

Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung
- Status und Handlungsfelder -

I. Ausgangslage

Neues Wachstumsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft

Nicht nur innerstaatlich, sondern auch international werden zunehmend die kulturellen und wirtschaftlichen Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft diskutiert und anerkannt. In Deutschland wurde die Debatte insbesondere durch die Arbeiten der Enquete-Kommission des Bundestages „Kultur in Deutschland“ stark beeinflusst. Mit der Vergabe des Gutachtens „Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der Kulturwirtschaft zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht“ hat die Bundesregierung die Empfehlung der Enquete-Kommission nach Schaffung einer einheitlichen Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft aufgegriffen. Der von den Gutachtern erarbeitete Vorschlag wurde mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung breit diskutiert. Am 14./15. Dezember 2009 hat die Wirtschaftsministerkonferenz der Länder beschlossen, den Vorschlag zu übernehmen. Seit diesem Zeitpunkt gibt es somit eine abgestimmte bundeseinheitliche Definition der Branche sowie ihrer elf Teilmärkte (Werbe-, Rundfunkwirtschaft, Games-Industrie, Designwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Architektur-, Buchmarkt, Filmwirtschaft, Presse-, Kunstmarkt und Musikwirtschaft). Wurden die kulturellen und kreativen Dienstleistungen der Akteure der Teilmärkte früher nur für sich einzeln wahrgenommen, werden diese nun - vor dem Hintergrund ihrer Gemeinsamkeiten - in einer Gesamtschau als neuer Wirtschaftszweig Kultur- und Kreativwirtschaft zusammengefasst.

Kulturelle Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Kulturwirtschaft wird zunehmend auch ein aktiv wahrgenommenes Handlungsfeld der Kulturpolitik, denn dort finden wichtige Bereiche des kulturellen Lebens statt: Literatur, Bildende Kunst, Populäre Musik, Film, Games und die freie Szene sind wichtige und zumeist erwerbswirtschaftliche Bereiche der kulturellen Infrastruktur. Der erwerbswirt-

schaftliche Sektor hat oft niedrigere Zugangshürden als öffentlich geförderte Kultureinrichtungen und erreicht mit vielen Erzeugnissen einen wesentlich größeren – über das traditionell kulturaffine Bürgertum hinausgehenden – Bevölkerungsanteil.

Zudem schaffen die öffentlich geförderten Kultureinrichtungen vielfältige Grundlagen, die für die Entwicklung vieler kulturwirtschaftlicher Segmente von kaum zu überschätzender Bedeutung sind - wie eine aktuelle, vom BKM in Auftrag gegebene Studie mit vielen Beispielen belegt.

Kulturpolitik hat zu allererst den öffentlichen Auftrag, den Künsten gute Rahmenbedingungen und die nötigen Freiräume zu verschaffen sowie für Vielfalt und Qualität, für Vermittlung an bzw. Zugang für möglichst viele Bürger zu sorgen. Dieser Auftrag endet aber nicht an den Grenzen des bisher geförderten Kultursektors. Was und wie die Kulturpolitik fördert, hat immer auch Nebenwirkungen für die freiberufliche Kulturszene und die kleinen Kulturbetriebe. Sie sind oftmals Auftragnehmer dieser geförderten Kulturinstitutionen. Dabei soll die Kulturpolitik den Kulturschaffenden zunächst den künstlerischen Freiraum erhalten, den sie brauchen, um ihre künstlerischen Projekte zu realisieren und so Kultur zu schaffen. Diese können dann später auch Basis wirtschaftlicher Verwertung sein. Insoweit gehört es ebenfalls zur Aufgabe der Kulturpolitik, die Vermittlungs- und Vermarktungskompetenzen der Kunstproduzenten zu stärken. Dabei geht es nicht um die Kommerzialisierung allen kulturellen Schaffens, sondern – als bislang vernachlässigte Aufgabe – um eine stärkere Unterstützung all jener, die mit künstlerischen Erzeugnissen Geld verdienen wollen bzw. müssen. Der Eigenwert von Kultur wird hierdurch nicht in Frage gestellt: Er ist unabhängig von den Möglichkeiten der wirtschaftlichen Verwertung. Insgesamt bildet also die Behandlung wirtschaftlicher Fragestellungen der Kulturproduktion eine wichtige Ergänzung zu den bisherigen Kernaufgaben der Kulturpolitik im Bereich der öffentlich geförderten Kultur und der kulturellen Bildung.

Wirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Branche hat für unsere Volkswirtschaft eine erhebliche und ganz grundlegende Bedeutung: Kreativität ist für die wirtschaftliche Entwicklung eine wichtige Schlüsselkompetenz und der Ausgangspunkt für Innovationen. Kreative Leistungen haben daher schon immer sehr stark wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen vorgebracht. Neu ist, dass der Wert der Kreativität als Motor für Fortschritt zunehmend ins Bewusstsein tritt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist mit ihren Dienstleistungen eine wichtige Querschnittsbranche für andere Wirtschaftsbereiche und spielt

deshalb eine bedeutsame Rolle für den Standort Deutschland insgesamt. Die Bruttowertschöpfung der Branche ist von ihrer Größenordnung mit den großen Industriesektoren Automobil, Maschinenbau und IKT vergleichbar. Ihr Umsatz lag im Jahr 2010 bei rund 134 Milliarden Euro. Zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen knapp 240.000 Unternehmen und 960.000 Erwerbstätige. Sie zeichnet sich außerdem durch eine Vielzahl selbständiger und kreativer Unternehmer aus. Die Quote der Selbstständigen ist mit 25 % außergewöhnlich hoch.

Innovationsmotor für andere Wirtschaftsbereiche

Die Kultur- und Kreativwirtschaft erbringt für die Entstehung und Gestaltung von Innovationen wichtige Beiträge. Dies nicht nur zum Nutzen der eigenen Branche, sondern auch zum Nutzen anderer Wirtschaftsbereiche. Treiber von Innovationen sind neue Technologien, Dienstleistungen und gesellschaftliche Veränderungen, aber ebenso die globalen Herausforderungen, für die Lösungen und Antworten gefunden werden müssen. Egal ob als externer Ideengeber, Dienstleister oder Kooperationspartner, Kreative können und sollten deshalb verstärkt in die Innovationsprozesse von kleinen und mittelständischen Unternehmen mit einbezogen werden.

II. Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung als übergreifende Plattform für alle Akteure

Die im Jahr 2008 gestartete Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung wurde in der laufenden Legislaturperiode auf konkrete Handlungsfelder ausgerichtet und konnte zu einer übergreifenden Plattform für Kulturunternehmen und Kreative sowie politische und andere institutionelle Akteure ausgebaut werden. Dabei wurde vor allem darauf abgezielt,

- zusätzliche Impulse für das weitere Wachstum der Branche zu geben,
- die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen weiter zu stärken,
- die Zahl der nachhaltigen Unternehmensgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter zu erhöhen,
- die Vernetzung der Unternehmen der Branche untereinander sowie mit Unternehmen anderer Wirtschaftsbereiche zu intensivieren,
- die Innovationskraft der Kultur- und Kreativschaffenden noch stärker zu nutzen, um die wirtschaftliche Erneuerung in Deutschland weiter voranzubringen,
- die Potenziale der Branche im Ausland noch besser bekannt zu machen und den Export kultureller und kreativer Dienstleistungen zu steigern.

Ingesamt wurde ein ganzes Bündel von Maßnahmen im Rahmen der Initiative auf den Weg gebracht. Besonders hervorzuheben sind die Einrichtung des Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes im Herbst 2009 und seiner acht Regionalbüros zur Beratung von Kultur- und Kreativschaffenden im Jahr 2010, der Internetauftritt www.kultur-kreativ-wirtschaft.de (April 2010), der seit 2010 dreimal durchgeführte Wettbewerb Kultur- und Kreativpilote Deutschland (www.kulturkreativpilote.de) und Maßnahmen im Bereich der Außenwirtschaftsförderung, wie z. B. die Beteiligung an der Business of Design Week in Hongkong.

Intensiver Dialog mit allen Akteuren und Fokussierung auf kleine Unternehmen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine dynamische und sich schnell veränderte Branche, die dadurch gekennzeichnet ist, dass ständig neue Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten und Kooperationen entstehen. Auch gibt es für die Kultur- und Kreativwirtschaft als ganzes – anders als in anderen Wirtschaftsbereichen – keine schlagkräftige Branchenvertretung, was u. a. auf die Kleinteiligkeit und Heterogenität der Branche zurückzuführen ist. Der Bundesregierung war es deshalb von Anfang ein Anliegen, alle wichtigen Akteure in die Umsetzung der Initiative einzubinden. Im Mittelpunkt standen dabei vor allem die Kultur- und Kreativschaffenden selbst. Der intensive Dialog in Form von Veranstaltungen, Workshops und Branchendialogen hat sich sehr bewährt und wird auch in Zukunft fortgesetzt werden.

Bei der Umsetzung der Initiative wurden und werden sowohl die Aktivitäten auf europäischer Ebene wie auch die Aktivitäten der Länder und Kommunen auf regionaler Ebene berücksichtigt. Die Initiative der Bundesregierung zielt dabei vor allem darauf ab, die überregionalen Aspekte der Kultur- und Kreativwirtschaft zu behandeln und Pilotmaßnahmen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen auf nationaler Ebene umzusetzen. Dabei geht es weniger darum die Qualität der kreativen Leistungen der Akteure zu verbessern, sondern vor allem ihr betriebswirtschaftliches Know how zu stärken. Wichtig ist deshalb auch – in einer zeitlich begrenzten Übergangsphase – die Vernetzung und Beratung der Akteure in der Region. Diese „Brückenfunktion“ ist solange erforderlich, bis sich der Selbstorganisationsgrad der Branche und die damit verbundene „Hilfe zur Selbsthilfe“ weiter gefestigt hat und die Akteure der Wirtschaftsförderung vor Ort ihre Rolle, die sie in anderen Bereichen traditionell spielen, auch auf die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft ausdehnen. Ein besonderer Fokus der Initiative liegt auf den Kleinst- und Kleinunternehmen der Branche, da sie ein wesentlicher Treiber für die wirtschaftliche Dynamik der Branche

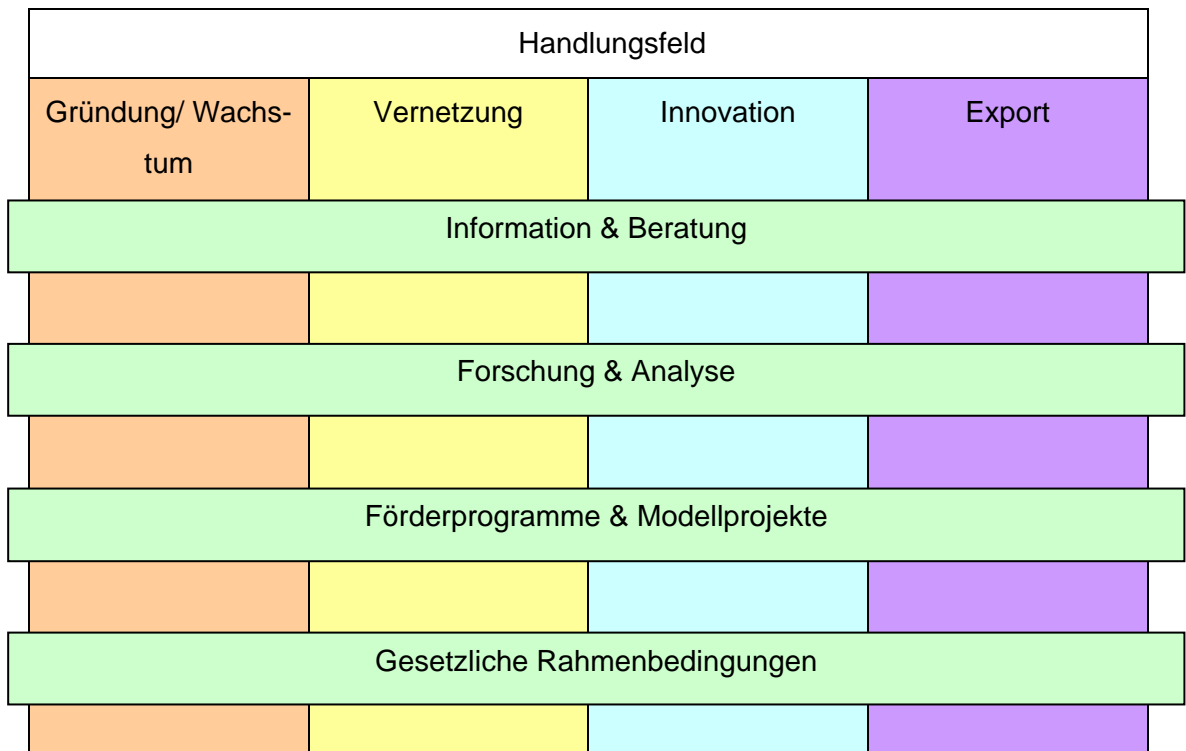
sind. Gerade für kleine Unternehmen gibt es große Chancen und Wachstumspotenziale im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie brauchen aber hierfür häufig auch eine andere Unterstützung als große Unternehmen bei Finanzierung, Internationalisierung, Export, Forschung, Entwicklung und Innovation.

Enge Kooperation zwischen Bund und Ländern

Im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft besteht eine durchgängig enge Kooperation zwischen Bund und Ländern. Die Bundesregierung unterrichtet und erörtert die im Rahmen der Initiative durchgeführten Projekte und Studien regelmäßig mit den Ländern. Dies geschieht u. a. über die ständige Beteiligung des Bundes an den Sitzungen des von der Wirtschaftsministerkonferenz eingerichteten Arbeitskreises Kulturwirtschaft und des von der Kultusministerkonferenz im Januar 2012 neu eingerichteten Arbeitskreises Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Einbindung der Länder erfolgt zusätzlich aber auch über deren Präsenz im Beirat des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Darüber hinaus gibt es einen sehr engen und ständigen Meinungsaustausch zwischen den acht regionalen Ansprechpartnern des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und den für die Branche in den Ländern und Gemeinden verantwortlichen Stellen.

III. Handlungsfelder und Maßnahmen

Im Ergebnis der bisher im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft durchgeführten Studien, Analysen und Branchendialoge wurden zum Beginn der laufenden Legislaturperiode vier wichtige Handlungsfelder identifiziert und den Blick genommen. Es sind die Handlungsfelder „Gründung und Wachstum von Unternehmen“, die „Vernetzung der Branche“, „Innovation“ und „Export“. Ergänzend gibt es außerdem vier übergreifende Maßnahmebereiche, die für alle Handlungsfelder wichtig sind (Information & Beratung, Forschung & Analyse, Förderprogramme & Modellprojekte, gesetzliche Rahmenbedingungen).



Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und Regionalbüros

Eine Maßnahme ist mit Blick auf den Ausbau der Initiative in der laufenden Legislaturperiode besonders hervorzuheben: die Einrichtung des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft im Herbst 2009. Mit dem Kompetenzzentrum, das beim Rationalisierungs- und Innovationszentrum der deutschen Wirtschaft (RKW) in Eschborn angesiedelt worden ist, gibt es für den Wirtschaftszweig erstmals auf Bundesebene eine eigene Plattform für Information, Beratung und Vernetzung. Das RKW wurde eingebunden, weil es über vielfältige Kompetenzen und Erfahrungen im Bereich des Mittelstandes verfügt. Diese sollen auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft nutzbar gemacht werden. Der Aufgabenbereich des Kompetenzzentrums umfasst insgesamt fünf Aktionsfelder: die Verankerung der Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenständiges Wirtschaftsfeld in der Öffentlichkeit, die Verbesserung des Zugangs zu bestehenden Fördermaßnahmen, die Fortentwicklung von Professionalisierung und Weiterbildung, die Optimierung der Marktchancen für Kulturschaffende und Kreative sowie die Erschließung des Zugangs zu den internationalen Märkten. Ergänzend zum Kompetenzzentrum wurden im Jahr 2010 außerdem in enger Abstimmung mit den Ländern acht Regionalbüros eingerichtet. Ihre vorrangige Aufgabe ist es, Unternehmern, Selbstständigen und Freiberuflern der Branche zu helfen. Schwerpunkthemen sind

dabei die Klärung erster unternehmerischer Ideen und deren erfolgsorientierte Weiterentwicklung, die Vermittlung an und in bestehende Unterstützungsangebote – insbesondere der Wirtschaftsförderung – sowie der Erfahrungsaustausch und die Vernetzung mit anderen Wirtschaftsakteuren.

Handlungsfeld „Gründung und Wachstum von Unternehmen“

Die Branche ist ein Wirtschaftsfeld mit sehr vielen kreativen Menschen – mit agilen Akteuren, zu deren Berufsethos gehört, immer wieder etwas Neues zu wagen. Gerade die vielen Freiberufler und Kleinstunternehmen haben zur positiven Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den letzten Jahren ganz erheblich beigetragen. Da es sich gerade bei den Gründern und Gründerinnen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten um eine sehr lohnenswerte Zielgruppe handelt, hat eine im Jahr 2011 durchgeführte Untersuchung der KfW ergeben. Drei Jahre nach Start sind noch fast 80% der kreativen Gründungen im Markt, in den übrigen Wirtschaftsbereichen sind es nur 66 %.

Mit der Anfang 2010 gestarteten Initiative „Gründerland Deutschland“ stärkt die Bundesregierung die Gründungskultur in Deutschland. Der seit April 2010 bestehende Internetauftritt www.kultur-kreativ-wirtschaft.de bietet Gründerinnen und Gründern der Branche eine praxisorientierte Hilfe. Das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und seine acht regionalen Ansprechpartner führen regelmäßige Orientierungsberatungen und Sprechstage an 78 Orten in der gesamten Bundesrepublik durch. Das regionale Angebot des Kompetenzzentrums wird bundesweit aktiv angenommen und dies sowohl in kleineren Städten als auch in Ballungsräumen. So haben die regionalen Ansprechpartner 6.654 Orientierungsberatungen in der Zeit vom 1. April 2010 bis zum 31. Juli 2012 durchgeführt. Erstmals wurde im Jahr 2010 außerdem ein neues Format der Gründer- und Beratungsförderung für junge Kreative durchgeführt, der Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ (www.kulturkreativpiloten.de). Mit ihm sollen die erheblichen Gründungs- und Wachstumspotenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft noch besser aktiviert werden. Die von der Expertenjury ausgewählten 32 Preisträger werden ein Jahr lang von Branchenfachleuten mit Workshops und bedarfsorientierten Coachings begleitet. Außerdem erhalten sie Zugang zu geschäftlichen Netzwerken. Der Wettbewerb wurde in diesem Jahr bereits zum dritten Mal durchgeführt. Die Preisverleihung wird am 13. Dezember 2012 in Berlin stattfinden.

Weitere Maßnahmen:

- Durchführung des Modellprojekts „German Fashion Film Award 2010“.
- Bereitstellung von praxisorientierten Materialien, wie z. B. die Broschüre „Alles, nur kein Unternehmer?“ im Jahr 2011.
- Durchführung von Veranstaltungen und Workshops, wie z. B. der Veranstaltung „Zukunftswerkstatt Qualifizierung – Spezifische Initiativen und Bedarf“ im Jahr 2012 und des Workshops „Finanzierung: Instrumente und Vergabepraxis im Fokus der Kultur- und Kreativwirtschaft“ im Jahr 2010
- „Gründerwettbewerb – IKT Innovativ“ (www.gruenderwettbewerb.de).
- Förderung von Gründungen aus der Wissenschaft mit dem EXIST-Gründerstipendium (www.exist.de) .

Handlungsfeld „Vernetzung der Branche“

Vor dem Hintergrund der Heterogenität der Branche sowie der kleinteiligen Strukturen ist es wichtig, die Vernetzung der Akteure weiter voranzubringen. Dies gilt sowohl für die Vernetzung der Wirtschaftsakteure einzelnen Teilmärkte untereinander als auch für die Vernetzung der elf Teilmärkte miteinander. Hierdurch wird ein ganz gewichtiger Impuls zur „Hilfe durch Selbsthilfe“ der Branche, für Innovationen und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle gesetzt. Gleiches gilt auch für Vernetzungsaktivitäten, durch die die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Unternehmen anderer Wirtschaftsbereiche zusammengebracht werden. Hierdurch werden die Marktchancen für Kulturschaffende und Kreative weiter optimiert und das insoweit bestehende wirtschaftliche Potential noch besser zu erschlossen.

In der Zeit vom 1. April 2010 bis zum 31. Juli 2012 haben das Kompetenzzentrum und seine regionalen Ansprechpartner 285 eigene Netzwerkveranstaltungen durchgeführt. Im Vordergrund stand auch hierbei die „Hilfe zu Selbsthilfe“. So gab es z. B. Erfahrungsaustausche zu Themen wie Gründung, Finanzierung, Export, Künstlersozialversicherung oder der Wahrung von Eigentumsrechten. Außerdem gab es auch bereits Veranstaltungen, in denen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbereichen zusammengebracht worden sind. Ziel dieser Veranstaltungen ist es, dass sich neue Geschäftsbeziehungen, Absatzmärkte, Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle ergeben bzw. entwickeln. Hiervon profitieren sowohl die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch die Unternehmen anderer Wirtschaftsbereiche.

Weitere Maßnahmen:

- Durchführung von Veranstaltungsreihen auf Bundesebene, wie der Reihe „Kultur- und Kreativwirtschaft im Dialog“ und der Reihe „Fokus Kultur- und Kreativwirtschaft“.
- Auszeichnung von Vernetzungsinitiativen (Bewegungsmelder 2011).
- Bereitstellung von Informationsmaterial zu bestehenden oder neuen Netzwerken in der Kultur- und Kreativwirtschaft (z. B. „Kreative Landkarte 2011“).

Handlungsfeld „Innovation“

Schon heute wird in der Branche an und mit zukunftsorientierten Arbeits- und Geschäftsmodellen, wie zum Beispiel in hybriden Arbeitsformen, gearbeitet. Fast alle Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nutzen dabei moderne Technologien, allen voran Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Sie sind dabei nicht nur passive Technologienutzer, sondern geben den Technologieherstellern und -entwicklern immer wieder bedeutsame Anstöße für neue Technologieentwicklungen. Der Einsatz der neuen Technologien spielt bei der Produktion der Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft eine gewichtige Rolle. Die Fertigung von Produktprototypen oder Dienstleistungskonzepten erfolgt grundsätzlich nur noch unter Nutzung von IKT. Auch bei der Vermarktung von Leistungen der Kultur- und Kreativschaffenden haben webbasierte Strategien und Lösungen eine herausragende Bedeutung. Gerade dort, wo Unternehmen anderer Branchen an die Grenzen ihres Innovationsbestrebens stoßen, haben die Kreativen ihre Stärken. Offene Denkansätze, die Erweiterung der Lösungsräume, die Anwendung von Methoden wie "Design Thinking" oder Open innovation, sind nur einige Beispiele, wie innovative Entwicklungen befördert werden können. Egal ob als externer Ideengeber, Dienstleister oder Kooperationspartner, Kreative können und sollten deshalb verstärkt in die Innovationsprozesse von kleinen und mittelständischen Unternehmen mit einbezogen werden.

Eine Wirtschaftspolitik, die auf die Stärkung des Innovationsstandortes abzielt, muss daher vermehrt auf die Entwicklung der Querschnittsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft fokussieren. Kreativität ist für unsere wirtschaftliche Entwicklung eine wichtige, Schlüsselkompetenz. Denn ohne Kreativität gäbe es keine Innovationen und ohne Innovationen keinen wirtschaftlichen Fortschritt.

Maßnahmen:

- Durchführung von Modellprojekten, wie z. B. das Modellprojekt „Innovationspunkt Europäische Märkte für Kreative“ im Jahr 2011.
- Veranstaltungen auf Bundesebene , wie z. B. „Im Fokus: Innovation im Wandel - Vorbild Kultur- und Kreativwirtschaft“ im Jahr 2011, der Workshop „11 Impulse für morgen - Kreativität als Motor für nachhaltiges und erfolgreiches Wirtschaften“ im Jahr 2012 oder der Veranstaltung „Innovation und kreatives Marketing im Bereich Darstellende Kunst“ im Jahr 2012.
- Forschungsgutachten „Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette - Wirkungsketten, Innovationskraft, Potentiale“(Abschluss Ende 2012)
- Durchführung von Wettbewerben, wie z. B. dem Designpreis der Bundesrepublik Deutschland“ (www.bundesdesignpreis.de) oder der Bundespreis „Deutscher Computerspielpreis“ (www.deutscher-computerspielpreis.de).

Handlungsfeld „Export“

Auch im internationalen Vergleich erbringt unsere Volkswirtschaft im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft Spitzenleistungen. Insgesamt sind die im internationalen Geschäft erzielten Umsätze jedoch noch steigerungsfähig. Dies ist auch der Grund, weshalb die Kultur- und Kreativwirtschaft einen wichtigen Schwerpunkt der im Jahr 2010 gestarteten Außenwirtschaftsoffensive bildet. Ein wichtiges Instrument ist die Förderung von Messeauftritten im Rahmen des Auslandsmesseprogramms des Bundes. So hat sich Deutschland im Jahr 2011 unter dem Motto "Brand New Germany" als Land des innovativen Designs und der attraktiven Marken auf der „Business of Design Week“ in Hongkong präsentiert. Für deutsche designorientierte Unternehmen war die „Business of Design Week“ eine ausgezeichnete Chance, ihre Produkte und Dienstleistungen im asiatischen Raum präsentieren – einem wichtigen Wachstumsmarkt für die deutsche Exportwirtschaft.

Weitere Maßnahmen:

- Stärkere Berücksichtigung von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft bei Auslandsreisen von Wirtschaftsdelegationen.
- Durchführung von Modellprojekten, wie etwa das Projekt „Deutschlandpräsentation auf der South by Southwest (SXSW) in Austin/ Texas“ oder das Projekt „Ausbau

und der Aktualisierung der Länderinformationen für grenzüberschreitend tätige Architekten und Ingenieure“, das Anfang 2013 abgeschlossen wird..

Fortentwicklung der gesetzlichen Rahmenbedingungen

Die Nutzung der wirtschaftlichen Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft hängt ganz wesentlich auch von den gesetzlichen Rahmenbedingungen ab. Bereits seit dem Start der Initiative wurden deshalb auch immer wieder etwaige gesetzliche Hemmnisse und Möglichkeiten zu deren Optimierung diskutiert. Das Spektrum der in den Blick genommenen Rechtsfragen war dabei sehr vielfältig. So ging es u. a. um sehr spezifische Fragestellungen in den Bereichen Künstlersozialversicherung, Steuerrecht und Urheberrecht. Insbesondere die Künstlersozialversicherung legt für die wirtschaftliche Betätigung von Kulturschaffenden eine wichtige Grundlage. Sie ist eine in Europa einzigartige soziale und kulturpolitische Errungenschaft, die selbständigen Künstlern und Publizisten Schutz vor den elementaren Lebensrisiken Krankheit, Pflegebedürftigkeit und Alter bietet. Die rasante Entwicklung neuer Technologien im Internet hat auch die Digitalisierung im Medienbereich beschleunigt. Die neuen Möglichkeiten des Einsatzes von IKT führen nicht nur zur Entwicklung neuer Online-Angebote der klassischen Medien (Pressemarkt, Rundfunkwirtschaft, Buchmarkt), sondern beeinflussen zunehmend alle Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, z. B. Musikwirtschaft, elektronische Spiele/Games, Design- und Filmwirtschaft. Vor diesem Hintergrund kommt der Frage, wie dem Schutz des geistigen Eigentums in der digitalisierten Welt angemessen Rechnung getragen werden kann, wachsende Bedeutung zu. Im Rahmen des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie initiierten "Wirtschaftsdialoges für mehr Kooperation bei der Bekämpfung der Internetpiraterie" erörtern Rechteinhaber und Diensteanbieter konkrete Maßnahmen zur Bekämpfung von Urheberrechtsverletzungen wie z. B. eine mögliche gemeinsame Aufklärungskampagne, mit der die grundlegende Bedeutung des Urheberrechts für die Existenz der Kreativen und zugleich für die Vielfalt, Innovation und Gestaltungskraft innerhalb der Gesellschaft insgesamt herausgestellt werden.

Jahreskonferenz Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Fortschritte bei der Umsetzung der Initiative und wichtige Maßnahmen und Modellprojekte werden in einer jährlich stattfindenden Konferenz präsentiert. Die Jahreskonferenz dient aber auch dazu, die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Impulsbranche für Wirtschaft und Gesellschaft zu verdeutlichen. Sie ist außerdem ein

wichtiges Forum um aktuelle Trends und zukünftige Entwicklungen der Branche zu diskutieren und eine wichtige Plattform für die Vernetzung und den Austausch der Akteure mit den Vertretern aus anderen Wirtschaftsbereichen, der Politik und der Wissenschaft. Die vierte Jahreskonferenz Kultur- und Kreativwirtschaft wird am 14. Dezember 2012 in Berlin stattfinden.

IV. Ausblick

Die Förderung und Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland und ihres Beitrags für die gesamte Volkswirtschaft wird auch in den kommenden Jahren eine wichtige wirtschafts- und innovationspolitische Aufgabe bleiben. Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung bietet hierfür eine geeignete und bewährte Plattform, um mit allen Akteuren aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Kultur gemeinsam die künftigen Herausforderungen für Kultur- und Kreativunternehmen zu identifizieren und unter Beachtung der der jeweiligen Verantwortungsbereiche Lösungsansätze zu entwickeln. Auch deshalb ist es wichtig, das Monitoring zu den wirtschaftlichen Kennzahlen der Branche in den nächsten Jahren fortzusetzen und weiter zu vertiefen. Eine weitere wichtige Aufgabe liegt darin, das Informations- und Beratungsangebot des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes zu verstetigen und das bestehende Angebot des Internetauftritts kultur-kreativwirtschaft.de weiter auszubauen. Die bisher in den Fokus genommenen Handlungsfelder „Gründung und Wachstum von Unternehmen“, die „Vernetzung der Branche“, „Innovation“ und „Export“ werden auch künftig wichtige Schwerpunkte bleiben der Initiative bleiben. Vor dem Hintergrund des starken Veränderungsprozesses in der Kultur- und Kreativwirtschaft werden jedoch auch andere Themen noch stärker in den Blick zu nehmen sein. Wichtige Themen werden aus heutiger Sicht die Digitalisierung, die Qualifizierung, die soziale Sicherung und die Anpassung von Rahmenbedingungen sein. Als eine zentrale Herausforderung für die Zukunft der Kultur- und Kreativwirtschaft gilt aber auch immer noch, der Branche "Gesicht und Gewicht" zu geben und die Akteure zu ermutigen, eigene Initiativen zu starten und dadurch die "kreative Landkarte Deutschlands" weiter zur Entfaltung zu bringen. Davon profitiert nicht nur die Wirtschaft in der Region sondern die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt.