

1 *Projektgruppe Kreativpakt*  
2 *Arbeitspapier zum Themenbereich Bildung*

---

3  
4 **Kompetenzen neu denken und fördern:**  
5 **erfolgreiche Akteurinnen und Akteure**  
6 **der Kreativwirtschaft**

---

7  
8 Die Erwartungen an Bildung und Qualifikation in der Kreativwirtschaft sind durchgehend hoch. Nach  
9 einer EU-Studie waren im Jahr 2002 39 Prozent der Erwerbstätigen in diesem Bereich  
10 Akademikerinnen und Akademiker, während der Anteil in der Gesamtwirtschaft bei 24 Prozent lag.  
11 Nicht nur Absolventinnen und Absolventen kunst-, kultur-, geistes- oder sozialwissenschaftlicher  
12 Studiengänge arbeiten in diesem Bereich, sondern auch Juristinnen, Juristen, Volkswirtinnen und  
13 Volkswirte.

14 Trotz des hohen Ausbildungsstands gilt für viele Akteurinnen und Akteure der Kreativwirtschaft das  
15 Prinzip „Learning by Doing“, weil es wenige einschlägige Ausbildungszusammenhänge gibt. Sie  
16 arbeiten überdurchschnittlich oft als freie Mitarbeiter bzw. Mitarbeiterinnen oder sind selbstständig  
17 und sehen sich mit komplexen Anforderungen konfrontiert. Neben der grundlegenden  
18 (universitären) Fachqualifikation sind es unter anderem:

- 19 • Kenntnisse in der Finanzorganisation und im Fundraising,
- 20 • Kenntnisse in Projekt- und Finanzmanagement,
- 21 • Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fremdsprachenkenntnisse,
- 22 • Kenntnisse in der Unternehmensführung,
- 23 • Kenntnisse der Charakteristika und Besonderheiten der nationalen europäischen  
24 Kulturarbeitsmärkte,
- 25 • Bereitschaft zu großer Mobilität und Flexibilität und
- 26 • Kenntnisse in der Nutzung neuer Informationstechnologien

27 Neben diesen Fachqualifikationen bedarf es aber noch anderer Fähigkeiten bzw. persönlicher  
28 Einstellungen, die oft ausschlaggebend für Menschen sind, die sich für eine Tätigkeit in der  
29 Kreativwirtschaft entscheiden: den Mut etwas auszuprobieren, den Willen etwas Neues und  
30 Kreatives zu schaffen und nicht zuletzt Unternehmergeist.

31 Diese komplexen Anforderungen stellen für viele Menschen Barrieren und Herausforderungen dar,  
32 die entweder dafür sorgen, dass der Schritt in die Kreativwirtschaft nicht erfolgt, der Start in diesen  
33 Berufszweig erschwert wird oder Künstler und Kreative mit ihren Ideen und Produkten scheitern.

34 Das Ziel des sozialdemokratischen Kreativpaktes ist es, diese Barrieren abzubauen und Menschen zu  
35 unterstützen, damit sie erfolgreiche Akteurinnen und Akteure der Kreativwirtschaft werden  
36 können.

37 Aus dieser Zielsetzung ergeben sich folgende Fragestellungen:

- 38 1. Was sind die zentralen Fähigkeiten und Kompetenzen, die vermittelt werden müssen?  
39
- 40 2. Welche Aufgaben müssen und können Bildungsinstitutionen erfüllen, um Menschen die  
41 nötigen Fähigkeiten, aber auch Soft-Skills wie Neugierde, Kreativität und den Willen, etwas  
42 zu schaffen und aufbauen zu wollen, zu vermitteln?

43

## 44 **1. Medienkompetenz ein Leben lang: Nutzen, Verstehen, Kreieren**

45 Medienkompetenz ist bereits heute eine Schlüsselqualifikation, um in der vernetzten und digitalen  
46 Gesellschaft bestehen zu können. Besonders in den Berufen der Kultur- und Kreativwirtschaft wird  
47 der richtige und angemessene Umgang mit Medien vorausgesetzt. Dabei wird Medienkompetenz  
48 nicht auf technisch-manuelle Fertigkeiten reduziert. Es geht ebenso um kognitive und affektive (also  
49 das Denken und Fühlen betreffende) Fähigkeiten; Beispiel: das Lesen, Verstehen und Schreiben von  
50 Texten, die Kenntnis technischer Zusammenhänge, das Wissen um ökonomische oder rechtliche  
51 Strukturen von Medien, die Fähigkeit ein Konto auf Social-Media-Plattformen einzurichten und die  
52 Auswirkungen kritisch zu hinterfragen. Bei der Wissensbeschaffung wird die nötige Selbstständigkeit  
53 bei der Filterung der Informationen vorausgesetzt, genauso wie die Notwendigkeit, lebenslang mit  
54 den sich verändernden Medien Schritt zu halten. Ebenso muss jede und jeder dazu in der Lage sein,  
55 eigene Inhalte erstellen oder bestehende Inhalte aufarbeiten zu können.

56 Medienkompetenz gilt es bereits im vorschulischen Alter durch altersgerechte Internetangebote zu  
57 fördern, deren Zugang von Eltern und Erziehern vermittelt wird. Eltern werden hierfür durch  
58 Informationsangebote nicht nur auf den technischen Umgang, sondern auch auf den reflektierten  
59 Umgang mit Inhalten hingewiesen. In den Schulen wollen wir für jede Schülerin und jeder Schüler  
60 Zugang zu einem (mobilen) Computer schaffen und Medienkompetenz sollte fächerübergreifend  
61 vermittelt werden. Dies ist nur möglich, wenn die Bildungseinrichtungen adäquat technisch  
62 ausgestattet sind und das Lehrpersonal entsprechende pädagogische Fachkompetenz besitzt, die  
63 durch notwendige Fortbildungen ermöglicht werden. Medienpädagogische Grundbildung gilt es als  
64 festen Bestandteil in der Ausbildung zukünftiger Lehrerinnen und Lehrer zu etablieren. Hochschulen  
65 sollten ebenso Medienbildung und Nutzung interaktiver Medien in ihre Didaktik integrieren. So ist  
66 zwar die Befähigung der Nutzung interaktiver Medien zur Recherche bei Studierenden hoch, das  
67 Erstellen eigener Inhalte wird aber nur von wenigen beherrscht. Daher wird zukünftig in  
68 Weiterbildungsmaßnahmen die Vermittlung von Medienkompetenz elementarer Bestandteil der  
69 Qualifizierung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sein.

70

## 71 **2. Schulfächer den digitalen Bedürfnissen des 21. Jahrhunderts anpassen**

72 Die Aufgabe der Schule ist nicht nur die Vermittlung von Medienkompetenz, im Sinne der  
73 Informationsbeschaffung, -bewertung und -erstellung, sie sollte ebenso ein Verständnis der  
74 Funktionsweise eines Computers und des Internets vermitteln. Informatik wird zu einem wichtigen  
75 Aspekt der zukünftigen Bildung. Dabei geht es nicht nur um das technisch-logische Verständnis, die  
76 Befähigung zu Programmieren ist auch aus künstlerischen Aspekten zu fördern.

77 Bereits seit Jahren ist der Umgang mit Office-Anwendungen Grundvoraussetzung für  
78 Schulabgängerinnen und Schulabgänger, ohne dass dies tatsächlich an den Schulen vermittelt wurde.

79 Doch es benötigt mehr: Kinder und Jugendliche sollen die vernetzte Gesellschaft verstehen und dort  
80 ihren Platz finden können. Dabei sollen nicht nur technische Grundlagen des Internets vermittelt  
81 werden; es soll stattdessen Kindern und Jugendlichen die Fähigkeit vermittelt werden, den Computer  
82 und das Internet als Werkzeug zur Beschaffung von Informationen und Inhalten zu nutzen. Vor allem  
83 aber gewinnt die Schaffung eigener Inhalte (Fotos, Videos, Textdokumente, Internetseiten, Software)  
84 an Bedeutung. Die Herausforderung ist, den bestehenden Fächerkanon qualitativ an das 21.  
85 Jahrhundert anzupassen und somit den Querschnitt aus technischen Fragestellungen, Kreativität und  
86 sozialwissenschaftlichen Anforderungen der vernetzten, digitalen Gesellschaft herzustellen.

87 Durch den sicheren Umgang mit dem Computer können kreative Potentiale der Schülerinnen und  
88 Schüler entfacht werden. Sei es durch den Remix multimedialer Inhalte, durch das Verfassen von  
89 Texten mit vorheriger gründlicher Recherche oder aber auch der Erstellung von Software.

90 Generell gilt es, auch neue Formen der Wissensvermittlung zu etablieren. So können kooperative  
91 Konzepte insbesondere in Spezialbereichen funktionieren, in denen Schülerinnen und Schüler mehr  
92 Wissen besitzen als der Lehrer oder die Lehrerin. Ebenso müssen naturwissenschaftliche Fächer an  
93 die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts angepasst werden. Digitale Medien können z. B. bei  
94 dem Experimentieren und Simulieren von chemischen und physikalischen Versuchen unterstützen.

95

### 96 **3. Das Internet ist nicht nur eine Plattform zur Organisation**

97 Das Internet wird zu einem zentralen Ort der Kommunikation und Information. Auch demokratische  
98 Prozesse werden zukünftig vermehrt online gestaltet. Durch Open-Data-, Open-Government und  
99 eDemocracy-Initiativen werden elementare Grundlagen der Verwaltung, des Rechtsstaats und der  
100 Meinungsbildung im Internet stattfinden. Viele junge Menschen befragen jetzt schon eine  
101 Suchmaschine, statt den Rat von Lehrerinnen und Lehrer, Bibliothekarinnen und Bibliothekaren oder  
102 der Verwaltung einzuholen.

103 Hochschulen organisieren häufig Kursbelegungen und Klausuranmeldungen online. Jedoch wird die  
104 Rolle des Internets auf eine Organisationsplattform reduziert und verkennt damit die Chancen. Das  
105 Internet, Medienbildung und Nutzung interaktiver Medien soll künftig nicht nur methodisch, sondern  
106 auch didaktisch eingebunden werden – nicht nur an der Hochschule. Dies ist mitunter aus  
107 organisatorischer Sicht sinnvoll, aber es ermöglicht auch völlig neue Formen des Unterrichts.

108 Auch an weiterführenden Schulen wird zukünftig der Umgang mit dem Internet integraler  
109 Bestandteil des Unterrichts sein. So können Inhalte kollaborativ erarbeitet werden – jenseits der  
110 klassischen und weiterhin unverzichtbaren Gruppenarbeit an den Schultischen. Der Open-Education  
111 und Open-Access-Ansatz soll gestärkt werden: Zugang zu Wissen muss einfach und ohne Barrieren  
112 möglich sein. Lernmittel können unter Umständen kollaborativ erarbeitet werden, wenn  
113 vorgegebene Qualitätskriterien eingehalten werden.

### 114 **4. Entrepreneur als Alternative zum Arbeitnehmer und Wissenschaftler**

115 Schulen und Hochschulen vermitteln den Schülerinnen und Schülern bzw. Studierenden nicht  
116 ausreichende Kompetenzen, um später als Selbständige ihren Lebensunterhalt verdienen und  
117 Arbeitsplätze und Innovationen schaffen zu können. Insbesondere Qualitäten eines Entrepreneurs,  
118 neue Ideen in marktfähige Konzepte zu wandeln und diese umzusetzen, sowie bestehende  
119 Marktstrukturen zu durchbrechen, muss derzeit jede und jeder selbst erlernen. Dies gilt es zu ändern:

120 Schulen sollten, z. B. auch über alternative Ansätze wie Planspiele, auf die Möglichkeiten eines  
121 Entrepreneurs hinweisen. Konkrete inhaltliche Kompetenzen werden dann in der Hochschule oder  
122 durch die beruflichen Ausbildung vermittelt.

123 Die Hochschulen bilden einen wichtigen Knotenpunkt zwischen Ausbildung, Wissenschaft, Forschung  
124 und Wirtschaft . Für viele Teilbereiche der Kreativwirtschaft – besonders, wenn Erwerbstätige sich für  
125 die Selbstständigkeit entscheiden – sind Kenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre,  
126 Volkswirtschaftslehre, Existenzgründung, Fördermittelvergabe, etc. nötig.

127 Die Hochschulen sollten unterschiedliche Kompetenzen, Know-How und Infrastruktur bündeln und  
128 zusammenführen. Sie können hochschuleigene Zentren, Räume für Unternehmensgründungen  
129 schaffen und Menschen und Ideen zusammen führen. Die Hochschule dient dabei als Ideenplattform,  
130 aber auch als Ort der Weiterbildung für junge Entrepreneur, mit und ohne Hochschulreife. Denn  
131 obwohl der Anteil der Akademikerinnen und Akademiker in der Kultur- und Kreativwirtschaft  
132 überdurchschnittlich hoch ist, hat die Mehrheit der Akteurinnen und Akteure keinen  
133 Hochschulabschluss. Somit müssen alle potentiellen Entrepreneur, unabhängig von ihrem  
134 Bildungsabschluss, einbezogen werden können.

135 Auch in der Bildungsberatung können die Hochschulen stärker als bisher Verantwortung  
136 übernehmen. Interessierte und talentierte Schülerinnen und Schüler müssen frühzeitig über  
137 Angebote an den Hochschulen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft informiert und gefördert  
138 werden. Möglich sind gezielte Veranstaltungen an Schulen und Hochschulen und die Nennung von  
139 Ansprechpartner für interessierte Schülerinnen und Schüler.

140 Anders als in den USA ist es für gescheiterte Entrepreneur in Deutschland schwierig, einen zweiten  
141 oder gar dritten Anlauf zu probieren. Kreativität bedeutet jedoch, dass ein Produkt oder eine  
142 Dienstleistung nicht der Norm entspricht. Ob dies daher zu einem Erfolg wird, ist ungewiss. Falls  
143 nicht, bedeutet dies nicht ein Scheitern einer Person sondern höchstens eines Projekts. Ein zweiter  
144 oder gar dritter Versuch muss möglich sein – so wie man als Arbeitnehmer bzw. Arbeitnehmerin  
145 während des Berufslebens den Arbeitgeber wechselt. Die von der SPD entwickelte  
146 Arbeitsversicherung wird hier unterstützend bei der Qualifizierung und Weiterbildung ansetzen.

147

## 148 **5. Kulturelle Bildung als Grundpfeiler für Kreativität**

149 Kulturelle Bildung ist ein gesellschaftlicher Auftrag, der insbesondere für die Kreativwirtschaft  
150 elementar ist. Eine Bundeszentrale für kulturelle Bildung, wie von der damaligen Enquete-  
151 Kommission des deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“ gefordert oder der Ausbau der  
152 bereits bestehenden Bundeszentrale für politische Bildung, sind Ansätze, die es ergebnisoffen zu  
153 prüfen gilt. Hinzu kommen wichtige Forderungen, die die kulturelle Bildung insgesamt stärken:

- 154 • Kulturelle Bildung in der Früherziehung stärken, indem u. a. Eltern bestärkt werden, die  
155 kulturellen Ausdrucksmöglichkeiten ihres Kindes von Anfang an zu fördern.
- 156 • In der schulischen Bildung die Fächer Kunst, Musik, Tanz und Darstellendes Spiel zu stärken  
157 und auszuweiten. Ebenso sollen an Ganztagschulen Angebote von Kultureinrichtungen und  
158 -vereine wahrgenommen werden können.
- 159 • Kinder und Jugendliche erhalten einen erleichterten, bestenfalls kostenlosen, Zugang zu  
160 Kultureinrichtungen.

- 161 • Kommunen, die sich in der Haushaltssicherung befinden, erhalten  
162 Finanzierungsmöglichkeiten, Angebote der kulturellen Bildung zulassen zu können.

163 Die Schule ist die einzige Einrichtung, die alle Kinder erreicht und Zugang zu kultureller Bildung  
164 ermöglichen kann. Ein sozialdemokratisches Ziel ist der weitere Ausbau der Ganztagschulen, um den  
165 Schülerinnen und Schüler neben dem Lernort auch den Lebensort Schule zu eröffnen. Die  
166 Ganztagschule bietet mehr Zeit für die Vermittlung von Kompetenzen und das Heranführen an  
167 Kreativität und erlaubt es zudem den Blick abseits des Fächerkanons zu öffnen.  
168

169 **Aktuelle Initiativen, der SPD und SPD-Bundestagsfraktion bereits**  
170 **verfolgen, um die Ziele zu erreichen:**

171

- 172 • Abschaffung des Kooperationsverbotes zwischen Bund und Ländern in der  
173 Bildungszusammenarbeit auf der Grundlage eines neuen Artikel 104c des Grundgesetzes, um  
174 eine sinnvolle und finanzielle Zusammenarbeit zwischen Bund, Ländern und Kommunen zu  
175 ermöglichen,
- 176 • in ihrem Pakt für Bildung und Entschuldung will die SPD den Ländern jährlich 20 Mrd. Euro mehr  
177 zur Verfügung stellen. 10 Milliarden Euro vom Bund. Durch die Wiedereinführung der  
178 Vermögenssteuer und die Reform der Erbschaftssteuer soll ein ebenso großer Betrag  
179 hinzukommen,
- 180 • Mit einem Masterplan Ganztagschule will die SPD-Bundestagsfraktion bis 2020 einen  
181 Rechtsanspruch auf einen Platz in einer Ganztagschule schaffen. In einem ersten Schritt wird der  
182 Bund rund vier Mrd. Euro für 7.000 zusätzliche Ganztagschulen bereit stellen. Weitere vier Mrd.  
183 Euro sollen für den Qualitätsausbau an den Ganztagschulen zur Verfügung gestellt werden, also  
184 auch für die Einstellung weiterer Lehrer, pädagogischen Fachpersonals oder Schulsozialarbeiter.
- 185 • Die SPD fördert das Konzept der regionalen Bildungslandschaften. Ziel ist es, die  
186 Zusammenarbeit der verschiedenen Bildungsinstitutionen und –bereichen zu stärken.
- 187 • Zur Unterstützung der Hochschulfinanzen fordert die SPD-Bundestagsfraktion einen  
188 Hochschulpakt II, der auch den Ausbau der Masterstudienplätze beinhaltet. Unter der Maßgabe  
189 „das Geld folgt den Studierenden“ soll die chronische Unterfinanzierung der Hochschulen  
190 mittelfristig angegangen werden,
- 191 • Die SPD-Bundestagsfraktion fordert, dass die Lehrerbildung Teil der Exzellenzinitiative wird.  
192 Dabei geht es nicht um einen elitefördernden Wettbewerb, von dem nur die wenigsten  
193 Lehramtsstudierenden etwas gehabt haben, sondern eine in die Breite wirksame Verbesserung  
194 der Lehrerausbildung.
- 195 • Die SPD-Bundestagsfraktion entwickelt aktuell die Arbeitslosenversicherung zu einer  
196 Arbeitsversicherung weiter. Kernpunkt ist der Rechtsanspruch auf Qualifizierung und  
197 Weiterbildung, um Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer präventiv vor Arbeitslosigkeit zu  
198 schützen.

## 199 **Konkrete Anforderungen an die Bildungsinstitutionen**

200

201 Frühkindliche Bildung:

- 202 • Kulturelle Bildung ist Bestandteil der frühkindlichen Förderung und wird in die  
203 Erzieher/innenaus- und –fortbildung integriert. Dazu wird die Zusammenarbeit von  
204 Kindertageseinrichtungen und Kultur- und Bildungseinrichtungen weiter entwickelt und der  
205 kostenfreie Zugang zu möglichst vielen öffentlich geförderten Kultureinrichtungen  
206 ermöglicht.
- 207 • Medienbildung und die Nutzung von Internetangeboten wird in einer altersgemäßen Form  
208 ermöglicht, wobei die Eltern und deren Mediennutzung immer mit im Fokus stehen. Dabei  
209 geht es auch um den reflektierten Umgang mit Medien und deren Inhalten sowie die  
210 Wirkungen auf Kinder. Hierzu wollen wir auch geeignete Forschungsprogramme auflegen.

211 Schule:

- 212 • Ganztagschulen als Häuser des Lernens sind die richtige Antwort auf die Herausforderungen  
213 kultureller Bildung und Mediennutzung. Die SPD wird dazu ein ambitioniertes  
214 Ausbauprogramm vorlegen, das mehr Raum für überfachliches Lernen bietet. Dafür wollen  
215 wir die verfassungsrechtlichen Voraussetzungen schaffen.
- 216 • Mediennutzung und Medienkompetenz werden zu Querschnittsthemen, die in jedem  
217 Unterrichtsfach und auf allen Bildungstufen Berücksichtigung finden. Zusätzlich wollen wir  
218 das Schulfach Informatik fördern, damit Schülerinnen und Schüler ein Verständnis davon  
219 haben, wie die Maschinen funktionieren, die mehr und mehr den Alltag bestimmen, und sie  
220 programmieren können. Computer und Internet sollen als Werkzeuge verstanden werden,  
221 die auch dazu dienen, eigene Inhalte zu schaffen oder zu präsentieren. Darauf müssen auch  
222 Lehreraus- und fortbildung abgestimmt werden. Es gilt, eine größere Anzahl von  
223 Studierenden für die entsprechenden Fächer zu begeistern
- 224 • Der Zugang zu einem mobilen Computer für jede Schülerin oder jeden Schüler sind in der  
225 Zukunft unabdingbar.
- 226 • Open Access und Open Education gilt es zu fördern.
- 227 • Stärkung von kooperativen und kollaborativen Konzepten der Wissensvermittlung und –  
228 erarbeitung.
- 229 • Kulturelle Bildung bleibt wichtiger Bestandteil des Schulkanons. Die entsprechenden Fächer  
230 werden in dem dafür vorgesehen Umfang erteilt. Dafür sind ausreichend qualifizierte  
231 Lehrerinnen und Lehrer einzustellen, ggf. auch als Quereinsteiger/innen. Jedem Kind wird die  
232 Möglichkeit gegeben, ein Instrument zu erlernen und ggf. in einem Schulorchester zu  
233 probieren. Wie in Kindertageseinrichtungen wird der kostenfreie Zugang zu möglichst vielen  
234 öffentlich geförderten Kultureinrichtungen ermöglicht.
- 235 • Im Rahmen der Berufsorientierung werden Maßnahmen ergriffen, um die Möglichkeit einer  
236 Beschäftigung in der Kreativwirtschaft zu eröffnen. Eine regional vernetzte Bildungsberatung  
237 bietet dazu unabhängige Informationen, die schulformunabhängig angeboten werden.
- 238 • Entrepreneurship soll als lohnenswerte Alternative zum klassischen Beruf des Arbeitnehmers  
239 oder Wissenschaftler vermittelt werden.

240 Außerschulische Bildung:

- 241 • Kulturelle Bildung ist wichtiger Bestandteil der Arbeit in der außerschulischen Bildung freier  
242 Träger oder der Kulturinstitutionen. Wir wollen mit Kulturgutscheinen und speziellen  
243 Bildungsangeboten für Kinder und Jugendliche die Zugänge erleichtern. Alle Institutionen  
244 verpflichten sich zu Projekten und dauerhaften Angeboten und garantieren eine öffentliche  
245 Infrastruktur, die auch den Kommunen ermöglicht wird, die sich in finanziellen Engpässen  
246 befinden. Sie beteiligen sich auch an der Fortbildung von Pädagoginnen und Pädagogen und  
247 bilden Netzwerkknoten der Akteure der kulturellen Bildung.
- 248 • Medienkompetenz findet Eingang auch in die Arbeit der Jugendhilfeeinrichtungen,  
249 insbesondere der offenen Treffs und werden mit einer entsprechenden technischen  
250 Infrastruktur ausgestattet.

251 Berufliche Bildung:

- 252 • Die Berufsschulen und Kollegs als Zentren moderner beruflicher Bildung stellen sich auf die  
253 Bedingungen der Kreativwirtschaft ein und eröffnen Einblicke in Berufsfelder und  
254 Karrierewege in der Branche. Dabei spielt die Möglichkeit einer Existenzgründung eine  
255 besondere Rolle. Hier sind insgesamt die Angebote einer neu zu schaffenden  
256 Bildungsberatung, der Wirtschaftsförderung und der Arbeitsmarktpolitik unter dem Dach der  
257 Berufsschulen und Kollegs für die Zielgruppe miteinander zu verbinden.

258 Hochschule:

- 259 • Die Hochschulen sind für zahlreiche spätere Tätigkeiten in der Kreativwirtschaft der  
260 wichtigste Knotenpunkt von Ausbildung, Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft. Daher  
261 werden sie zukünftig auch auf Existenzgründung und Entrepreneurship vorzubereiten haben.  
262 Hierzu werden eigene Zentren geschaffen, in denen Qualifizierung und Vorbereitung auf  
263 Unternehmensgründungen erfolgen und Menschen und Ideen zusammen geführt werden.  
264 Hilfreich wäre dabei auch ein hochschulübergreifendes Gründernetzwerk, das bestehende  
265 Netzwerke und Kontakte zu Hochschulen im Ausland mit Entrepreneurship-Schwerpunkt  
266 nutzt.
- 267 • Medienkompetenz wird auch in Wissenschaft und Forschung zu einem zentralen  
268 Gegenstand. So müssen sich Hochschulen auch auf die Nutzung interaktiver Medien in ihrer  
269 Lehre einlassen. Studierende lernen, eigene Inhalte zu erstellen und medial zu nutzen. Mehr  
270 Lehrstühle für Medienpädagogik unterstützen dies.
- 271 • Die Hochschulen wirken mit an der Bereitstellung innovativer Angebote der kulturellen  
272 Erwachsenenbildung.

273 Allgemeine und berufliche Weiterbildung:

- 274 • Die allgemeine Weiterbildung hat die Aufgabe, allen Menschen unabhängig von ihrer  
275 sozialen Herkunft flächendeckend Zugang zur kulturellen Erwachsenenbildung zu  
276 ermöglichen. Dabei bezieht sie im Besonderen neue Angebotsformen für bestimmte  
277 Zielgruppen, z.B. Familien oder ältere Menschen, ein. Medienkompetenz bleibt ein  
278 Bestandteil der Erwachsenenbildung. Der Bundesaltenplan wird in diesem Zusammenhang  
279 auch genutzt, um die kulturelle Bildung auch für älterer Menschen stärker zu öffnen.
- 280 • In der beruflichen Weiterbildung gelten die gleichen Anforderungen in Bezug auf die  
281 Kreativwirtschaft wie in allen anderen Bildungsstufen. Sie bekommt darüber hinaus die  
282 Aufgabe, für berufliche Weiterentwicklungen oder Neustarts die Möglichkeiten einer

- 283 Tätigkeit oder Existenzgründung in der Kreativwirtschaft zu eröffnen. Ausdrücklich soll in  
284 Verbindung mit Instrumenten der Arbeitsmarktpolitik und Wirtschaftsförderung dabei die  
285 Perspektive der zweiten oder auch dritten Chance einbezogen werden.
- 286 • Vor allem in Hochschulnähe können Coworking-Spaces den Einstieg als Entrepreneur  
287 vereinfachen und ermöglichen Kreativschaffenden die Umsetzung ihrer Ideen.