

# Reboot Arbeit, update Urheberrecht, bildet soziale Netzwerke!

Der Kreativpakt – ein Bündnis von Kultur, Wirtschaft und Politik



UNSER PROJEKT HEISST ZUKUNFT





- 
- 05 **Vorwort**  
Kreativität – der Rohstoff des 21. Jahrhunderts
- 08 **Der Kreativpakt**  
Was wir wollen
- 11 **Die Kreativwirtschaft**  
Wachstumstreiber, Zukunftslabor, Avantgarde
- 14 **Urheberrecht**  
Vergüten statt verbieten
- 17 **Soziale Sicherung**  
Springen können, sicher fallen
- 20 **Kulturförderung**  
Wettbewerb der Ideen statt starrer Strukturen
- 23 **Wirtschaftsförderung**  
Kreativität – der Rohstoff des 21. Jahrhunderts
- 26 **Bildungspolitik**  
Kompetenzen neu denken und fördern
- 30 **Netzp politik**  
Internet: Grundrecht in der digitalen Gesellschaft
- 33 **Der Kreativpakt**  
Wer wir sind
- 38 **Kreativwirtschaft**  
Zahlen und Fakten
- 41 **Unser Projekt heißt Zukunft**  
Deutschland 2020



# Kreativität – der Rohstoff des 21. Jahrhunderts

---

„Wir brauchen einen Kreativpakt“ – das forderten im Jahr 2009 Filmemacher und Oscar-Preisträger Pepe Danquart, DJ und Musikproduzent Paul van Dyk, Galerist Frank-Thomas Gaulin, Agenturleiterin Karen Heumann, Schriftstellerin Louise Jacobs, Design-Professor Axel Kufus, Verlags-Geschäftsführer Christopher R. Koppler, Musikproduzent und Autor Tim Renner, Blogger und Autor Sascha Lobo und Architekt Meinhard von Gerkan.

Sie hatten Frank-Walter Steinmeier beim Wort genommen, der als Erster von einem Pakt zwischen Kreativen, Wirtschaft und Politik zur Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft sprach. Aus der Initiative wurde 2011 der „Kreativpakt e. V.“ ([www.kreativpakt.org](http://www.kreativpakt.org)). Hier arbeiten Kreative gemeinsam an der Idee, bessere Bedingungen für die Kreativwirtschaft zu formulieren und auf den Weg zu bringen. Der Kreativpakt gab dem Projekt „Zukunft – Deutschland 2020“ der SPD-Bundestagsfraktion in einem langfristig angelegten, engen Arbeitsprozess entscheidende Impulse zur Entwicklung der Kreativwirtschaft.

Der Kreativpakt ist ein Bündnis von Kultur, Wirtschaft und Politik (siehe Seite 33 bis 36). Unser Ziel ist klar: Gemeinsam wollen wir das Potenzial der Kreativwirtschaft weiterentwickeln. Die in der Kreativwirtschaft Beschäftigten müssen verlässlich sozial abgesichert sein und die Rahmenbedingungen kreativer Arbeit – vom Urheberrecht über die Netz- und Bildungspolitik bis zur Kultur- und Wirtschaftsförderung

– müssen verbessert werden. Kurz gesagt: Reboot Arbeit, update Urheberrecht, bildet soziale Netzwerke!

Wir haben uns dazu regelmäßig ausgetauscht, wissenschaftliche Studien ausgewertet, Praktiker befragt, Workshops durchgeführt und Thesen auf unserer adhocracy-Online-Plattform debattiert. In dieser Broschüre sind einige zentrale Ergebnisse für den weiteren Dialog festgehalten.

Kreativität ist der Rohstoff des 21. Jahrhunderts. Und den wollen wir fördern.

August 2012

FÜR DIE SPD-BUNDESTAGSFRAKTION



Siegmond Ehrmann, MdB




Lars Klingbeil, MdB

FÜR DEN KREATIVPAKT E. V.



Antje Schlag



Prof. Tim Renner



Peter Ruhenstroth-Bauer



# Der Kreativpakt: Was wir wollen

---

## **Urheberrecht: Vergüten statt verbieten**

Die reale Nutzung des Netzes muss zur legalen Nutzung werden. Dabei gilt es, eine angemessene Vergütung zu gewährleisten. Wir brauchen ein modernes Urheberrecht, das Kreative und Urheber stärkt, ihnen faire Einkommen ermöglicht und das Recht mit neuen digitalen Nutzungspraktiken in Einklang bringt. Die damit verbundenen Chancen für kulturelle Teilhabe und Vermittlung, Demokratie, aber auch für die Vermarktung und Verbreitung kultureller Angebote wollen wir fördern.

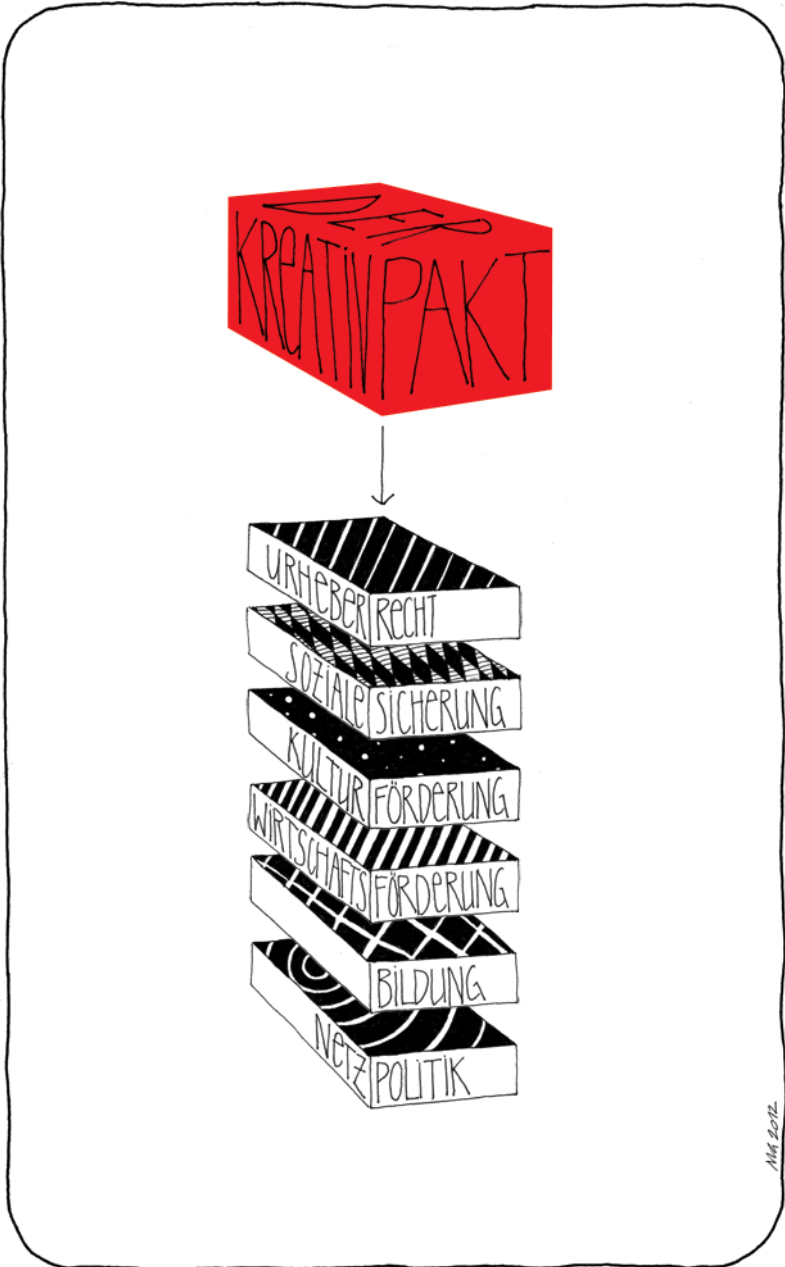
## **Soziale Sicherung: Springen können, sicher fallen**

Es ist Zeit, die soziale Sicherung endlich der neuen kreativen und digitalen Arbeitswelt anzupassen. Wir müssen berücksichtigen, dass sich die Kreativwirtschaft überwiegend in Form von Soloselbständigkeit organisiert. Deshalb wollen wir die Künstlersozialversicherung modernisieren und erweitern. Auch die allgemeinen Sozialversicherungssysteme gilt es anzupassen. Grundlage jeder sozialen Sicherung sind faire und stabile Einkommen.

## **Kulturförderung: Wettbewerb der Ideen statt starrer Strukturen**

Die Förderung von Kunst und Kultur muss sich an den Bedürfnissen der Kultur- und Kreativschaffenden orientieren. Statt „einmal gefördert, immer gefördert“ brauchen wir ein System, das Experimente zulässt, die Avantgarde befördert und Anreize für Neues schafft. Die öffentliche Kulturförderung muss soziale Mindeststandards und -honorare beachten.





**Wirtschaftsförderung: Kreativität ist der Rohstoff des 21. Jahrhunderts**

Kreative und künstlerische Arbeit bildet die Grundlage für ökonomischen Fortschritt und jede gesellschaftliche Innovation. Wir wollen den Innovationsbegriff öffnen. Die Kreativwirtschaft ist eine eigene Wirtschaftsform und Zukunftsbranche. Sie ist mit ihrem hohen wirtschaftlichen Potenzial mindestens so zu fördern wie die klassischen Industrien. Vor allem die Existenzgründungsförderung muss auf die Bedürfnisse von Kreativen zugeschnitten werden.

**Bildungspolitik: Kompetenzen neu denken und fördern**

Bildung und Weiterbildung müssen den neuen, von der Kreativwirtschaft aufgezeigten Anforderungen der Arbeitswelt gerecht werden. In der Lehrer- und Erzieherausbildung muss deshalb die kulturelle Bildung stärker verankert werden. Der Umgang mit neuen Medien ist genauso wichtig wie Lesen und Schreiben und muss Querschnittsfach sein. Bildung muss Kreativität heben, zur selbstständigen Arbeit befähigen und Entrepreneurship anregen.

**Netzpolitik: Internet ist ein Grundrecht unserer digitalen Gesellschaft**

Der schnelle Zugang zum Internet muss für alle und überall möglich sein. Dies bedeutet ein öffentliches WLAN in öffentlichen Räumen. Eine gesetzlich verankerte Netzneutralität und die Diskriminierungsfreiheit der Infrastrukturen und Inhalte muss die Grundlage für ein freies und innovationsfreundliches Internet sein. Informationen müssen für alle zugänglich sein.

.....

# Die Kreativwirtschaft: Wachstumstreiber, Zukunftslabor, Avantgarde

---

Die Kreativwirtschaft ist zu einer entscheidenden wirtschaftlichen Größe und zum Impulsgeber für gesellschaftliche Erneuerung geworden. Sie ist ein wichtiger Beschäftigungs- und Wachstumstreiber. Buchmarkt, Musikwirtschaft, Film, Rundfunk und Bühne, bildende Kunst, Architektur und Design sowie die Software- und Games-Branchen und die Werbewirtschaft beschäftigen in Deutschland rund eine Million Menschen und erzielen einen jährlichen Umsatz von ca. 137 Milliarden Euro. Ihr Anteil am Bruttoinlandsprodukt liegt damit bereits deutlich vor z. B. der Chemiebranche. Die Kreativwirtschaft ist ein „schlummernder Riese“, dessen Potenziale zielstrebig entwickelt werden müssen.

Die Kreativwirtschaft macht zukünftige Entwicklungen in Arbeitswelt, Wirtschaft, Bildung und Gesellschaft schon heute wie ein Vergrößerungsglas sichtbar. Sie ist gleichzeitig Zukunftslabor und Avantgarde.

Der nahezu unbegrenzte Zugang zu Informationen und die Möglichkeit der Teilhabe durch das Internet müssen erhalten und ausgebaut werden. Um diese Informationen in der modernen Wissensgesellschaft einzuordnen und bewerten zu können, muss das Bildungssystem verstärkt Medienkompetenz vermitteln.

Durch Internet und Computer wurden in der Kreativwirtschaft die Produktionsmittel sowie die Kommunikations- und Vertriebswege demokratisiert. Die Digitalisierung ermöglicht vereinfachten Zugang zu Wissen und neue Wege gesellschaftlicher Teilhabe. Auch deshalb gibt es in der Kreativwirtschaft viele Unternehmensgründer und Solo-Selbständige.

Diese Arbeitsstrukturen fordern und befördern Ideen und Innovation – und sie schaffen neue Arbeitsplätze. Es wird aber auch deutlich, dass die bestehenden sozialen Sicherungssysteme diese neuen Formen von Arbeit nur unzureichend erfassen. Viele dieser Beschäftigungsformen sind sozial schlecht abgesichert und häufig prekär. Aufgabe der Politik muss es sein, diese ökonomischen und innovativen Kräfte zu erschließen, ohne die sozialen Herausforderungen und Risiken zu übersehen. Die Bildungspolitik muss sicherstellen, dass junge Menschen auf die neue Arbeitswelt vorbereitet werden.

.....



# Urheberrecht: Vergüten statt verbieten

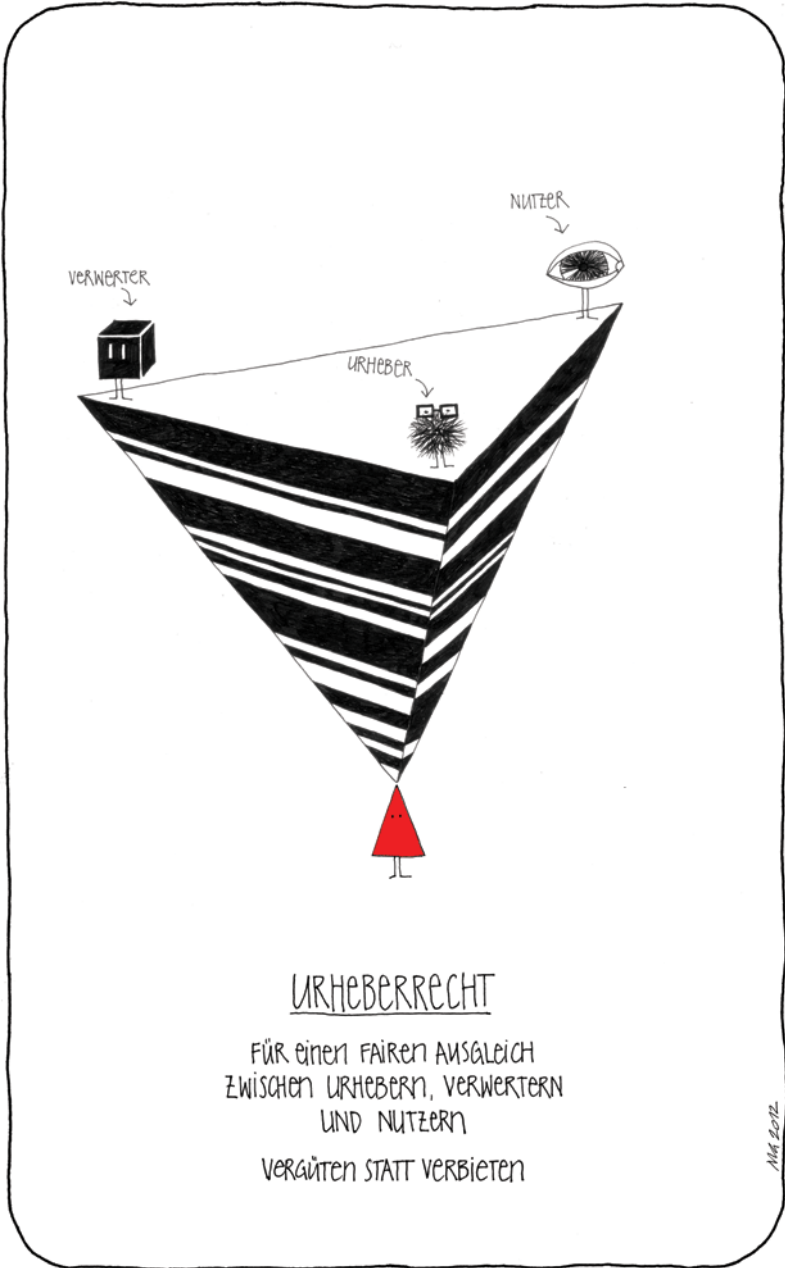
---

Das Urheberrecht muss der digitalen Gesellschaft angepasst und modernisiert werden. Um Kreative und Urheber zu stärken, müssen die gesetzlichen Vorgaben mit den neuen digitalen Nutzungspraktiken in Einklang gebracht werden. Ziel muss ein fairer und gerechter Ausgleich der Interessen von Urhebern, Verwertern und Nutzern sein. Auch Akteure wie Telekommunikationsunternehmen müssen in diesen Ausgleich einbezogen werden.

Kreative und Kulturschaffende sollen von ihrer Arbeit leben können. Die Frage der angemessenen Vergütung von Künstlerinnen und Künstlern muss im Zentrum einer Reform des Urheberrechts stehen. Zugleich muss gewährleistet sein, dass der freie Zugang zu Informationen nicht eingeschränkt wird. Um die Position des Urhebers zu verbessern, bedarf es einer Reform des Urhebervertragsrechts. Dazu gehören Regelungen wie z. B. effizientere Schlichtungsmechanismen. Die strukturell schwächere Stellung des Urhebers gegenüber dem Verwerter muss wirksam gestärkt werden.

Existierende, nutzerfreundliche Geschäftsmodelle belegen, dass Konsumenten bereit sind, auch im digitalen Zeitalter für Inhalte zu bezahlen. Es müssen mehr solche Modelle entwickelt werden, die eine einfache und legale Nutzung geschützter Inhalte ermöglichen und den Nutzern Rechtssicherheit bieten. Ein gutes Angebot ist der beste Schutz vor Piraterie. Auch Modelle der freiwilligen Lizenzierung, wie sie beispielsweise die Organisation Creative Commons (CC) in ihren Lizenzvertragsmustern vorschlägt, können eine nutzerfreundliche Möglichkeit unbürokratischer Rechteeinräumung darstellen und sollten gefördert werden.

Maßnahmen zum Schutz geistigen Eigentums müssen verhältnismäßig sein. Eine flächendeckende Filterung der Inhalte des Datenstroms oder eine Sperrung des Internetzugangs ist ebenso wie die Einführung eines Warnhinweismodells abzulehnen. Dennoch müssen die Regelungen zur Verantwortlichkeit von Host Providern überprüft und gegebenenfalls neu justiert werden. Rechteinhaber müssen schneller als bisher urheberrechtsverletzende Inhalte in einem geordneten und gesetzlichen Verfahren von den Seiten eines Internetanbieters entfernen lassen können. Außerdem muss das Haftungsregime für Provider überprüft werden, insbesondere für



Share- und Streaminghoster. Illegale Angebote profitieren von den Zahlungen von Nutzern und in großem Umfang von Werbeeinnahmen. Es muss deshalb sichergestellt sein, dass auf Webseiten mit eindeutig urheberrechtsverletzenden Inhalten keine legalen Werbeeinnahmen generiert werden können und Zahlungsdienstleister (z. B. Kreditkartenanbieter) nicht mit ihnen kooperieren dürfen. Eine wirksame Bekämpfung von Plattformbetreibern, deren Geschäftsmodelle auf die Verletzung geistigen Eigentums ausgerichtet sind, ist notwendig, damit sich innovative, legale Geschäftsmodelle dauerhaft am Markt etablieren können. Auch die internationale Zusammenarbeit bei der Rechtsverfolgung muss verbessert werden.

Um dem Akzeptanzverlust des Urheberrechts in der Bevölkerung entgegenzutreten, muss sich die Rechtsverfolgung auf die großen, gewerblichen Rechtsverletzer konzentrieren. Geringfügige Rechtsverletzungen oder die Inanspruchnahme von Anschlussinhabern als Störer für das rechtswidrige Verhalten Dritter dürfen private Internetnutzer nicht an den Rand des finanziellen Ruins treiben. Massenabmahnungen, deren eigentliches Ziel nicht mehr die an sich legitime Rechtsverfolgung, sondern eher ein lukratives Geschäftsmodell ist, müssen eingeschränkt werden.

Eine allgemeine, pauschale Kulturflatrate ist als Modell, Urhebern eine Vergütung aus der nichtkommerziellen Weitergabe und Vervielfältigung von digitalen, urheberrechtlich geschützten Werken zu gewähren, keine geeignete Lösung. Eine solche generelle Zwangsabgabe lässt zu wenig Raum für Differenzierungen und benachteiligt diejenigen, die das Internet nicht oder nur in geringem Umfang nutzen. Sie ist im Übrigen mit einer Legalisierung der massenhaften unerlaubten nichtkommerziellen Nutzung digitaler Werke verbunden und entzieht dem Urheber damit die Befugnis, über die Nutzung seines Werkes selbst zu entscheiden. Schwierig ist es auch, eine gerechte Verteilung des Aufkommens an die Künstler zu gewährleisten. Gleichwohl funktionieren pauschale Vergütungsmodelle in Teilbereichen und sollten gefördert werden.

Presseverleger sollen die unautorisierte Verwendung ihrer Presseerzeugnisse durch Dritte (z. B. News-Aggregatoren, Harvester) effizient verfolgen können. Von einer besseren Durchsetzung der Rechte für journalistische Inhalte könnten nicht zuletzt auch die Urheber profitieren. Die Einführung eines eigenen Leistungsschutzrechts in der von der Bundesregierung diskutierten Form ist dazu aber nicht erforderlich. Denn freier Informationsfluss und die Funktionsfähigkeit von Suchmaschinen, Blogs und sozialen Netzwerken ermöglichen erst das Auffinden von Informationen im Internet. Wir wollen nicht, dass dies durch den Schutz von Wortbeiträgen – unabhängig von ihrer Schöpfungshöhe – beeinträchtigt wird.

.....



# Soziale Sicherung: Springen können, sicher fallen

---

Die in der Kreativwirtschaft sichtbaren Veränderungen des Arbeitsmarktes sind auch für andere Branchen prägend. Dazu gehören großes Beschäftigungspotenzial und die mit der Digitalisierung verbundenen Möglichkeiten selbstbestimmter, zeitlich und örtlich unabhängiger Arbeit. Zugleich ist die Kreativwirtschaft von enormen sozialen Risiken gekennzeichnet. Hybride Erwerbstätigkeiten, also der ständige Wechsel zwischen selbstständiger und abhängiger Beschäftigung bzw. die gleichzeitige Ausübung beider Erwerbsformen und eine hohe (Solo-)Selbstständigenquote gehören dazu.

Projektbezogene Beschäftigung, die in der Regel befristet und unstetig ist, ist in der Kreativwirtschaft verbreitet. Das Einkommen variiert stark und ist verglichen mit anderen Branchen überdurchschnittlich häufig nicht existenzsichernd. Zusätzlich werden auch hier Frauen deutlich niedriger entlohnt als Männer. Die Kreativwirtschaft ist also ein Beschäftigungsmotor, der aber auch viele prekäre Arbeitsverhältnisse produziert.

Gerade weil viele Kultur- und Kreativschaffende mit Leidenschaft sich selbst und ihre Ideen verwirklichen, sind viele Existenzen von Selbstausschöpfung geprägt. Wegen brüchiger Erwerbsbiografien und geringer Einkünfte fallen viele durch das bestehende soziale Netz. Vielen droht schon heute absehbar Altersarmut. Ein dynamischer Arbeitsmarkt des 21. Jahrhunderts stößt hier auf einen aus dem 19. Jahrhundert stammenden Sozialstaat. Deshalb besteht Anpassungsbedarf sowohl bei den etablierten Arbeitslosen-, Kranken- und Rentenversicherungen als auch im Arbeits- und Sozialrecht, die auf das „Normalarbeitsverhältnis“ ausgerichtet sind. Das gilt auch für den Arbeits- und Gesundheitsschutz und nicht zuletzt für die organisierte Vertretung der Interessen der Kultur- und Kreativschaffenden.

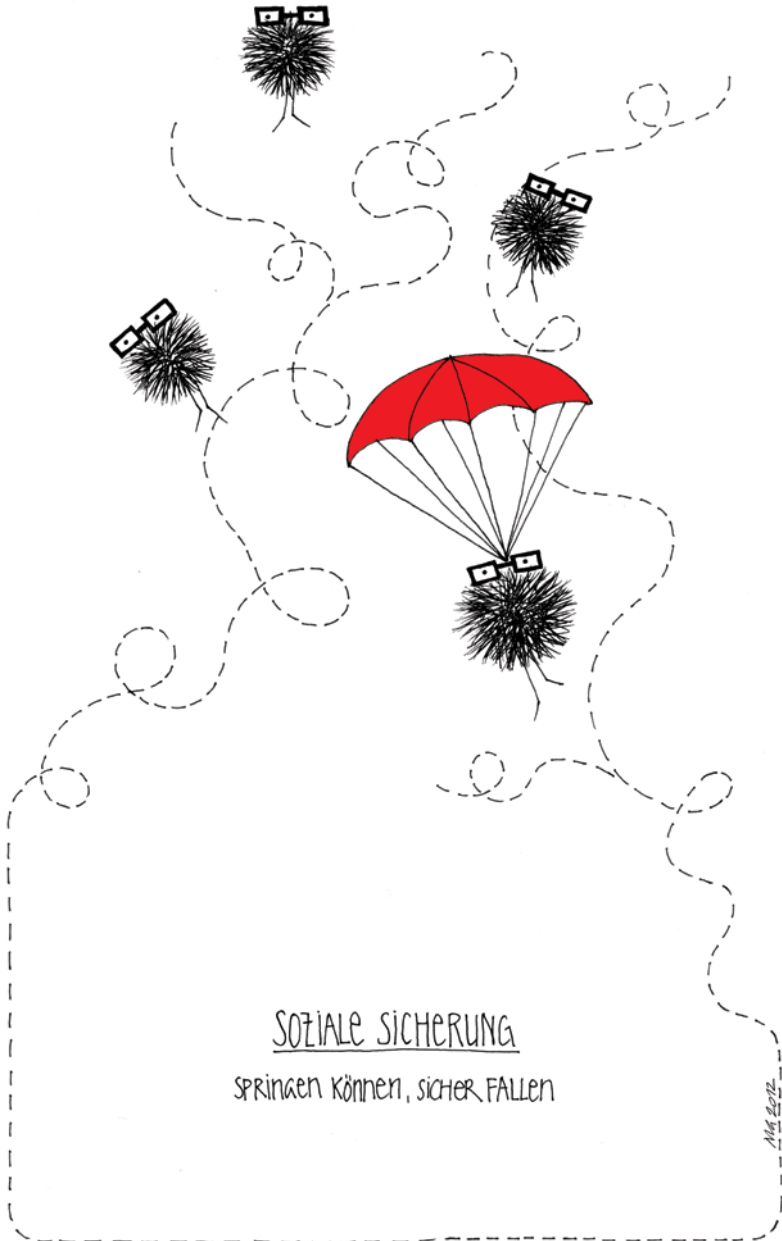
Beschäftigte in der Kreativwirtschaft sollen ihre kreativen Ideen realisieren können, unabhängig davon, ob selbstständig oder in Festanstellung. Sie sollten fair entlohnt werden und gleichzeitig die Möglichkeit haben, sich zu einem bezahlbaren Preis gegen soziale Risiken abzusichern. Kurzfristig sind daher konkrete Verbesserungen notwendig: Der Künstler- und Publizistenbegriff in der Künstlersozialversicherung muss modernisiert und unter Berücksichtigung der Veränderungen in der Kreativwirtschaft und der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts weiterentwickelt werden. Ziel muss es sein, allen Kreativen den Zugang zur Künstlersozialkasse zu erleichtern. Der Anspruch auf Arbeitslosengeld I für kurz befristet Beschäftigte muss verbessert werden. Konkret soll dazu die verkürzte Anwartschaft von sechs Monaten gelten und die Rahmenfrist zur Erlangung von Ansprüchen auf Arbeitslosengeld I generell von zwei auf drei Jahre ausgeweitet werden. Unstetig Beschäftigte bedürfen der Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall ab dem ersten Tag.

Der Zugang zur Krankenversicherung und (freiwilligen) Arbeitslosenversicherung sowie der betrieblichen und privaten Altersversicherung (insbesondere „Riester-Rente“) für Selbstständige muss möglich und erschwinglich sein. Bei der Berechnung des Elterngelds müssen die besonderen Umstände einer selbstständigen Erwerbstätigkeit berücksichtigt werden. Tarifverträge und soziale Mindeststandards im Kultur- und Medienbereich müssen auch dadurch gefördert werden, dass die öffentliche Förderung an solche Standards geknüpft wird.

In der Berufsstartphase sollte übergangsweise sowohl durch die Übernahme von Kranken-, Arbeitslosen- und Rentenversicherung für Gründerinnen und Gründer als auch durch Beratungs- und Weiterbildungsangebote – orientiert am niederländischen Modell „Wet werk en inkomen kunstenaars“ (WWIK) – Unterstützung erfolgen.

Über diese kurzfristig zu ergreifenden Maßnahmen hinaus muss die soziale Sicherung grundlegend verbessert werden. In einer sich nicht nur in der Kreativwirtschaft wandelnden Arbeits- und Lebenswirklichkeit sind neue Versicherungssysteme wie die Bürgerversicherung und Erwerbstätigenversicherung zu entwickeln – mit dem Ziel, sämtliche Beschäftigungsformen sozial abzusichern.

.....



SOZIALE SICHERUNG  
Springen können, sicher fallen

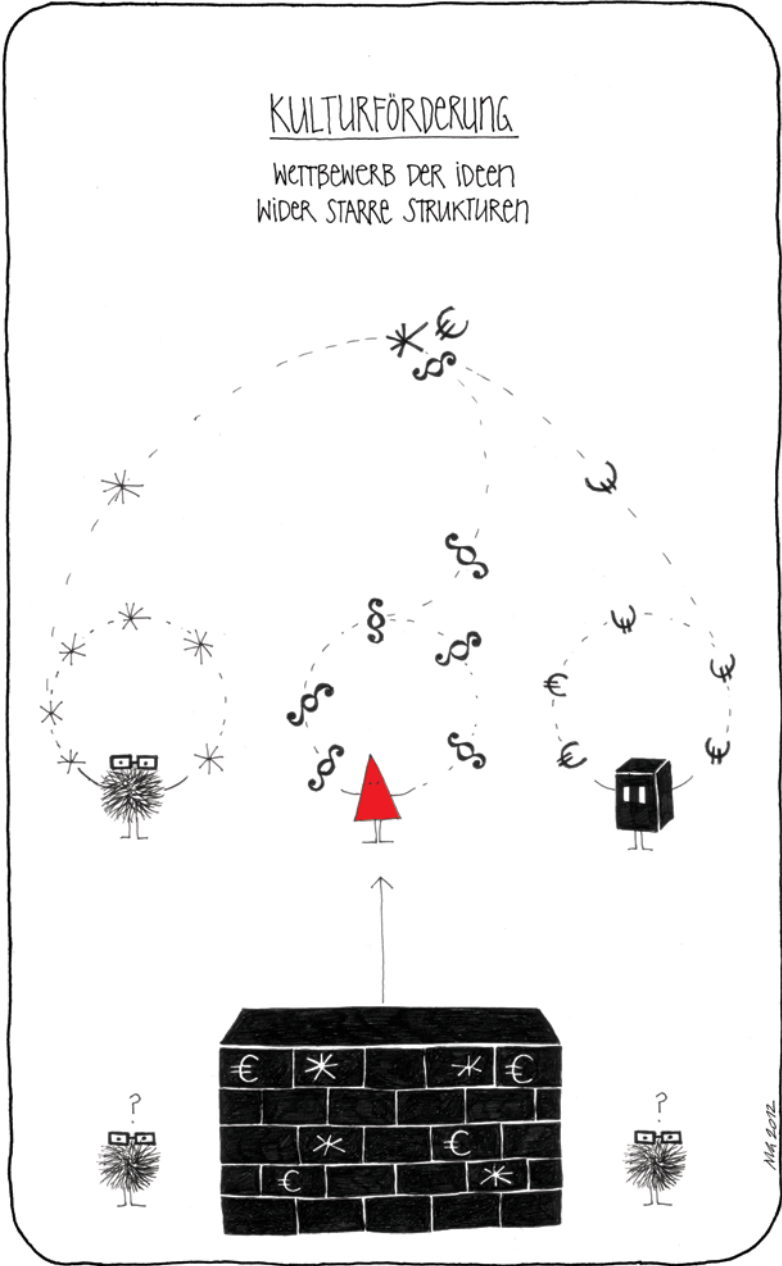
11/12/12

# Kulturförderung: Wettbewerb der Ideen statt starrer Strukturen

---

Kulturpolitik ist Gesellschaftspolitik. Deshalb gibt die öffentliche Kulturförderung individueller und gesellschaftlicher Reflexion und Gestaltung den notwendigen, geschützten Raum. Die öffentliche Kulturförderung sollte dabei gerade auch Produktentwicklungen im Blick haben, die sich auf dem Markt tragen können. Öffentliche, aber auch private Kulturförderung unterstützt und stärkt die Kultur- und Kreativschaffenden darin, ihre Projekte zu realisieren und dadurch Kultur zu schaffen. Dies bedeutet, dass der Staat in Form von Musikschulen, Bibliotheken, soziokulturellen Zentren und anderen Einrichtungen eine kulturelle Infrastruktur bereitstellt, in der sich kreative Begabungen entfalten können. Ausgehend vom Eigenwert von Kunst und Kultur und der öffentlichen Verantwortung dafür, ist die Kulturförderung auch Impulsgeber und Katalysator für die Ideen, von denen die Kreativwirtschaft lebt. Das Schaffen der Künstler und Kreativen im Mittelpunkt, sollte der Blick für die erwerbswirtschaftlichen Potenziale geöffnet werden.

In diesem Sinne kann die Kulturförderung mit ihrem Beitrag zur Kreativwirtschaft künstlich geschaffene und beide Seiten diskriminierende Grenzen von U- und E-Kultur überwinden. Die Kreativwirtschaft erreicht deutlich mehr Menschen und produziert vielfältige kulturelle Werke. Kulturförderung ist demnach auch „Kreativwirtschaftsförderung“. Neben der Förderung von Kunst und Kultur als Teil der öffentlichen Daseinsvorsorge werden auch die wirtschaftliche Vermarktung künstlerischer Arbeit und kreativer Leistungen sowie das Entstehen von Arbeitsplätzen und Einkommen in den Blick genommen. Deshalb müssen die bestehenden Strukturen der öffentlichen Kulturförderung die Erwartungen und Bedürfnisse der Akteure der Kreativwirtschaft mit aufnehmen sowie die möglichen ökonomischen Effekte mit bedenken. So werden öffentliche Mittel klug und besser eingesetzt und Anreize geschaffen, damit im Wettbewerb der Ideen Innovation entsteht.



Der Hauptstadtkulturfonds für Berlin zeigt beispielhaft, wie eine aktivierende Kulturförderpolitik kleinteilige und innovative Projekte gezielt fördert und dadurch die Kulturlandschaft anregen und vitalisieren kann. Diesem Beispiel folgend, sollen auch in zehn anderen Städten und Regionen in Kooperation mit den Bundesländern entsprechende Förderstrukturen mit je 10 Millionen Euro Budget eingerichtet werden.

Um die Reichweite und Wirkung öffentlicher Kulturförderung zu verbessern, müssen bestehende, fest institutionalisierte Strukturen („einmal gefördert, immer gefördert“) überdacht werden. Dieser Schritt muss einhergehen mit einer stärkeren Eigenverantwortung öffentlich geförderter Institutionen, um Freiräume für Neues und Innovatives zu nutzen. Unter dem Stichwort „Governance – Kulturentwicklungsplanung“ hat die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2007 konkrete Handlungsempfehlungen formuliert. Die dort skizzierten neuen Steuerungsinstrumente, wie z. B. eine Abkehr von der Kameralistik und flexiblere Mittelverwendung kann dazu beitragen, dass staatliche und staatlich geförderte Kultureinrichtungen noch mehr zu Orten von Innovation und Kreativität werden können. Eine neue Governance umfasst auch klare Zieldefinitionen, die Aspekte kultureller Bildung verpflichtend umfassen sollten. Richtig genutzt, besteht bei diesem Ansatz eine große Chance, mit den Instrumenten der Kulturförderung auch die oft kleinteiligen Strukturen der Kreativwirtschaft zu erreichen und zu stärken. Anstelle der gewachsenen Strukturen von institutioneller Förderung und Projektförderung würde eine Förderung der kulturellen Infrastruktur und eine Konzeptförderung treten, die über eine mehrjährige Finanzierungsvereinbarung mit begleitender Evaluation abgesichert wird.

Egal ob Atelier, Probebühne, Studio, Co-Workingspace – Raum ist eine zentrale Kategorie der Kreativwirtschaft. Dieser wird jedoch zunehmend knapp und teuer. Aus diesem Grund sollen bauliche Übergangsräume – sogenannte „Transition Spaces“ – für künstlerische Verwertung wie Ausstellungs- und Produktionsflächen nutzbar und zugänglich werden. Auch durch die Öffnung von bestehenden Institutionen gegenüber freien Strukturen kann erreicht werden, dass in der Trias von öffentlicher Förderung, Projektmitteln und privater Unterstützung gerade in kleineren Orten sinnvolle und überlebensfähige Strukturen geschaffen werden können. Für viele Akteure der Kreativwirtschaft ist es schwierig, sich im Dickicht der Fördermöglichkeiten zu orientieren. Öffentliche und private Fördermöglichkeiten müssen deshalb übersichtlich und transparent in einer öffentlich geförderten Datenbank dargestellt werden. Idealerweise sollte diese mit den Fördermöglichkeiten für die Kreativwirtschaft im Bereich der Wirtschaftsförderung verknüpft sein. Zudem sollten Wege der Kofinanzierung (beispielsweise durch Match- und Crowdfunding) ausgebaut werden. Das ist auch mit Blick auf Möglichkeiten der europäischen Kulturförderung angebracht. Auf Bundesebene sollten weitere Kunstsparten in die kulturwirtschaftlich orientierte Förderung (z. B. Filmförderung) einbezogen werden. Zudem muss das Zuwendungs- und Haushaltsrecht der öffentlichen Förderung an die Funktionslogiken der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft angepasst werden.

# Wirtschaftsförderung: Kreativität – der Roh- stoff des 21. Jahrhun- derts

---

Voraussetzung erfolgreicher Wirtschaftsförderung für den Kreativsektor ist die Anerkennung der Tatsache, dass Kreativität eine der wichtigsten Ressourcen des 21. Jahrhunderts ist und der einzige Rohstoff, der sich bei Gebrauch vermehrt. Aus Kreativität entsteht Innovation – beides ist, wenn die Rahmenbedingungen stimmen, nahezu unbegrenzt verfügbar. Gleichzeitig ist Kreativität aber auch der Motor für Entwicklung in anderen Branchen. Diese „Spill-over-Effekte“ durch Produktinnovation und zusätzliche Wertschöpfung müssen gefördert werden.

Die bestehenden Fördersysteme sind für die klassische Industriepolitik entworfen worden. Es gibt zwar mittlerweile vielfältige Ansätze zur Förderung der Kreativwirtschaft. Oftmals greifen diese jedoch nicht oder zumindest nicht ineinander. Sie müssen besser zwischen den einzelnen Regierungs- und Verwaltungseinheiten abgestimmt und in Einklang gebracht werden. Sowohl die Bekanntheit der Förderprogramme als auch flankierende Weiterbildungsmöglichkeiten sind derzeit ungenügend. Erfolgreiche Fördermodelle bieten gute Anregungen, können nicht einfach von jedem Standort kopiert werden. Wir treten deshalb dafür ein, dass Standorte sich an ihren jeweiligen Stärken orientieren und Kooperationsnetzwerke und Verbünde eingehen. Daher sollten Förderwettbewerbe bei ihrer Ausrichtung diesen Ansatz berücksichtigen. Ein regionales Innovationsmonitoring kann dazu beitragen, über Austauschplattformen zwischen Entrepreneuren und Wirtschaftsförderern die Zielgenauigkeit der Förderpolitik zu verbessern. Ein Denken jenseits der Clustergrenzen kann einen Beitrag leisten, die Kooperation beispielsweise zwischen Wissenschaft und Wirtschaft sowie zwischen verschiedenen Branchen (Kreativwirtschaft und verarbeitendes Gewerbe) zu verbessern. Darüber hinaus müssen Förderprogramme nicht nur die Gründungs-, sondern vor allem auch die Wachstumsphasen junger Unternehmen berücksichtigen, in denen sie häufig noch fragil sind. So wie sich die Kreativwirtschaft im ständigen Wandel befindet, müssen sich auch die Förderstrukturen ständig neu ausrichten.

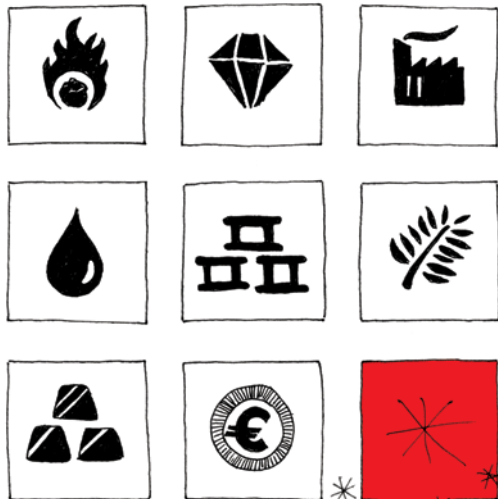
Der Gründungszuschuss der Arbeitsagentur muss wieder ausgebaut werden und auch Genossenschaftsmodellen zur Verfügung stehen. Die klassische Existenzgründungsförderung ist mit ihren Eigenkapitalanteil-Forderungen und der mangelnden Anerkennung von Immaterialgütern als Sicherheit für viele Projekte der Kreativwirtschaft untauglich und muss angepasst werden. Denn herkömmliche Kredite oder Förderungen sind für Kreative kaum zu bekommen. Konservativen Banken erscheint die Risikobewertung kreativer Vorhaben zu mühsam. An ihre Stelle können zumindest teilweise innovative „schwarmfinanzierte“ Finanzierungsmodelle („Crowd-Funding“) treten. Diese müssen entsprechend gefördert werden. Der Rechtsrahmen des Genossenschaftsmodells ist für die Kreativwirtschaft anzupassen. Unternehmensgründungen in der Kreativwirtschaft sollten auch durch vereinfachte Verwaltungsabläufe und erleichterte Kapitalbestimmungen für Untermehrgesellschaften unterstützt werden. Vereinfachte Meldepflichten sollten für Solo-Selbständige, aber auch für Teilerwerbsgründungen, Kapitalgesellschaften und andere juristische Personen der Kreativwirtschaft gelten.

Vor allem in der innovativen und risikobehafteten Kreativwirtschaft sollte die Möglichkeit einer „zweiten Chance“ erleichtert werden: Im Falle des Scheiterns muss es einen Neuanfang nach der Insolvenz geben können. Die Erfolgsaussichten einer Unternehmung in der Kreativwirtschaft steigen zudem unabhängig von Förderprogrammen, indem der Fachkräftezugang aus dem Nicht-EU-Ausland auch für die Bereiche der Entwicklung oder des Grafikdesigns ermöglicht und die Bedingungen für Risikokapitalgeber verbessert werden. Die steuerliche Beurteilung eines Verlustvortrags oder seine Übertragung innerhalb des Portfolios steht in der Kreativwirtschaft zur Debatte. Die Prüfung und Bewertung der kreativen Unternehmen selbst muss durch spezialisierte Mitarbeiter in den Finanzämtern erfolgen, die mit den Eigenheiten der Branche vertraut sind.

Zur Vereinfachung der Prozesse soll das Prinzip der „One-Stop-Agency“ (also eine Anlaufstelle, bei der alle Anliegen bearbeitet bzw. weitergeleitet werden) für die Kreativwirtschaft Anwendung finden. Um der Bedeutung von Innovation als maßgeblichem Impuls für gesellschaftlichen und ökonomischen Wandel zu entsprechen, muss der Innovationsbegriff in den Programmen der Wirtschafts- und Infrastrukturförderung für die Kreativwirtschaft geöffnet werden. Bestehende Fördermöglichkeiten sind übersichtlich und transparent in einer öffentlich geförderten Datenbank darzustellen. Zudem müssen Widersprüche in der unterschiedlichen Bewertung verschiedener kultureller Leistungen bzw. Güter (z. B. der ermäßigte Umsatzsteuersatz für Bücher, jedoch nicht für E-Books) diskutiert und angepasst werden, ohne umsatzsteuerliche Ermäßigungstatbestände für kulturelle Leistungen insgesamt in Frage zu stellen.

.....





WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

KREATIVITÄT IST DER  
ROHSTOFF DES 21. JAHRHUNDERTS

M. G. 2012

# Bildung: Kompetenzen neu denken und fördern

---

Nicht alles, aber vieles kann erlernt und befördert werden, um in der Kreativwirtschaft erfolgreich zu sein. Sicherlich sind die Persönlichkeit eines jeden Einzelnen, sein Talent und seine Motivation wichtige Faktoren auf dem Weg zu einem erfolgreichen Akteur in der Kreativwirtschaft. Gleichwohl können das wichtige Wissen über Finanzorganisation, Betriebswirtschaft und Recht, aber auch soziale Kompetenzen, Sprachkenntnisse und Selbstdisziplin eine wesentliche Rolle dabei spielen. Viele dieser Kompetenzen können gelernt werden – und das sollte für jedes Alter politisch unterstützt und gefördert werden.

Die Erwartungen und die Voraussetzungen an Bildung und Qualifikation in der Kreativwirtschaft sind hoch: Die Kreativwirtschaft ermöglicht sozialen Aufstieg und Selbstverwirklichung, oft unabhängig von formalen Bildungswegen, weist aber zugleich einen hohen Anteil gut ausgebildeter Talente auf – vor allem Frauen und Menschen mit Migrationshintergrund.

Trotz des hohen Ausbildungsstands gilt für viele Akteure der Kreativwirtschaft das Prinzip „learning by doing“, weil es wenige einschlägige Ausbildungszusammenhänge gibt. Kreative sind mit komplexen Anforderungen konfrontiert, die für viele Menschen Herausforderungen und Barrieren darstellen. Oft mislingt deshalb der Schritt in die Kreativwirtschaft, der Start wird erschwert oder Künstler und Kreative

scheitern mit ihren Ideen und Produkten. Ziel von Politik muss es sein, diese Barrieren nicht nur abzubauen, sondern Menschen schon frühzeitig – beginnend in Kindertagesstätte und Schule, dann aber ein Leben lang – darin zu unterstützen und zu befähigen, erfolgreiche Akteurinnen und Akteure der Kreativwirtschaft zu werden. Das funktioniert aber nur dann, wenn Schulen zukünftig nicht mehr aus Sparzwang als erstes den künstlerischen Bereich streichen. Die musischen und künstlerischen Fähigkeiten sowie die Medienkompetenz tragen maßgeblich dazu bei, dass junge Menschen ihre kreativen Begabungen entdecken, entwickeln und nutzen. Sie sind also ein Schlüssel zum Einstieg in die Kreativwirtschaft. Gleichzeitig müssen betriebswirtschaftliche Kenntnisse und unternehmerische Kompetenzen stärker im Fokus von Bildungs- und Hochschulpolitik stehen.

Daraus leiten sich konkrete Anforderungen sowohl an die Bildungspolitik als auch an die Bildungsinstitutionen ab. Medienkompetenz muss bereits im Vorschulalter durch altersgerechte Internetangebote gefördert und deren Nutzung durch Eltern und Erzieher vermittelt werden. In den Schulen sollen alle Schülerinnen und Schüler mit einem Laptop oder Tablet ausgestattet werden. Bildungseinrichtungen müssen adäquat technisch ausgestattet sein und das Lehrpersonal medienpädagogische Fachkompetenz besitzen. Informatik wird zu einem wichtigen Aspekt der zukünftigen Bildung.

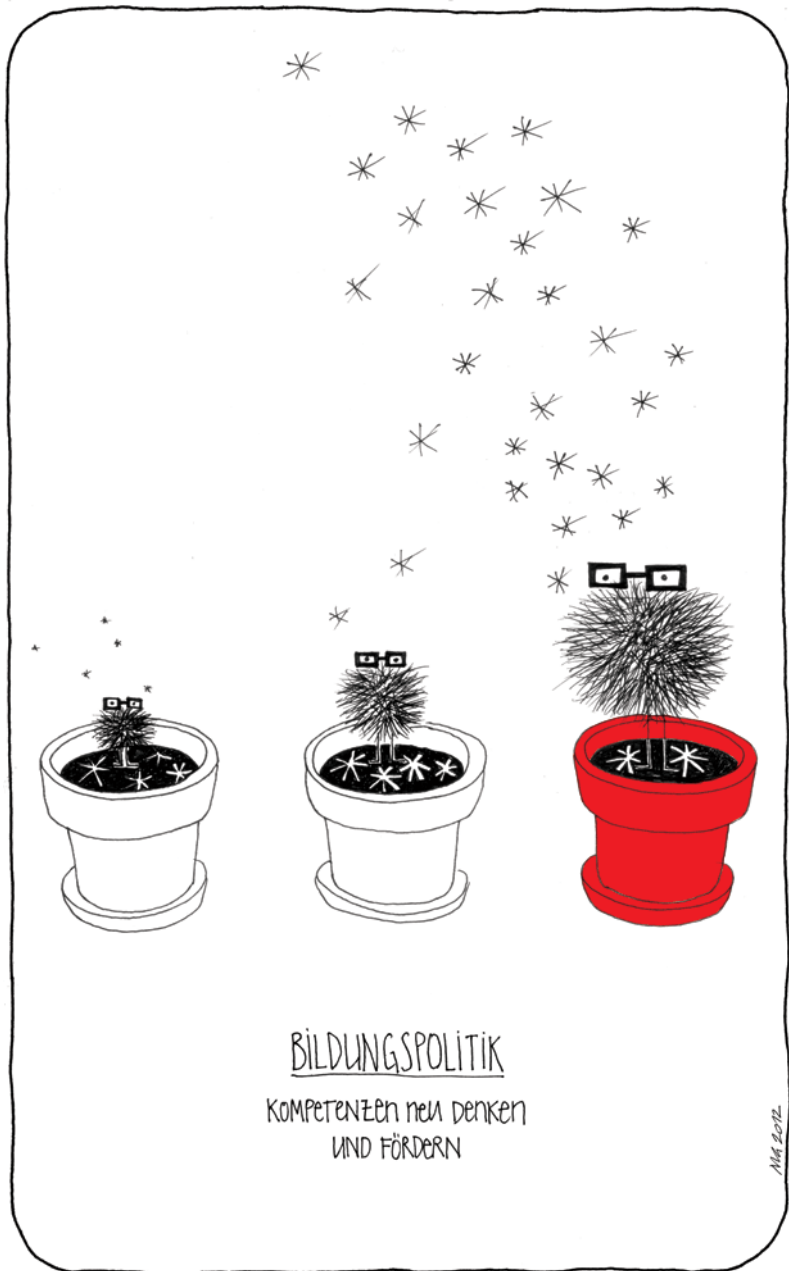
Dabei geht es nicht nur um das technisch-logische Verständnis, die Befähigung zum Programmieren ist auch unter künstlerischen Aspekten zu fördern. Auch in der beruflichen und universitären Aus- und Weiterbildung muss kreative Medienkompetenz, die Fähigkeit, den Computer und das Internet als Werkzeug zur Beschaffung von Informationen und Inhalten und zur Schaffung eigener Inhalte zu nutzen, eine Basisqualifikation werden. Neue Formen der Wissensvermittlung wie Open Education und Open Access müssen Berücksichtigung finden, um den Zugang zu Wissen einfach und ohne Barrieren zu gestalten. Bildungsmaterialien und Lernmittel müssen digitalisiert werden und können unter Umständen kollaborativ erarbeitet werden, wenn vorgegebene Qualitätskriterien eingehalten werden.

Bereits in den Schulen, in der außerschulischen Bildung, später dann in der Hochschule und der beruflichen Aus- und Weiterbildung sollten die in der Kreativwirtschaft notwendigen Kompetenzen durch kooperative und kollaborative Ansätze wie Planspiele vermittelt sowie Know-How und Infrastruktur durch hochschuleigene Zentren und Räume für Unternehmensgründungen gebündelt werden. So werden Hochschulen zu Ideenplattformen und Existenzgründungszentren und Ganztagschulen zu Häusern des Lernens. Voraussetzungen dafür sind der Ausbau von Kindertageseinrichtungen und Ganztagschulen. Das Kooperationsverbot in der Bildungszusammenarbeit muss aufgehoben werden, damit der Bund seiner Verantwortung in der Finanzierung der Bildungsinstitutionen gerecht werden kann. Allen Menschen muss – unabhängig von ihrer sozialen Herkunft – flächendeckend

der Zugang zur kulturellen Erwachsenenbildung möglich sein. Dabei bezieht sie im Besonderen neue Angebotsformen für bestimmte Zielgruppen, z. B. Familien oder ältere Menschen, ein. Medienkompetenz bleibt weiter ein wichtiger Bestandteil der Erwachsenenbildung. Der Bundesaltenplan wird in diesem Zusammenhang auch genutzt, um die kulturelle Bildung auch für ältere Menschen stärker zu öffnen

Wir wollen die Potenziale einer digital aufgewachsenen Generation fördern, um die Kreativität unserer Gesellschaft zu nutzen. Daher werden wir die Einführung eines „Freiwilligen Digitalen Jahres“ anstreben. Mit dieser Ausweitung der Freiwilligendienste sollen junge Menschen ermutigt werden, digitale Projekte etwa in öffentlichen Einrichtungen zu entwickeln und umzusetzen.

.....



BILDUNGSPOLITIK

KOMPETENZEN NEU DENKEN  
UND FÖRDERN

Mik 2012

# Netzpolitik: Internet – ein Grundrecht der digitalen Gesellschaft

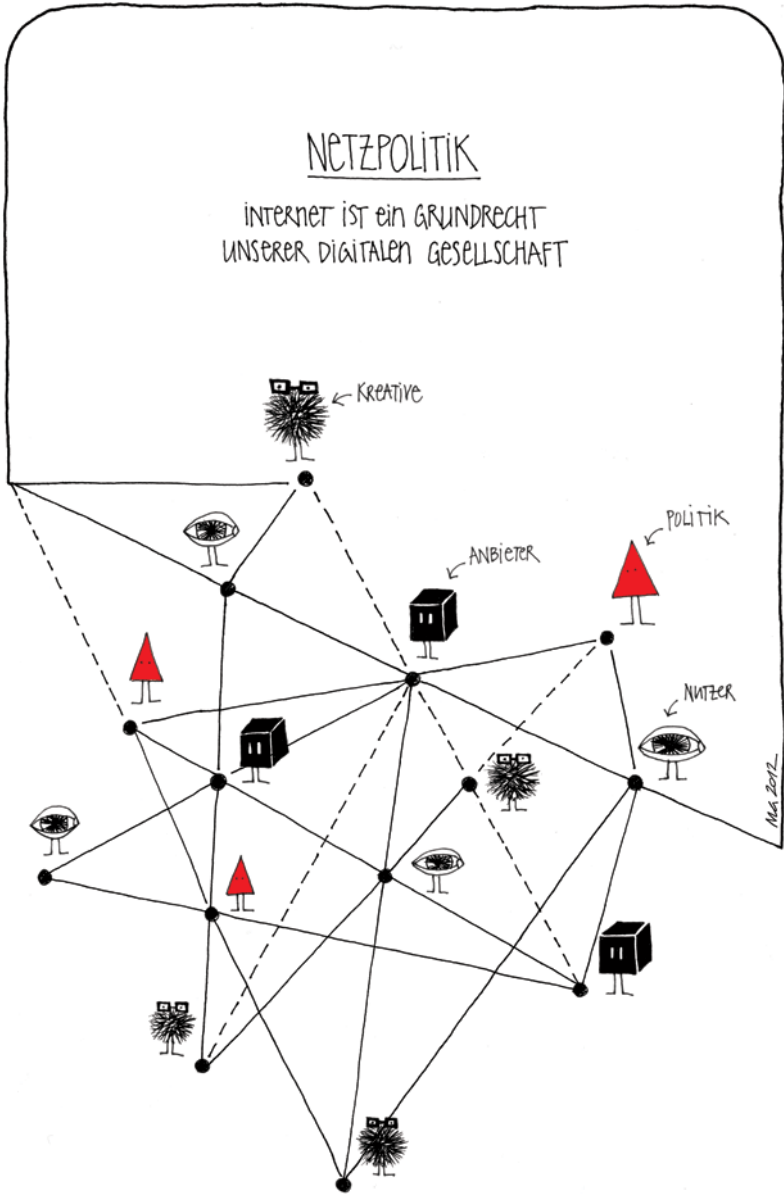
---

Ein freies und leistungsfähiges Internet ist im 21. Jahrhundert immer häufiger Grundlage von Kreativität und neuen Geschäftsmodellen. Deshalb müssen Zugänge zu Informationen und ein Grundrecht auf schnelles Internet für alle geschaffen werden. In öffentlichen Räumen soll ein öffentliches WLAN verfügbar sein.

Der Wandel zur digitalen Gesellschaft verändert alle Bereiche: Politik, Staat und Verwaltung, aber auch Kultur und Wirtschaft. Es entstehen sowohl neue Beteiligungsformen und Teilhabemöglichkeiten als auch neue Innovationsketten und Wertschöpfungsmuster. Mit diesem Veränderungsprozess sind Öffnungsbewegungen (Open Access, Open Data, Open Government und Open Innovation) verbunden. Sie entscheiden, ob die digitale Gesellschaft eine offene, demokratische, kreative und eine innovative sowie wirtschaftlich erfolgreiche Gesellschaft sein kann.

Mit dem digitalen Wandel geht ein Strukturwandel der Öffentlichkeit einher. Die Medienöffentlichkeit wird zu einer Medien- und Netzöffentlichkeit, neben die „tradierten“ Anbieter treten neue. Zugleich sind neue Tendenzen der Abschottung von öffentlichen Räumen zu beobachten. Wir brauchen Öffentlichkeit und öffentliche Räume auch im Netz und müssen die Offenheit der Kommunikationsräume aufrechterhalten. Eine gesetzlich verankerte Netzneutralität und die Diskriminierungsfreiheit der Infrastrukturen und Inhalte müssen die Grundlage für ein freies und innovationsfreundliches Internet sein.

Ein schneller und leistungsfähiger Internetzugang für alle muss zu den Grundrechten der digitalen Gesellschaft zählen. Er ist Voraussetzung für die gesellschaftliche Teilhabe wie für den wirtschaftlichen Erfolg und für Kreativität und Innovation. Es muss zudem Netzzugang im öffentlichen Raum geben. Das bedeutet als erste Schritte, Hotspots in Universitäten, Stadtteilzentren, Bibliotheken und anderen öffentlichen Orten einzurichten. Hierfür brauchen wir eine Änderung der Störerhaftung.



Die Öffnung von Politik und Staat wird nur dann real, wenn die Informationsfreiheit weiterentwickelt und mit einer Open-Data-Strategie kombiniert wird. Diese Öffnung ist auch aus wirtschaftlicher Sicht notwendig, um die Ressource Information und Daten in der öffentlichen Hand zu heben und zu veredeln. Die bestehenden Zugangsrechte nach dem Informationsfreiheitsrecht müssen ausgebaut und ein rechtlicher Anspruch auf proaktive Veröffentlichung von Behörden und öffentlichen Stellen muss geschaffen werden. Damit verbunden sind urheberrechtliche Fragestellungen zu klären, um „Open Access“ entsprechend zu befördern.

In der Digitalisierung der Kultur geht es um nicht weniger als darum, das kulturelle Gedächtnis unserer Gesellschaft zu bewahren. Neue Formen des Zugangs und der Nutzung von Kulturgütern entstehen, erweitern und verbreitern sich. Gerade im Kreativ- und Kulturbereich profitiert die Gesellschaft vom digitalen Strukturwandel, indem der Zugang zu digitalen Inhalten eröffnet, zur Beteiligung eingeladen und aktiv die Interaktion und der Austausch mit anderen gesucht wird.

Die kulturelle Infrastruktur muss dem Rechnung tragen und um eine digitale kulturelle Infrastruktur erweitert werden. Dazu gehört auch der notwendige Breitbandausbau, um das „Recht auf schnelles Internet“ umzusetzen. Open-Source-Software und offene Standards haben enorme Bedeutung für den Innovations- und IT-Standort Deutschland sowie den Mittelstand. Open Source und freie Software können einen wichtigen Beitrag zu sicheren, stabilen, interoperablen – und auch kostengünstigen – Softwarelösungen leisten. Daher sollte in Staat und Verwaltung verstärkt auf Open-Source-Software und auf offene Standards gesetzt werden.

.....



# Der Kreativpakt: Wer wir sind



Am Prozess des Kreativpakts haben aus Wissenschaft, Kreativwirtschaft und Politik u. a. mitgewirkt:

Jens Alberts, Kreativpakt e. V.  
 Lothar Binding, MdB  
 Prof. Dr. Fred Breinersdorfer, Rechtsanwalt und Drehbuchautor  
 Prof. Dr. Udo Dahmen, Popakademie Baden-Württemberg  
 Pepe Danquart, Filmemacher  
 Dr. Leonhard Dobusch, Freie Universität Berlin  
 Siegmund Ehrmann, MdB  
 Ingo Egloff, MdB  
 Klaus Feldgen, Kreativpakt e. V.  
 Johannes Sevkert Gözalan, Gründer und CEO Playata GmbH & European Games Group AG  
 Hubertus Heil, MdB  
 Oliver Kaczmarek, MdB  
 Joachim Kirschstein, exzess berlin  
 Lars Klingbeil, MdB  
 Angelika Krüger-Leißner, MdB  
 Prof. Axel Kufus, Universität der Künste Berlin und Institut für Produkt und Prozessgestaltung  
 Matthias Lilienthal, Dramaturg und Intendant, Hebbel am Ufer  
 Burkhard Lischka, MdB  
 Nico Lumma, Digital Pioneers N. V.  
 Peter John Mahrenholz, DraftfcB Deutschland  
 Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin, Kulturstaaatsminister a. D., Kulturforum der Sozialdemokratie  
 Philipp Otto, iRights.info

Prof. Tim Renner, Musikproduzent, Journalist und Autor. Motor Entertainment  
Matthias Richel, D64 - Zentrum für Digitalen Fortschritt e. V.  
Andreas Richter, Intendant des Mahler Chamber Orchestra  
Madeline Ritter, Projektleitung Tanzfonds  
Peter Ruhenstroth-Bauer, Rechtsanwalt, Staatssekretär a. D.  
Jochen Sandig, Gründer und Direktor des Radialsystem V, sophiensäle und Sasha  
Waltz & Guests  
Dr. Klaus-Jürgen Scherer, Kulturforum der Sozialdemokratie  
Guido Schmitz, Berliner vorwärts Verlag  
Michael Schöbel, Artist Management and Services  
Nicole Stelzner, Berliner vorwärts Verlag  
Antje Schlag, Agentur Schlag  
Heinrich Tiemann, Staatssekretär a. D.  
Simone Viola, Agentur VIOLKA  
Karsten Wenzlaff, Institut für Kommunikation in sozialen Medien  
Andrea Wicklein, MdB  
Brigitte Zypries, MdB

Weitere Informationen:

[www.kreativpakt.org](http://www.kreativpakt.org)

[www.spdfraktion.de/kreativpakt](http://www.spdfraktion.de/kreativpakt)

.....

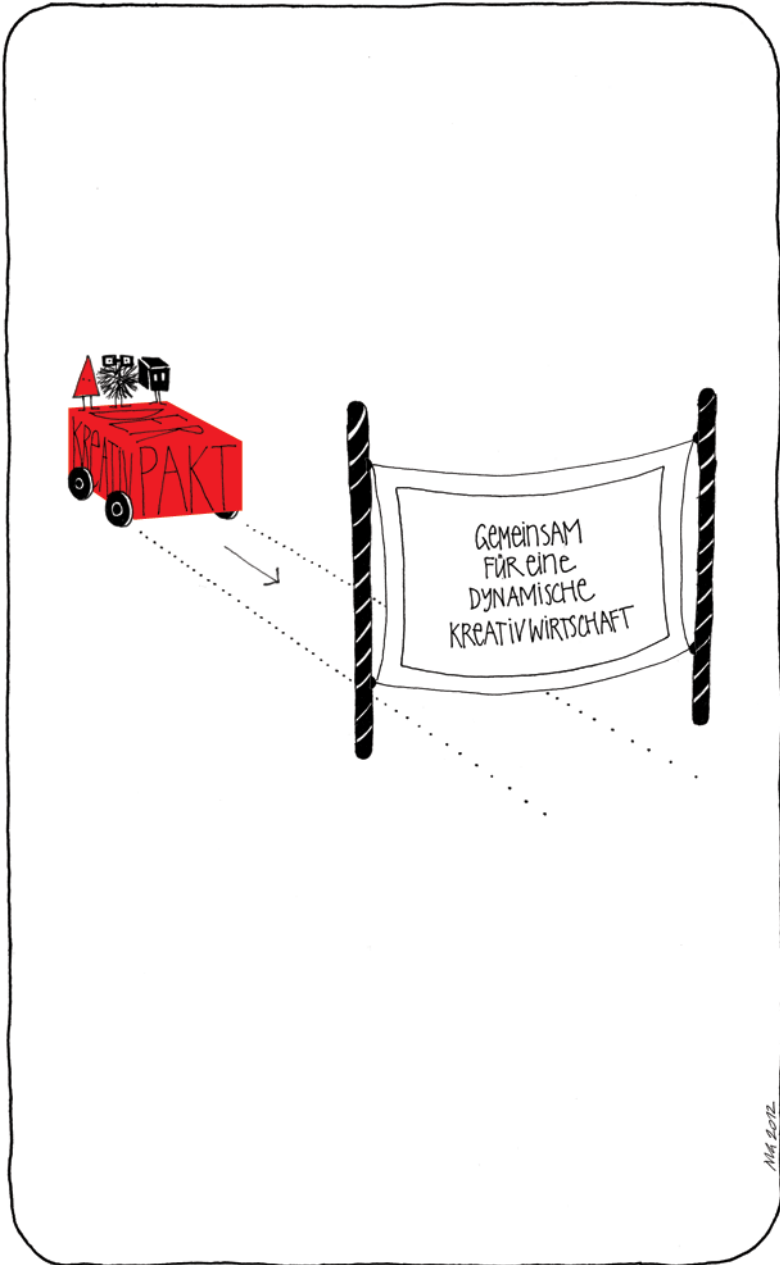
## Illustrationen

Diese Broschüre wurde gestaltet mit Illustrationen von Michele Gauler. Sie hat aktiv am Prozess des Kreativpakts mitgewirkt. Die Diplom-Psychologin und Interaktionsdesignerin ist als freiberufliche Prozessillustratorin in Berlin tätig. Ihre Arbeiten wurden ausgestellt im Museum of Modern Art, New York, auf der Art Basel und im Spazio Fendi in Mailand.

Weitere Informationen:

[www.michelegauler.net](http://www.michelegauler.net)

.....



Mik 2012

## Beteiligung am Kreativpakt über Liquid Democracy

Um möglichst vielen Menschen das Mitreden und Mitmachen zu ermöglichen, hat die SPD-Fraktion gemeinsam mit dem Verein Liquid Democracy e. V. zum Kreativpakt und anderen Zukunftsthemen eine Online-Debatten-Plattform gestartet. Auf Grundlage der Beteiligungs-Software „Adhocracy“ konnten interessierte Bürgerinnen und Bürger bis Mitte Juli 2012 Änderungs- oder Ergänzungsvorschläge zu den Fragen des Kreativpakts unterbreiten oder Antworten und Vorschläge einbringen, kommentieren und abstimmen.

Sechs Monate lang wurde eine Debatte zum Kreativpakt geführt. Die Ergebnisse aus 335 Vorschlägen, 1058 Kommentaren und 7626 Stimmen von insgesamt 1958 Mitgliedern sind auf der Seite des Zukunftsdialogs archiviert. Die Ergebnisse des Online-Dialogs sind in diese Broschüre eingeflossen.

Weitere Informationen:

[www.zukunftsdialog.spdfraktion.de](http://www.zukunftsdialog.spdfraktion.de)

.....

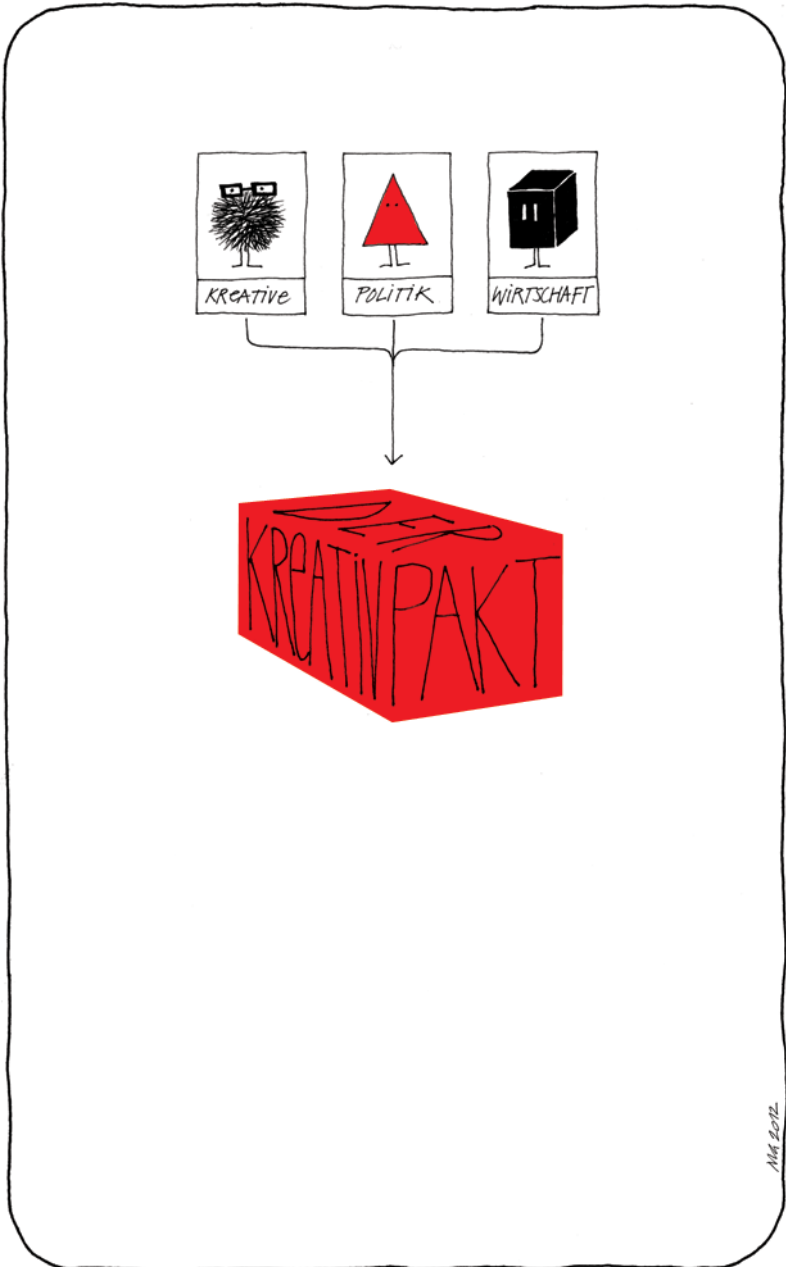
## Wissenschaftliche Impulse

Die Friedrich-Ebert-Stiftung hat mit wissenschaftlichen Studien, Workshops und Diskussionsveranstaltungen hervorragende Impulse zum Thema Kreativwirtschaft gegeben.

Dank gilt insbesondere der kompetenten und engagierten Arbeit von Norbert Bicher, Dr. Philipp Fink, Marei John-Ohnesorg, Dr. Irina Mohr und Patrick Rüter.

Weitere Informationen:

[www.fes.de/wiso](http://www.fes.de/wiso)  
[www.fes-forumberlin.de](http://www.fes-forumberlin.de)  
[www.fes.de/themen/bildungspolitik](http://www.fes.de/themen/bildungspolitik)  
[www.fes.de/medienpolitik](http://www.fes.de/medienpolitik)  
[www.managerkreis.de](http://www.managerkreis.de)



# Kreativwirtschaft: Zahlen und Fakten

---

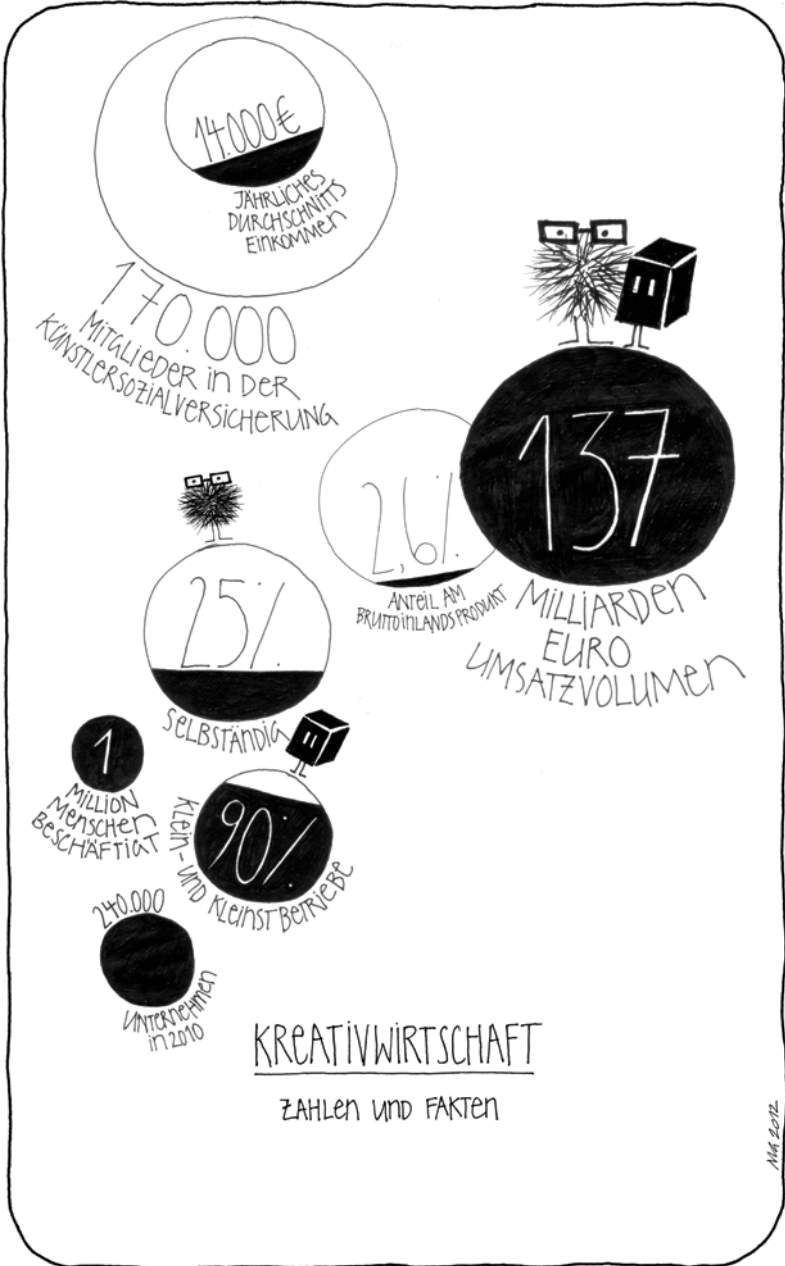
Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages hat folgende Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt, die auch von Bund und Ländern übernommen wurde: „Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“ Nach gängiger Definition gehören elf Teilbranchen zur Kultur- und Kreativwirtschaft: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Darstellende Künste, Designwirtschaft, Architektur, Pressewirtschaft, Software-/Games-Industrie sowie der Werbemarkt.

Im Jahr 2010 existieren in der Kreativwirtschaft knapp 240.000 Unternehmen. Knapp 90 Prozent von ihnen zählen zu den Klein- bzw. Kleinstbetrieben mit max. 10 Beschäftigten. Die Kreativwirtschaft erzielt insgesamt ein Umsatzvolumen von mehr als 137 Milliarden Euro – das ist mehr als z. B. in der Chemieindustrie und befindet sich auf Augenhöhe mit der Automobilindustrie.

Der Anteil der Kreativwirtschaft am Gesamtvolumen der Volkswirtschaft in Deutschland liegt bei 2,6 Prozent des Bruttoinlandprodukts. Das ist etwas mehr als ein Viertel niedriger als in den Niederlanden, Dänemark oder Schweden, was auf ein mögliches Entwicklungspotenzial hindeutet.

In der Kreativwirtschaft sind in Deutschland knapp eine Million Menschen beschäftigt. Rund 25 Prozent dieser Erwerbstätigen arbeiten selbständig. Das sind mehr als doppelt soviel wie in anderen Branchen.

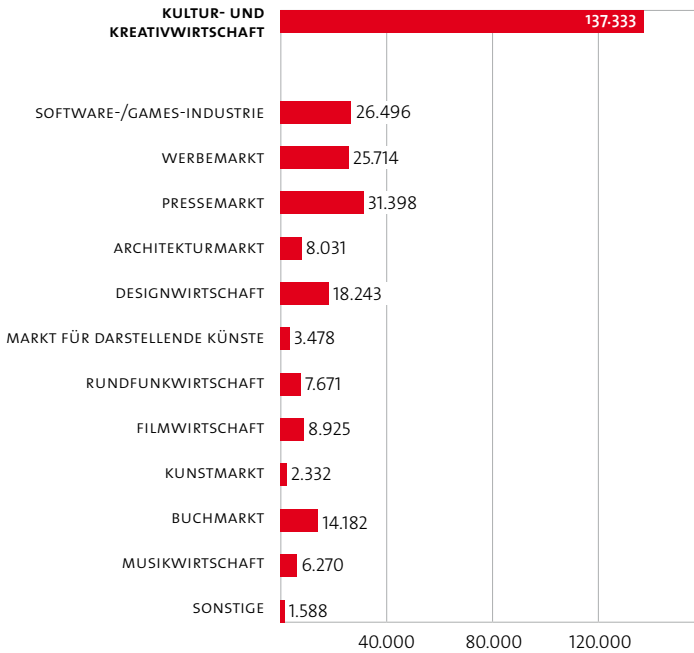
In der Künstlersozialversicherung sind etwa 170.000 selbständige Künstler und Publizisten aus den Bereichen Bildende Kunst (35 Prozent), Musik (27 Prozent), Wort (25 Prozent) und Darstellende Kunst (13 Prozent) abgesichert. Ihr jährliches Durchschnittseinkommen liegt nur bei knapp 14.000 Euro.



## Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft

nach Teilmärkten in 2010\*

Angaben in Millionen Euro



\*Hinweise: steuerbare Umsätze = Lieferungen und Leistungen und ohne Umsatzsteuer; vorläufig oder Schätzwerte; einzelne Wirtschaftszweige sind verschiedenen Teilmärkten zugeordnet, in der Endsumme einfach gezählt. Alle Kennzahlen zum Jahr 2010 sind vorläufig.

Quelle: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. BMWi (Hrsg.) 2012.



# Unser Projekt heißt Zukunft: Deutschland 2020

---

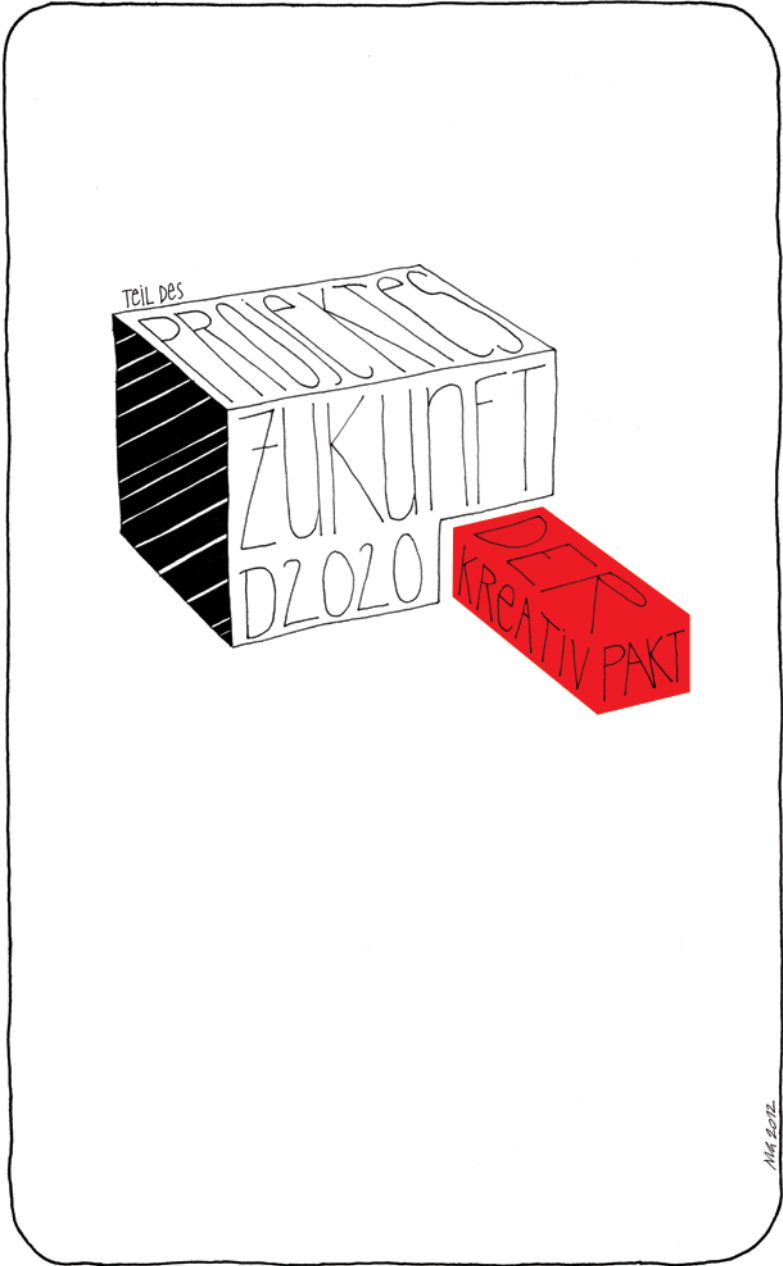
Antrieb der Sozialdemokratie zu allen Zeiten war es, gesellschaftliche Verhältnisse nicht einfach tatenlos hinzunehmen, sondern politisch zu gestalten, zu verändern und zu verbessern.

Deshalb hat die SPD-Bundestagsfraktion im Jahr 2011 das „Projekt Zukunft – Deutschland 2020“ gestartet. Während der Fokus der öffentlichen und medialen Aufmerksamkeit auf das Regierungsversagen der schwarz-gelben Koalition gerichtet blieb, haben wir anderthalb Jahre lang in Projektgruppen konsequent an handfesten, realisierbaren Problemlösungen und praktischen Weichenstellungen für die kommenden Jahre gearbeitet.

Der Kreativpakt ist eine der Projektgruppen des „Projekts Zukunft – Deutschland 2020“ und ein wichtiger Teil dieses Prozesses. Denn wenn wir uns mit der Kreativwirtschaft befassen, tragen wir nicht nur dazu bei, einen immer wichtiger werdenden Teil unserer Volkswirtschaft weiterzuentwickeln. Der kreative Sektor ist Zukunftslabor und Avantgarde von Gesellschaft und Ökonomie. Bei den Fragen: Was kommt auf uns zu? Wie werden wir arbeiten? Wie wollen wir leben? gewinnen wir hier wertvolle Erkenntnisse und können Neues erproben.

Der Kreativpakt hilft uns, unser Ziel zu erreichen: Wir wollen, dass Deutschland im Jahr 2020 ein lebenswertes, gerechtes und wirtschaftlich modernes Land ist.

---



14.12.2012



WWW.SPDFRAKTION.DE

## IMPRESSUM

**HERAUSGEBERIN:** SPD-BUNDESTAGSFRAKTION,  
PETRA ERNSTBERGER MdB, PARLAMENTARISCHE GESCHÄFTSFÜHRERIN,  
PLATZ DER REPUBLIK 1, 11011 BERLIN

**REDAKTION:** YELIZ BERCHT, VANESSA BRANDES,  
CONSTANZE CLODIUS, THOMAS FRIEBEL, NICOLAS GEIGER,  
ULRICH PLATE, JOHANNES KOLLBECK, PETRA MARMANN, TIM RENNER,  
PETER RUHENSTROTH-BAUER, THOMAS SCHAEFER, BENJAMIN SEIFERT,  
HENNING TILLMANN, SIMON VAUT

**HERSTELLUNG:** SPD-BUNDESTAGSFRAKTION, ÖFFENTLICHKEITSARBEIT  
**ILLUSTRATIONEN:** MICHELE GAULER

DIESE VERÖFFENTLICHUNG DER SPD-BUNDESTAGSFRAKTION DIENT  
AUSSCHLIESSLICH DER INFORMATION. SIE DARF WÄHREND EINES  
WAHLKAMPFES NICHT ALS WAHLWERBUNG VERWENDET WERDEN.