (nominale) Umsatz insbesondere der Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie der selbständigen Journalisten um jahresdurchschnittlich 4,7 % (bundesweit 4,8 %), in der Filmwirtschaft um 10,0 % (−4,2 %), in der Werbewirtschaft um 1,9 % (1,1 %) und bei Datenverarbeitungsdienstleistungen (einschließlich Softwarehäusern) um 7,4 % (6,9 %); im Verlagswesen gab es ein Minus von 3,6 % (+2,0 %). Rückläufige Tendenzen, ähnlich der Beschäftigungssituation, waren bei den Branchen Rundfunk und Fernsehen (−1,7 % in Berlin und −7,4 % bundesweit) zu beobachten.¹¹

Abbildung 2

Beschäftigungsentwicklung in Berlin 1998 bis 2004 im Vergleich zum Bund und zu anderen Großstädten¹

Basierend auf den jahresdurchschnittlichen Wachstumsraten 1998–2004, in Prozentpunkten



¹ Wachstumsrate Berlins abzüglich der Wachstumsrate des Bundes bzw. der anderen Großstädte.

Quellen: Bundesagentur für Arbeit; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2005

Die räumliche Konzentration innerhalb Berlins

Dort, wo in Berlin relativ viele Künstler wohnen, gibt es auch viel Kultur- und Kreativwirtschaft – und umgekehrt¹² (Abbildung 3 und Kasten). Allein in 5 % aller 190 Berliner Postleitzahlenbezirke mit einem Flächenanteil von 2 % befindet sich ein Viertel aller erfassten Unternehmen der Kreativbranchen sowie der in der Künstlersozialkasse versicherten Kunst- und Kulturschaffenden (in den Kategorien Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik und Wort).¹³ Die in Abbildung 3 dargestellte Korrelation zeigt oberhalb der Trendlinie deutlich sichtbare Ausreißer, bei denen die Konzentration der Unternehmen der Kreativbranchen höher ist als die bei Künstlern.

Hierbei handelt es sich ausschließlich um Postleitzahlenbezirke, die sich in unmittelbarer Nähe zum Kurfürstendamm im Westteil der Stadt befinden, die zu den höchsten Immobilienmarktpreissegmenten gehören¹⁴ und somit bei Berliner Künstlern, de-

¹⁰ Vgl. weiter unten im Abschnitt „Bewertung des Standorts Berlin“.

¹¹ Beachtet werden muss bei der Umsatzsteuerstatistik, dass die Umsätze nicht wie bei der Beschäftigungsstatistik betriebsstättenbezogen erhoben, sondern dem Firmensitz zugerechnet werden.

¹² Korrelationskoeffizient $R^2 = 0,93$.

¹³ Von diesen Postleitzahlenbezirken befinden sich vier in den Stadtteilen Prenzlauer Berg, zwei in Kreuzberg, zwei in Friedrichshain und zwei in Mitte.

¹⁴ Vgl. Richard Ellis: Büromarkt Berlin 2003. Umfrage der Berliner IHK 2002. Berlin 2004.

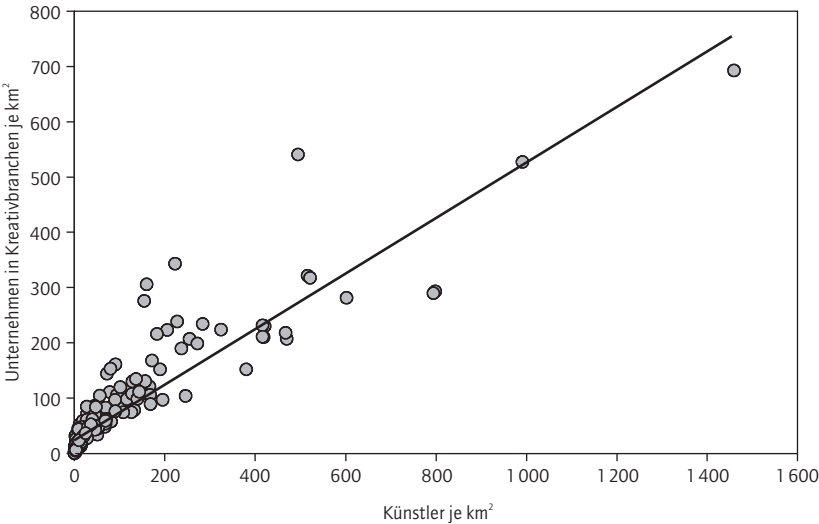
Kasten

Zur Korrelation von Künstlern und privater Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin

Für diesen Teil der Untersuchung wurden die im Handelsregister aufgeführten Unternehmen und Klein-gewerbetreibenden in den Branchen Film, Rundfunk und Fernsehen, Verlage, Musik und Werbung, Soft-wareentwicklung und Multimedia, Designer, Architekten, Fotografen, Ausstellungs-, Messe- und Waren-markteinrichtungen sowie die Erbringung von sonstigen kulturellen Leistungen einbezogen (ca. 24 500, davon 19 500 Kleingewerbetreibende; Stand: August 2005). Die Anzahl der Künstler und Kulturschaffenden ergab sich aus dem Bestand der Künstlersozialkasse (ca. 23 000, Stand: August 2005). Somit konnte eine genaue Zuordnung nach Postleitzahlenbezirken vorgenommen werden.

Abbildung 3

Zusammenhang der Dichte von Kreativbranchen und Künstlern auf Postleitzahlenbezirksebene



Quellen: Bundesagentur für Arbeit; Berechnungen des DIW Berlin. DIW Berlin 2005

Berlin bei knapp 9 500 Euro liegt, eher nicht in Frage kommen. In einer Untersuchung des DIW Berlin wurden um den Kurfürstendamm angesiedelte Unternehmen der Werbe- und Musikwirtschaft interviewt.¹⁶ Als Grund für die Wahl bzw. Beibehaltung des Standorts wurde von den meisten Unternehmen ein gewisser Prestige- und Statusgedanke angeführt, der mit dieser renommierten und gleichzeitig teuren Lage verbunden ist. Erwähnenswert ist, dass diese Unternehmen häufig eine gefestigte Marktposition mit weitreichenden internationalen Zulieferer- und Kundenkontakten aufzuweisen hatten.

Die in der Tabelle ausgewiesenen Korrelationen der Teilbranchen untereinander zeigen das durch die räumliche Nähe gegebene Potential der vertikalen Austauschbeziehungen. Die geringen Werte bei den Journalisten und der Branche Rundfunk/Fernsehen zu den anderen Branchen sind durch die räumliche Konzentration dieser Wirtschaftszweige innerhalb Berlins zu erklären. Fotografie

ren durchschnittliches Jahreseinkommen bei den aktiv in der Künstlersozialkasse Versicherten¹⁵ in

¹⁵ Stand 30. März 2005.
¹⁶ Diese Interviews wurden zwischen August 2004 und Juni 2005 durchgeführt.

Tabelle

Räumliche branchenspezifische Korrelation zwischen Unternehmen der Kreativbranchen und Kunst- und Kulturschaffenden in Berlin¹

	Künstler und Kunstschaffende	Kreativbranchen	Werbung	Musik	Verlag	Journalisten	Fotografie	Film	Rundfunk/Fernsehen	Software/Multimedia
Künstler und Kunstschaffende	1,00									
Kreativbranchen	0,84	1,00								
Werbung	0,71	0,78	1,00							
Musik	0,65	0,66	0,82	1,00						
Verlag	0,44	0,49	0,64	0,77	1,00					
Journalisten	0,14	0,14	0,30	0,33	0,58	1,00				
Fotografie	0,27	0,25	0,36	0,35	0,49	0,28	1,00			
Film	0,68	0,68	0,76	0,77	0,74	0,37	0,46	1,00		
Rundfunk/Fernsehen	0,05	0,09	0,23	0,32	0,62	0,78	0,30	0,40	1,00	
Software/Multimedia	0,43	0,56	0,75	0,70	0,69	0,44	0,35	0,67	0,46	1,00

¹ Partielle Korrelationen der Anzahl von Künstlern bzw. Unternehmen der jeweiligen Branche im Verhältnis zur Zahl aller im Handelsregister registrierten Unternehmen des jeweiligen Postleitzahlenbezirks.

Quellen: IHK Berlin 2005; Künstlersozialkasse 2005; Berechnungen des DIW Berlin. DIW Berlin 2005

erscheint in Berlin räumlich recht heterogen und korreliert daher nur gering mit einzelnen konzentrierten Kreativbranchen.

Kultur als Standortfaktor

Das kulturelle Angebot einer Stadt und die kulturelle Infrastruktur bilden Potentiale der Entwicklung über die Tourismusbranche hinaus. Dies stößt auf zunehmendes Interesse bei der Wirtschaftspolitik und Regionalentwicklung.

Regionale Unternehmen verschiedener Branchen profitieren von dem Label „Berlin“ und der gewachsenen Rolle Berlins als internationaler Kunst- und Kulturmetropole. Diese Impulse fördern Unternehmensansiedlungen verschiedenster Art. In früheren Studien zeigte sich, dass unter den Standortfaktoren neben dem Image des Standortes und dem Angebot an qualifizierten Arbeitskräften das Kulturangebot in Berlin eine besonders große Rolle spielt.¹⁷ Die Stadt ist durch ein bedeutendes kulturelles Erbe, eine kulturelle Lebendigkeit und ein großes kreatives und künstlerisches Potential gekennzeichnet, das von den Medienunternehmen und Kulturschaffenden auch so wahrgenommen wird. Allein schon aufgrund seiner Größe und ethnischen Zusammensetzung hat Berlin vielfältige und für Deutschland teilweise einzigartige Subkulturen, die die Bildung innovativer und kreativer Milieus unterstützen.

Die „spannende“ Metropole Berlin hat aber nicht nur aus kulturellen Gründen eine hohe Anziehungskraft für kreative Branchen. Hinzu kommt, dass in diesen Branchen die Bedeutung von – meist temporären – Kooperationen und Netzwerkbeziehungen zunimmt,¹⁸ so dass die räumliche Nähe und die zwischenbetriebliche Arbeitsteilung der oftmals kleinen Unternehmen besonders wichtig ist. Große Standorte wie Berlin können davon weiterhin und verstärkt profitieren.

Bewertung des Standorts Berlin

Weitere Gründe dafür, dass sich die Berliner Kreativwirtschaft relativ gut entwickelt – nicht nur im Vergleich zu anderen Städten, sondern erst recht auch im Vergleich zur Berliner Wirtschaft insgesamt –, sind vielfältig. Im Folgenden werden Daten aus einer Befragung der IT- und Medienwirtschaft in Berlin und Brandenburg vom Sommer 2004 verwendet.¹⁹ Dabei bewerteten auch 442 Berliner Kreativunternehmen ihren Standort. Ähnlich positiv wie die „weichen“ Standortfaktoren (Image des Standortes, inspirierendes Klima und Kultur, Lebens- und Freizeitqualität) wurden die harten

Standortfaktoren Verkehrsinfrastruktur und Telekommunikation sowie das Angebot an qualifiziertem Personal im kreativen Bereich eingeschätzt: Jeweils über 60 % vergaben hier mindestens eine 2 auf der Schulnotenskala, über 80 % mindestens eine 3.

Ein allgemeines Zufriedenheitsmaß ergibt sich aus der Antwort der Unternehmen zur potentiellen Neuwahl des Standorts. Gäbe es die Möglichkeit, das Unternehmen ohne Rücksicht auf seine bisherige Geschichte neu anzusiedeln, so würden sich 77 % der Befragten wieder für die Hauptstadtregion Berlin entscheiden. Da nur dort angesiedelte Unternehmen befragt wurden, ist dieser Wert schwer einzuschätzen. Indirekte Rückschlüsse ergeben sich aber aus einer bundesweiten Untersuchung zu einem Teil der Filmbranche, den filmbezogenen Dienstleistungen.²⁰ Für jene Studie waren Anbieter aus ganz Deutschland befragt worden. Dabei ergab sich, dass 75 % der Unternehmen in Berlin mit ihrem Standort zufrieden waren – ein anderswo unerreicht hoher Wert.²¹ Dies ist eindeutig ein Indiz für eine insgesamt positive Wahrnehmung des eigenen Standorts in der Region Berlin/Brandenburg.²²

Die Attraktivität Berlins insbesondere für Kleinunternehmen ist wichtig vor dem Hintergrund eines generellen Trends hin zu kleineren Betrieben in der Medienbranche; nach einer Untersuchung des DIW Berlin²³ sank bei den Medienbetrieben in Deutschland die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 1998 bis 2003 im Durchschnitt von 13,3 Beschäftigten auf 12,8;²⁴ Berlin lag jeweils leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnitt, während Agglomerationsräume ansonsten darüber lagen. Die Umfrage ergab, dass 40 % nur bis zu drei feste Mitarbeiter hatten; auf zehn feste kamen sieben freie Mitarbeiter. Die-

¹⁷ Vgl. Björn Frank, Kurt Geppert und Dieter Vesper: Kultur als Wirtschaftsfaktor in Berlin, IHK. Berlin 2002; sowie Thorsten Schneider und Jürgen Schupp: Berliner sind Kulturliebhaber – Die Nutzung des Kulturangebots in Berlin im bundesdeutschen Vergleich. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 4/2002.

¹⁸ Vgl. Gernot Grabher: The Project Ecology of Advertising: Tasks, Talents and Teams. In: Regional Studies, Vol. 36.3, 2002, S. 245–262.

¹⁹ Vgl. Marco Mundelius und Björn Frank: Die Medien- und IT-Wirtschaft in Berlin und Brandenburg. DIW Studie, in Kooperation mit der Berliner und den Brandenburgern IHKs. Berlin 2004.

²⁰ Beispielsweise Castingagenturen, Kameraverleih, Pyrotechnik, Synchronisation.

²¹ Vgl. Björn Frank und Kurt Geppert: Filmbezogene Dienstleistungen – Standorte im Wettbewerb um vernetzte Kleinunternehmen. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 45/2002.

²² Auch wenn vielen Unternehmen ein Vergleich aus eigener praktischer Erfahrung nicht möglich ist; nur 11 % der Befragten hatten früher einmal ihren Hauptsitz außerhalb von Berlin/Brandenburg.

²³ Björn Frank, Marco Mundelius und Matthias Naumann: Eine neue Geographie der IT- und Medienwirtschaft? In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 14/2004.

²⁴ Nicht berücksichtigt sind dabei die Künstler i. e. S.; beispielsweise sind bei den bildenden Künstlern 94 % selbständig. Vgl. Michael Södermann: Kulturberufe. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995–2003. Im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien. Bonn 2004.

ses Verhältnis variiert zwischen den einzelnen Branchen zum Teil erheblich; besonders viele freie Mitarbeiter arbeiten laut Umfrage in der Musik- und Film- sowie in der Rundfunk- und Fernsehbranche.

Fazit

Die Enquete-Kommission „Eine Zukunft für Berlin“ empfiehlt die Kommunikations-, Medien- und Kulturwirtschaft für eine „innovationspolitische Schwerpunktsetzung“ (neben dem zweiten Cluster Gesundheitswirtschaft).²⁵ Die für Berlin vorhandene kritische Masse von Akteuren und die vergleichsweise günstigen Lebenshaltungs- und Produktionsfaktorkosten sowie geringe Markteintrittsbarrieren führen zu Attraktivitätsgewinnen der lokalen Wirtschaftsstrukturen mit Unternehmensneuanstellungen und gelten als Magnet für qualifizierte Arbeitskräfte. Einen weiteren wichtigen Beitrag leisten auch die durch bürgerliches Engagement getragenen kulturellen Aktivitäten, die weder privatwirtschaftlich noch öffentlich gefördert werden.

Wenn man von einem integrativen Politikansatz ausgeht, so können die Wirtschafts- und die Kulturpolitik in den hier betrachteten Branchen die Rahmenbedingungen verbessern, ohne in Wettbewerbsprozesse einzugreifen und vor allem ohne zwischen Unternehmen zu diskriminieren. Das typische Kreativunternehmen – insbesondere in Berlin – ist klein, was auch von Vorteil ist, denn einzelne Fehlschläge führen dann nicht zu größeren

lokalen Verwerfungen; außerdem kann, wie sich gerade am Beispiel Berlins gezeigt hat, die Gründung vieler kleiner Unternehmen in ihrer Gesamtheit ebenso viel Beschäftigung erbringen wie einzelne spektakuläre Großprojekte. Ferner sind in der Kreativwirtschaft Innovationen schon in relativ kleinen Unternehmen und unabhängig von staatlicher Förderung möglich. Große Medienunternehmen beispielsweise können zwar eine wichtige Rolle spielen, aber der Förderung herausragender „Leuchtturmprojekte“ bedarf es nicht, da die Szene insgesamt die Rolle eines weithin sichtbaren „Leuchtturms“ wahrnimmt.

Zu den Rahmenbedingungen, auf die sich die Politik stattdessen konzentrieren sollte, gehört die Bündelung von Beratungs- und Entwicklungsinstitutionen für Akteure der Kreativbranchen. Ebenfalls von Bedeutung ist im Lichte der vorgestellten empirischen Ergebnisse die Sicherung spezifischer soziokultureller und stadträumlicher Standortbedingungen. Ein Beispiel ist die Unterstützung im Bereich der Förderung von Ateliers und Ausstellungsräumen in Kooperation mit Liegenschaftsfonds und Senatsverwaltungen. Zu empfehlen ist die Fortführung der temporären Zwischennutzung von Gewerberäumen. Solche Konzepte werden auch von Teilen der Immobilienwirtschaft mitgetragen, auch wenn Mäzenatentum oder Kultursponsoring in Berlin noch nicht die Bedeutung haben wie etwa in Hamburg.²⁶

²⁵ Enquete-Kommission: Eine Zukunft für Berlin. Berlin 2005, S. 3.

²⁶ Vgl. Björn Frank und Kurt Geppert: Are Small Recipients Overlooked by Sponsors? In: Journal of Cultural Economics, 28, 2004, S. 143–156.

Hannes Spengler

New Evidence Concerning the Professional Situation of Hospital Physicians in Germany

The present report ties in with the recently published *Wochenbericht Nr. 34/2005* concerning the professional situation of young hospital physicians in Germany. The extensive media coverage points at the explosiveness of this topic. The criticism from different directions ranges up to doubting the scientific basis. Therefore, here we shall take a closer look at the methodical background, in particular the solidity of the underlying data basis. Furthermore, with the new data from the Microcensus 2003, it is now possible to examine the significance of the results calculated in the first report for 2002. However, new findings are in the fore now, especially concerning the working hours of young hospital physicians.

Weekly Report No. 28/2005

12 October 2005

Die Volltextversionen der Weekly Reports liegen als PDF-Dateien vor und können auf der entsprechenden Website des DIW Berlin bestellt werden (www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/weeklyreport/index.html). The full text version of the Weekly Reports is available in PDF format and can be ordered from the DIW Berlin website (www.diw.de/english/produkte/publikationen/weeklyreport/index.html).

Conference to the 80 Years DIW Berlin Jubilee

**80 Jahre
DIW Berlin**



8 and 9 December 2005

Quartier 110, Friedrichstr. 180–184, 10117 Berlin

Program

8 December 2005, 2:00–6:00 p.m.

Economic Forecasting: History and Future

Keynote Speaker:

Lorenzo Bini-Smaghi

Member of the Executive Board, European Central Bank, Frankfurt

The World in 2006

Chair:

Lutz Hoffmann

Professor of Economics, Osteuropa-Institut, Munich;
former President of DIW Berlin

9 December 2005, 9:00 a.m.–12:30 p.m.

The World in 2016

Chair:

Peter Bofinger

Professor of Economics, University of Wuerzburg;
Member of the German Council of Economic Experts

The Evolution of the Financial Industry in the Forthcoming 10 Years

Keynote Speaker:

Klaus-Peter Müller

Chairman of the Board of Managing Directors, Commerzbank AG;
President of the Association of German Banks, Berlin

For further information please contact:

Ralf Messer, DIW Berlin, Service Department Information and Organization

Königin-Luise-Str. 5, 14195 Berlin

Phone +49 - 30 - 897 89-569; Email: events@diw.de

www.diw.de/deutsch/dasinstitut/jubilaum/fachtagung/fachtagung_programm.html

Impressum

DIW Berlin
Königin-Luise-Str. 5
14195 Berlin

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran (Vizepräsident)
Dr. Tilman Brück
Dörte Höppner
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Dr. Bernhard Seidel
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Alfred Steinherr
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Axel Werwatz, Ph. D.
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Dr. habil. Björn Frank
Kurt Geppert
Dr. Elke Holst
Jochen Schmidt
Dr. Mechthild Schrooten

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 - 30 - 897 89-249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805 - 19 88 88 *dtms/12 Cent/min.

Reklamationen können nur innerhalb von vier Wochen
nach Erscheinen des Wochenberichts angenommen
werden; danach wird der Heftpreis berechnet.

Abo-Betreuung durch
Abonnenten Service Center GmbH
Geschäftsführer: Heinz-Jürgen Koch
Marlener Str. 4
77656 Offenburg

Bezugspreis

Jahrgang 180,- €; Einzelheft Euro 7,- €
(jeweils inkl. MwSt. und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements bis spätestens
sechs Wochen vor Jahresende

ISSN 0012-1304

Bestellung unter leserservice@diw.de

Konzept und Gestaltung

kognito, Berlin

Satz

Wissenschaftlicher Text-Dienst (WTD), Berlin

Druck

Druckerei Conrad GmbH
Oranienburger Str. 172
13437 Berlin