

## Krisenbelastungen der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Folgen des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine und die damit einhergehende Energie- und Wirtschaftskrise treffen die Kultur- und Kreativwirtschaft in einer Phase, in der sie sich von den harten Einschnitten durch die Pandemie noch nicht erholen konnte. Die Umsatzzahlen der meisten Kreativbranchen sind längst noch nicht wieder auf Vorpandemie-Niveau. Deutlich geringere Besucher- und Kundenzahlen als vor der Pandemie und die allgemeine Kauf- und Ausgabenzurückhaltung bremsen eine positivere Entwicklung.

In einer solchen Situation sind die Auswirkungen der aktuellen Energie- und Rohstoffkrise für zahlreiche Unternehmen der k3d existenzgefährdend. Die überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft haben größtenteils ihre finanziellen Ressourcen aufgebraucht und verfügen grundsätzlich über keine großen Kapitalreserven. Staatliche Maßnahmen zur Eindämmung der Kostenexplosionen auf dem Strom- und Gasmarkt müssen deshalb auch den Branchen der k3d unmittelbar und schnell zugänglich sein.

Das bisher beabsichtigte Eingreifen der Gas- und Strompreisbremse ab März 2023 kommt für diese Unternehmen deutlich zu spät! Die Rechnungen z.B. für Papier, Druck, Beschaffung, Zustellung, Technik, Mieten, Klimaauflagen etc. müssen j e t z t bezahlt werden. Die Kosten für Produktions- und Vertriebsleistungen haben infolge der Strom- und Energiepreisexplosion ein Ausmaß erreicht, das mittelständische Unternehmen massiv gefährdet und viele kleine Unternehmen schlichtweg in die Insolvenz führt.

Ein Kahlschlag in den Kultur- und Kreativbranchen, die ökonomisch wie kulturell unverzichtbar für die Gesellschaft sind, muss unbedingt verhindert werden. Mittelständler und Kleinunternehmen, die in die Insolvenz schlittern, kehren nach Ende der Krise nicht ohne weiteres wieder auf den Markt zurück. Ebenso unverzichtbar ist es, die umfassende journalistisch-redaktionelle Arbeit von Presse, und Rundfunk, analog wie online, durchgängig und uneingeschränkt zu gewährleisten.

Deshalb richten wir folgende Forderungen an die Bundesregierung:

- Presse und Rundfunk (Radio und Fernsehen) kommen im Krisenfall besondere Aufgaben zu. Sie müssen mit allen ihren Angeboten rund um die Uhr verfügbar bleiben und sind deshalb uneingeschränkt in die sogenannte kritische Infrastruktur einzuordnen.
- Die Maßnahmen der Gas- und Strompreisbremse müssen für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie bereits für die Industrieunternehmen vorgesehen, ab Januar 2023 starten.
- Die Mittel in Höhe von 1,8 Mrd. Euro aus dem Sonderfonds für Kulturveranstaltungen müssen durch den Bundesfinanzminister vollständig freigegeben werden. Diese Mittel sind prioritär zur Absicherung der Veranstaltungswirtschaft und zur Unterstützung kleinster und kleiner Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie für Soloselbstständige einzusetzen.

**Die Betroffenheit der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft wird anhand der folgenden Einzeldarstellungen individuell beschrieben, soweit valide Aussagen zum jetzigen Zeitpunkt möglich sind. Die einzelnen Branchenverbände stellen ggf. jeweils ausführlichere Darstellungen zur Verfügung.**

### **Architekt\*innen**

- ⇒ Lieferkettenprobleme, Materialmangel und die deutliche Verteuerung der Rohstoffe behindern das Planen und Bauen. Dies wird durch eine Verteuerung der Produktionsprozesse durch gestiegene Energiepreise noch verstärkt.
- ⇒ Aufgrund unerwarteter Projektabsagen und -verzögerungen ist das Geschäft für Architekten weniger planbar und von zunehmender Unsicherheit geprägt.
- ⇒ Neue Projekte, die noch nicht angelaufen sind, werden zurückgestellt.
- ⇒ Insbesondere private Bauinvestitionen werden trotz vorliegender Baugenehmigung nicht begonnen.
- ⇒ Das ifo Institut am 11.10.2022: *Die Stornierungswelle im Wohnungsbau brandet höher. Im September waren 16,7 Prozent der befragten Unternehmen davon betroffen, nach 11,6 Prozent im Vormonat. Das ergaben die Umfragen des ifo Instituts. „Aufgrund der explodierenden Material- und Energiepreise sowie der steigenden Finanzierungszinsen ist die Planungssicherheit dahin. Die Baukosten steigen immer weiter. Für einige Bauherren ist das alles nicht mehr darstellbar, sie stellen Projekte zurück oder ziehen ganz die Reißleine.“*
- ⇒ Bauvorhaben werden aufgrund nicht eingeplanter Preissteigerungen deutlich teurer und laufen Gefahr, zu Insolvenzen zu führen.
- ⇒ Fachkräftemangel erschwert die Tätigkeit von Architekten zusätzlich und wird dieses Jahr noch dramatischer bewertet als in den Vorjahren.
- ⇒ Das Geschäftsklima unter Architekten setzt daher seinen Abwärtstrend seit März 2022 auch im September weiter fort.
- ⇒ Insbesondere die Geschäftserwartungen der Architekturbüros sind im Herbst 2022 zunehmend von Pessimismus geprägt. Die Geschäftserwartungen liegen seit März 2022 im negativen Bereich, sind in den letzten Monaten dramatisch gesunken. Sie entsprechen mittlerweile den Werten zu Beginn der Corona-Krise 2020.

### **Audio- und audiovisuelle Medien**

- ⇒ Für die Medienunternehmen aus den Bereichen Rundfunk (Radio und Fernsehen) und rundfunkähnliche Telemedien, deren Angebote täglich Millionen Bürgerinnen und Bürger erreichen, stellt die kontinuierliche Versorgung mit elektrischer Energie, Gas und weiteren Energieträgern eine zentrale Voraussetzung für ihre Tätigkeit dar. Ohne elektrische Energie und Gas ist keine Produktion von journalistisch-redaktionellen Audio- und audiovisuellen Inhalten für TV, Radio und deren Online-Angeboten möglich.
- ⇒ Insbesondere Energie und Gas werden für den Betrieb von Studios, Redaktions- sowie Technik- und Serverräumen, für die nötige Infrastruktur wie Sendemasten, Netzwerke und Server etc. als auch für die Produktion im Außenbereich (Video- und Audioaufnahmen) benötigt.
- ⇒ Ohne elektrische Energie und Gas kann die Versorgung der Bevölkerung u.a. mit notwendigen verlässlichen und tagesaktuellen Informationen nicht mehr gewährleistet werden. Damit würde der private Rundfunk als wichtiger Pfeiler und Warnmultiplikator seinen Informationsaufgaben auch im Krisen- und Katastrophenfall nicht mehr nachkommen können. Der Rundfunk ist systemrelevant und als kritische Infrastruktur durch das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) anerkannt.

- ⇒ Im Falle von Blackouts sind der Rundfunk und seine Online-Medien bei der Energieversorgung primär zu berücksichtigen. Dies gilt auch für die Bereitstellung von Ersatzenergieträgern, z.B. Betriebsstoffe für Notstromgeneratoren.
- ⇒ Die steigenden Energiekosten werden sich auch in den Gesamtkosten der Rundfunkunternehmen, insbesondere bei den kleineren und mittleren, widerspiegeln, so dass auch diese in Förderungs- und Entlastungsprogrammen zu berücksichtigen wären.

### **Buchhandel**

- ⇒ Buchhandlungen rechnen mit ca. 300 % Steigerung bei den Energiekosten,
- ⇒ 8 % Steigerung bei den Personalkosten durch die Anhebung des Mindestlohns,
- ⇒ mehr als 20 % Steigerung bei den Verbrauchsmaterialien (Geschenkpapier, Papiertüten, Büromaterialien)
- ⇒ aktuell stark abnehmende Kundenfrequenz und allgemeine Kaufzurückhaltung
- ⇒ Umsatzrückgang im stationären Buchhandel kumuliert von Januar bis September 2022, verglichen mit dem gleichen Zeitraum in 2019, liegt aktuell bei –8,7 Prozent (Quelle: Branchenmonitor Buch Oktober 2022).
- ⇒ Aktivitäten im Bereich Kulturveranstaltungen und Leseförderung sind kaum noch finanzierbar.

### **Buchverlage**

- ⇒ hohe Kalkulationsunsicherheit.
- ⇒ Steigerung der Produktionskosten (vor allem durch enorme Preissteigerungen bei Druck und Papier) bereits in diesem Jahr von rund 50 %: Für 2023 werden weitere Steigerungen von 20 bis 30 % erwartet.
- ⇒ Hinzu kommen deutlich steigende Kosten beim Transport und erwartete Kostensteigerungen für Auslieferungen und Barsortimente sowie für Heizung und Strom in Verlagsgebäuden.
- ⇒ Kostensteigerungen können nicht über Preiserhöhungen kompensiert werden.
- ⇒ Insbesondere kleine und kleinste Verlage sind insolvenzgefährdet.

### **Designwirtschaft**

Die Designwirtschaft ist von vier sehr unterschiedlichen Beschäftigungs- bzw. Unternehmensstrukturen gekennzeichnet: Soloselbstständigen, Klein- und Kleinstunternehmen, mittelständischen Unternehmen und Angestellten in Nicht-Design-Branchen. Rund 360.000 Designerinnen und Designer in Deutschland und 60.000 Designunternehmen erzielen mit ihren Dienstleistungen ungefähr 20 Mrd. Wertschöpfung; nicht eingerechnet der Anteil, den Design bzw. die darin tätigen Menschen in anderen Branchen als Angestellte leisten, z.B. die Industriedesignerin für Miele. In vielen Branchen sind die Dienstleistungen der Designwirtschaft entscheidend, um Produkte handhabbar und attraktiv, die Kommunikation eingängig, Marken erlebbar und Prozesse nachvollziehbar zu machen – und lösungsrelevante Beiträge zu aktuellen gesellschaftlichen Fragestellungen zu leisten.

All diese Tätigkeitsfelder sind durch die Energiekrise in Verbindung mit Inflation und Konsumrückgang gefährdet. Aus den ersten Vorboten 2022 zeichnet sich für 2023 eine handfeste Krise für die Designwirtschaft als Ganzes ab, erste Auswirkungen sind bereits jetzt zu verzeichnen.

- ⇒ Auch die Designwirtschaft ist betroffen von den Preisexplosionen für Papier, Druck, Druckplatten und Farben, da ein erheblicher Teil, der im Design Tätigen im Ergebnis Drucksachen produziert. Ähnlich verhält es sich im Bereich von Produkt- und Mode-/

Textildesign: Lieferkettenprobleme, Materialmangel und die deutliche Verteuerung der Rohstoffe behindern das Planen und Produzieren. Verstärkt wird dies durch die energiepreisbedingte Verteuerung der Produktionsprozesse.

- ⇒ Aufgrund unerwarteter Projektabsagen und -verzögerungen ist das Geschäft deutlich weniger planbar und von zunehmender Unsicherheit geprägt – und dies bei den wie überall erwarteten deutlichen Kostensteigerungen für Heizung und Strom in allen Büros und Gebäuden.
- ⇒ Die Kundenzurückhaltung ist umfassend spürbar – zunehmend werden noch nicht begonnene Projekte zurückgestellt oder abgesagt.
- ⇒ Die Weitergabe gestiegener Kosten durch Preissteigerungen ist nur sehr begrenzt möglich.
- ⇒ Der heute bereits große Fachkräftemangel belastet die Designwirtschaft zusätzlich – und er wird sich weiter verschärfen.
- ⇒ In allen Unternehmen, insbesondere aber auch bei den Soloselbstständigen, sind die Rücklagen durch die Coronakrise aufgebraucht.

Ansätze für zielführende, schnelle Hilfsmaßnahmen

- ⇒ Für mittelständische Unternehmen und Kleinunternehmen: Bewährte Hilfen/Rahmenbedingungen wie sie in der Coronazeit entwickelt wurden, sollten fortgesetzt werden: vereinfachter Zugang zu Kurzarbeit, Unterstützungszahlungen entsprechend der Verringerung von Umsatzerwartungen;
- ⇒ Für Soloselbstständige und Kleinstunternehmen: Umwandlung und Erweiterung des existierenden Hilfsfonds für die Kultur in einen Energiefond, um daraus Kreative finanziell bei Ausgaben für die energetische Verbesserung ihrer Arbeitsstätten genauso zu unterstützen wie bei den Energiekosten.

### **Fashion**

- ⇒ Die aktuellen Kostensteigerungen machen sich vor allem im Bereich der Produktion extrem bemerkbar.
- ⇒ Lieferanten können keine belastbaren Preiseinschätzungen geben. Dadurch entsteht Planungsunsicherheit für die Produktion der nächsten Kollektionen.
- ⇒ Lieferengpässe und steigende Preise haben zu ersten Produktionsschließungen geführt. Insbesondere die kleinen Betriebe sind gefährdet.
- ⇒ Erst in 2 bis 3 Monaten wird man die Entwicklung deutlicher beschreiben können.

### **Filmwirtschaft**

- ⇒ Die Kinos haben die Mehrkosten für Strom und Gas auf 300 Millionen Euro geschätzt. Dieser Schätzung liegt eine Erhöhung der Gas- und Strompreise um das 7,5-Fache zugrunde.
- ⇒ Gleichzeitig liegen die Zuschauerzahlen im Jahre 2023 immer noch 50 % unterhalb der Besucherzahlen aus dem Jahr 2019. Aufgrund der steigenden Inzidenzen treffen geringere Einnahmen mit höheren Kosten zusammen. Dies verschärft die Lage der Kinos dramatisch.
- ⇒ Die Produktionsbudgets für die Herstellung von Filmen werden bei einer Produktionsdauer von 2 bis 3 Jahren in der Regel auf Festpreisbasis kalkuliert. Die derzeitigen Kostensteigerungen übersteigen die kalkulierten Budgets einschließlich der Energiekosten derzeit um ca. 30 % (Personal, Location, Hygienekosten, Bauten, Mietwagen etc.). Da Förderer und Auftraggeber die Produktion nicht nachkalkulieren, gehen die Preissteigerungen weitestgehend zu Lasten der Produzenten und können in keiner Weise kompensiert werden.
- ⇒ Insolvenzen und geringere Produktionsaktivitäten werden die Folge sein.

### **Galerien und Kunsthändler\*innen**

- ⇒ Die Auswirkungen der Energiekrise und der Inflation lassen sich derzeit im Kunstmarkt nicht beziffern, machen sich aber bereits bemerkbar.
- ⇒ Papierpreiserhöhung: Galerien, die für ihre Künstler bzw. Ausstellungen Kataloge drucken lassen, berichten von bis zu 30 % Kostensteigerung für kleine Auflagen.
- ⇒ Die massiv erhöhten Heizkosten werden sich je nach Galeriegröße auswirken. Zwischen 20 und 500 qm gibt es hier ganz unterschiedliche Größenordnungen.
- ⇒ Erhöhte Transportkosten sind bereits durchgeschlagen. Kunstwerke müssen von Ort zu Ort (Atelier – Galerie – Ausstellungen – Messen – Leihgaben) transportiert werden. Dies geschieht oftmals selfmade. Bei hochwertigen, sehr empfindlichen oder großen Objekten sowie bei Auslandstransporten ist man allerdings auf Speditionen angewiesen (auf Kunst spezialisierte Speditionen sind immer teuer, da allein aus konservatorischen und Versicherungsgründen hohe Standards der Sorgfalt eingehalten werden müssen).
- ⇒ Die allgemeine Teuerung betrifft auch die Künstler und Künstlerinnen, die bei ihren Galerien verstärkt um Übernahme von Material- und Produktionskosten bitten – was ohnehin schon in hohem Maße geschieht. Dies werden sich Galerien spätestens ab 2023 mit dem vom BMAS verordneten Anstieg der Künstlersozialabgabe sehr genau überlegen müssen, da auch Produktionskostenerstattung an Künstler und Künstlerinnen in die Abgabepflicht der Vermarkter einbezogen wird.
- ⇒ Die Kalkulation wird insgesamt durch schwankende, ansteigende Preise erschwert, zumal für Galerien, die Geschäftsbeziehungen außerhalb der Eurozone haben und Währungsschwankungen gewärtigen müssen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich die Anbahnung von Verkäufen im Galerienmarkt mitunter über Wochen und Monate erstreckt. Spontankäufe sind nicht die Regel.
- ⇒ Ab Mitte nächsten Jahres werden die Messe-Teilnahmekosten mutmaßlich ansteigen. Es wird ein Anstieg von rund 20 % erwartet.

### **Kulturveranstaltungswirtschaft**

- ⇒ Wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig ist die Kulturveranstaltungswirtschaft nach den letzten zwei Jahren noch so weit von einem Neustart entfernt, dass die zusätzliche Energiekrise zur Existenzbedrohung wird.
- ⇒ Für die Veranstaltungsbranche hat deshalb zunächst die zugesagte Verwendung der Finanzhilfen aus dem Sonderfond für Kulturveranstaltungen Priorität.
- ⇒ Live-Entertainment generiert die wesentlichen Einnahmen von ausübenden Künstler:innen, Autor:innen und von Musikverlagen. Gibt es keine Live-Aufritte, haben ausübende Künstler:innen keine Einnahmen. Führen sie keine Musikwerke auf, haben die Autor:innen und entsprechend auch die Musikverlage keine Einnahmen. Auch Tonträgerhersteller sowie der Musikalienfachhandel profitieren von einem funktionierenden Live-Geschäft. Läuft dieser Motor nicht richtig, spüren das nicht nur die rund 30.000 Menschen, die als Veranstalter:innen und Dienstleister:innen im Kulturveranstaltungsgeschäft tätig sind. Probleme der Live-Branche wirken sich auf die wirtschaftliche Existenz von weit über 100.000 Menschen aus, die unmittelbar oder mittelbar vom Kulturveranstaltungsgeschäft abhängig sind und die angesichts der Inflation und aktuellen Kostenexplosionen mehr denn je auf gesicherte Einnahmen angewiesen sind.
- ⇒ Zahlreiche Festivals und Tourneen auch namhafter acts wurden in diesem Jahr bereits abgesagt. Diese Welle von Veranstaltungsabsagen wird sich weiter fortsetzen.
- ⇒ Präsentationen von Newcomern und sog. Nischenkünstler:innen finden so gut wie gar nicht mehr statt, da die Veranstalter sich diese nicht mehr leisten können. Die Folgen davon werden wir erst schmerzlich in den kommenden Jahren zu spüren bekommen.

- ⇒ Sehr große Sorgen verursacht die Tatsache, dass es bei allen verlegten Veranstaltungen sog. „no shows“ gibt – Menschen, die vor oder während der Krise Karten für Veranstaltungen gekauft haben, die ausfallen mussten – und dann einen Verlegungstermin nicht wahrnehmen. Diese Menschen haben einen Rückzahlungsanspruch, den sie noch drei Jahre nach Verlegung der Veranstaltung geltend machen können. Wir reden hier nicht über ein paar hundert Karten – wir reden über zigtausend dieser no shows, die einzelne Veranstalter:innen schon erlebt haben. Die Branche sitzt auch hier auf einer Zeitbombe.

### **Musikinstrumentenbranche**

- ⇒ Lieferengpässe, bedingt durch Produktionsausfälle seit Beginn der Pandemie
- ⇒ Extrem hohe Frachtpreise und mangelnde Kapazitäten an Frachtcontainern
- ⇒ Erhöhung der Transportkosten für Logistik- und Lieferketten (Hersteller > Vertrieb > Handel > Endkunde > Retouren)
- ⇒ Verknappung von Rohstoffen
- ⇒ Erhöhte Heizkosten werden alle Unternehmen der MI-Branche betreffen. Der Handel wird voraussichtlich die Ladenöffnungszeiten verkürzen, um Energiekosten zu sparen.
- ⇒ Kleinveranstaltungen innerhalb des Handels (Gigs, Sessions und Workshops) rechnen sich nicht mehr.
- ⇒ aktuell stark abnehmende Kundenfrequenz im stationären Handel und allgemeine Kaufzurückhaltung
- ⇒ Weitergabe der erhöhten Kosten an Endkunden nicht möglich, da die Preise für Musikinstrumente bereits teilweise unter dem Einkaufswert liegen (Wettbewerb Online vs. Stationär)
- ⇒ Erhöhte Personalkosten

### **Musikverlage**

- ⇒ Akut sind vor allem die Musikverlage betroffen, die Noten und Musikbücher drucken bzw. drucken lassen. Hier hat u.a. schon die Verknappung des Papiers während der letzten beiden Jahre zusätzlich zu den Pandemiefolgen für Probleme gesorgt. Jetzt kommen die enormen Preissteigerungen bei Druck, Papier, Logistik und Lagerung hinzu. Auch der Notenfachhandel ist, wie auch der Buchhandel und alle anderen Einzelhandelsunternehmen, von den explodierenden Energiekosten und der Kundenzurückhaltung betroffen.
- ⇒ Der Großteil der Verlage erwirtschaftet seine Umsätze mit Lizenzierung und Verwertung. Und deshalb trifft es sie, wie bei Corona auch, erst im Jahr darauf, wenn die Ausschüttungen der GEMA für Konzerte wegbrechen, da es aufgrund der Energiekrise voraussichtlich nur wenige Konzertveranstaltungen geben wird. Ab der 2. Jahreshälfte 2023 rechnen die Musikverlage mit drastischen Einnahmeeinbrüchen.

### **Recorded music**

- ⇒ Herstellung: Zur Rohstoffknappheit kommt jetzt auch noch die Energiepreisproblematik erschwerend hinzu – CD- und insbesondere Vinylpressungen sind hoch energiebedürftige Prozesse. Die Maschinen können beispielsweise nicht einfach ab- und angeschaltet werden, sondern müssen in der Regel durchlaufen, um funktionstüchtig zu bleiben.
- ⇒ Papierpreiserhöhung schlägt auch hier zu Buche, weil es sowohl für die Vinyl- als auch CD-Produktion benötigt wird. Die Vinylherstellung ist bereits um 3 bis 12 Monate verzögert. Kommt es innerhalb der Produktionszeit zu Preissprüngen, sind die Endverbraucherpreise bereits angekündigt. Eine Doppel-LP kostet im Fachhandel jetzt schon bis zu 43 Euro.
- ⇒ Betroffen sind insbesondere kleinere unabhängige Tonträgerhersteller, die einen wesentlich höheren prozentualen Umsatz mit Vinyl machen als die Major Companies.

- ⇒ Die kleinen Label und Verlage können weniger in Vorfinanzierung und Vorschüsse investieren, weil die vorhandenen Rücklagen durch die Bekämpfung der Coronafolgen aufgebraucht sind.

### **Zeitschriftenverlage**

- ⇒ Zeitschriftenverlage informieren mit über 7.000 Zeitschriftenmedien in gedruckter und digitaler Form vertieft und nachhaltig über alle Themen, die Menschen beruflich oder privat interessieren. Während die Verlage die ohnehin hohen Kosten des digitalen Wandels noch tragen könnten, sind die in keiner Weise beeinflussbaren Kostensteigerungen insbesondere für Papier, Energie und Postzustellung zu viel. Es droht ein Kahlschlag in kurzer Frist.
- ⇒ Bis 2024 werden 30 % der Zeitschriften in ihrer Existenz stark gefährdet sein. Das sind mehr als 2.000 von über 7.000 Zeitschriftentiteln. 30 % der Fachzeitschriften, 80 % der konfessionellen sowie 20 % der Publikumsmedien in Deutschland sind gefährdet. Das zeigt eine repräsentative Branchenanalyse aus dem Jahr 2021.
- ⇒ Heute ist die Bedrohung von Titeln und Verlagen noch sehr viel dramatischer. Die Preisexplosionen für Papier, Druck und Farben und die Energiekostenexplosion haben in 2022 ein Ausmaß erreicht, das die Branchenanalyse 2021 nicht berücksichtigen konnte. Gleiches gilt für das Ausmaß der die Postzustellungskosten mitbestimmenden Mindestloohnerhöhung. Hinzu kommt, dass die wirtschaftlichen Sorgen von Lesern und Werbekunden die Einnahmeseite erheblich gefährden.
- ⇒ Es sind die jeweiligen Zeitschriftenmedien als solche mit gedruckten und digitalen Ausgaben bedroht. Digitale wie gedruckte Ausgabe sind in aller Regel publizistisch wie ökonomisch unverzichtbar, um das jeweilige Medium und seine Redaktion zu erhalten.

### **Zeitungsverlage**

- ⇒ Zeitungsverlage verzeichneten bis einschließlich 2021 eine ausgesprochen solide Entwicklung ihrer Erlöse, siehe Chart. Die früher dominanten Erlöse aus der Werbevermarktung wurden dabei immer mehr von den Erlösen aus dem Verkauf von Zeitungen und zunehmend auch E-Paper und Zugängen zu digitalem Journalismus abgelöst. Zuletzt ist sogar eine Erholung nach dem pandemie-bedingten Erlöseinbruch 2020 erkennbar.
- ⇒ 2022 haben sich allerdings die Kosten für die Verlage massiv erhöht. Die Kosten für Vertrieb und Zustellung (mehr als 1/3 der Gesamtkosten) durch erhebliche Lohnsteigerungen infolge gesetzlicher Mindestlöhne und die Kosten für die Herstellung (insgesamt knapp 20 % der Gesamtkosten) durch explosionsartig gestiegene Beschaffungspreise für Zeitungsdruckpapier, Aluminium (für Druckplatten), Druckfarben und Energie.
- ⇒ Nach einer Mitgliederbefragung im September 2020 rechnen 55 Prozent der Teilnehmer wegen der Kostensteigerungen mit existenzbedrohenden Belastungen für einzelne Verlage; weitere 34 Prozent rechnen mit starken Belastungen für die weitere Wirtschaftlichkeit der Verlage.

Die Koalition Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland (k3d) ist ein offenes Bündnis von führenden privatwirtschaftlichen Interessenvertretungen – sie versteht sich als kompetentes Sprachrohr der Schlüsselbranche für gesellschaftlichen und ökonomischen Wandel. Am 6. Juli 2021 wurde die k3d bei der Konferenz »Werkstatt der Zukunft« erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt: Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen hob in ihrer Keynote diese Koalition als perfektes Beispiel für die interdisziplinäre Vernetzung von Kultur, Handwerk und Technologie hervor, mit der es nicht nur im Rahmen ihrer Initiative NEW EUROPEAN BAUHAUS gelingen wird, Innovation mit Kultur zu verbinden.

Die Initiatoren der k3d stammen aus den Bereichen der AV-Branche, Buch, Design, Galerien, Presse, Mode, Architektur, Musik- und Kulturveranstaltungswirtschaft.

- Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.
- Bundesarchitektenkammer (BAK)
- Bund Deutscher Architektinnen und Architekten (BDA)
- Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V. (BDKV)
- Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e.V. (BVDG)
- Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e.V. (BDZV)
- Bundesverband Musikindustrie e.V. (BVMI)
- Deutscher Designtag e.V. (DT)
- Deutscher Musikverleger-Verband e.V. (DMV)
- Fashion Council Germany e.V. (FCG)
- game – Verband der deutschen Games-Branche e.V.
- Medienverband der freien Presse (MVFP)
- Society Of Music Merchants e.V. - Verband der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche (SOMM)
- Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO)
- VAUNET – Verband Privater Medien e.V.
- Verband Deutscher Bühnen- und Medienverlage e.V.
- Verband unabhängiger Musikunternehmer\*innen e.V. (VUT).

Die gemeinsamen Forderungen von k3d finden sich hier: <https://k3-d.org/>.

#### **Kontakt k3d**

kontakt@k3-d.org

<https://k3-d.org/>

#### **Sprecher**

BDZV – Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e.V.

Helmut Verdenhalven, Mitglied der Geschäftsleitung

Telefon +49 30 726298-203, E-Mail [verdenhalven@bdzv.de](mailto:verdenhalven@bdzv.de)

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Birgit Reuß, Leitung Berliner und Leipziger Büro

Telefon +49 30 2800783-45, E-Mail [b.reuss@boev.de](mailto:b.reuss@boev.de)