

## **Geeignete Rahmenbedingungen schaffen**

*Mehr Raum zum Experimentieren, für Innovation und Unternehmergeist in der Kultur- und Kreativbranche*

- *Wie kann dem Experimentieren, der Innovation und dem Unternehmergeist in den Kultur- und Kreativindustrien mehr Raum gegeben und mehr Unterstützung geboten werden? Anders gesagt, wie kann der Zugang zu IKT-Dienstleistungen bei/für kulturelle(n) und kreative(n) Aktivitäten verbessert und die Nutzung ihrer kulturellen Inhalte verstärkt werden? Wie können IKT zu einer treibenden Kraft neuer Geschäftsmodelle für einige Kultur- und Kreativindustrien werden?*

Schätzungen zufolge zählen rund 98% aller Firmen in der Kreativwirtschaft in der Bundesrepublik zu den Kleinstunternehmen. Gerade die Gruppe der Kleinstunternehmer ist aufgrund ihrer Kleinteiligkeit und Heterogenität die am schwersten zu fassende und am wenigsten erforschte Gruppe. Gleichzeitig treibt diese Gruppe maßgeblich Entwicklungen und Innovationen in der eigenen und in anderen Wirtschaftsbranchen voran. Maßnahmen auf europäischer Ebene sollten daher vor allem an der spezifischen Ökonomie und den Bedarfen der Kleinstunternehmen ausgerichtet werden. Mit Blick auf die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft sollte die Innovationsförderung grundsätzlich auch für nicht-technologieorientierte Unternehmen und Vorhaben geöffnet werden. Hierzu ist eine Neujustierung des Innovationsbegriffes anzustreben.

Netzwerke spielen in der Kultur- und Kreativwirtschaft eine entscheidende Rolle für das Entstehen neuer Ideen und die Überführung in konkrete Projekte mit hohem Innovationspotenzial. Projektbezogene Zusammenschlüsse von Kleinstunternehmen und Selbständigen bilden hierfür die Basis. Ein neues Rahmenförderprogramm für die Kultur- und Kreativwirtschaft, das diesen temporären Projektmodell entspricht und die Vernetzung fördert, schafft Raum für Experimente sowie für Wissens- und Technologietransfer. Denkbar wäre eine speziell für die adaptive Bildung von Open Communities konzipierte Online-Plattform, in der die Mitglieder nicht nur ein breites Netzwerk von vorhandenen Ressourcen nutzen, sondern aktiv an dessen Weitergestaltung und Ausbau teilnehmen. Dazu gehört neben der Integration von verteilten Komponenten auch die Vernetzung von heterogenen Ressourcen.

Neben der digitalen Verortung müssen auch physische Plätze geschaffen werden. Die Unterstützung des Ausbaus von Kreativquartieren und Co-working Spaces ermöglicht die

reale interdisziplinäre Vernetzung und sollte auch auf europäischer Ebene vorangetrieben werden. Wichtig ist hierbei die aktive Verbindung von digitalen und realen Netzwerkstrukturen.

Die Installierung einer technisch modernen IKT-Infrastruktur in diesen neuen Quartieren ist existentiell, denn die ITK-Infrastruktur ist Netzwerkraum, Produktionsmittel und Distributionsweg zugleich. Entsprechend komplex sind die Ansprüche der Kreativschaffenden an die ITK. Die kontinuierliche Einbindung modernster ITK bringt einen erhöhten Investitionsbedarf mit sich. Zugang zu technischen Neuerungen könnte durch eine Sonderförderung von ITK-Infrastruktur-Anschaffungen für Kreative erleichtert werden. Darüber hinaus empfiehlt sich die Schaffung von offenen ITK-Labs in Verbindung mit universitären und außeruniversitären Einrichtungen für Kreativschaffende, die als „open source-Forschungskoooperation“ technologiebasierte Innovationen in der Kreativ- und Medienbranche vorantreiben.

Vielen Unternehmen und insbesondere freiberuflich Tätigen sind die bestehenden Möglichkeiten der Wirtschaftsförderung nicht hinreichend bekannt. Bestehende Förderprogramme, die für die Kultur- und Kreativwirtschaft nutzbar sind, müssen deshalb regelmäßig und zielgruppenadäquat beworben werden. Hierfür bieten sich vor allem auch webbasierte Informationsportale an. Ein weiteres beispielhaftes Instrument sind Wettbewerbe bzw. so genannte „Call for Projects“ zu speziellen Branchen oder Themen, da diese ein hohes Aktivierungspotential haben und mit Förderprogrammen verbunden werden können.

#### *Bessere Abstimmung des Kompetenzbedarfs der Kultur- und Kreativindustrien*

- *Wie können Partnerschaften zwischen Kunst- und Designschulen einerseits und Unternehmen andererseits als ein Weg forciert werden, um Unternehmensgründungen, Jungunternehmen und Unternehmergeist sowie die Entwicklung von IKT-Kompetenzen zu fördern?*

Klassische Kreativberufe brechen zunehmend auf und die Bedeutung von Kreativen in „nicht“-kreativen Sektoren nimmt kontinuierlich zu. Das Ausbildungs- und Hochschulangebot muss darauf reagieren und neue, interdisziplinäre Ausbildungsmöglichkeiten etablieren. Auf europäischer Ebene bietet sich ähnlich dem Erasmus/Sokrates-Programm ein interdisziplinäres Austauschprogramm an, das verschiedene Kreativdisziplinen einerseits

und Kreativ- und beispielsweise Ingenieurstudiengänge andererseits miteinander in Verbindung bringt.

Bei den Kreativschaffenden steht bei der Berufswahl ein ökonomisches Motiv nicht im Vordergrund, und ökonomische Fragestellungen werden in der Ausbildung nach wie vor vernachlässigt. Eine frühzeitige Vermittlung ökonomischer Kompetenzen würde zu positiven Auswirkungen auf Innovationen und Wettbewerbsfähigkeit in den Kultur- und Kreativwirtschaft führen sowie Gründungs- und Wachstumspotentiale bergen. Deshalb ist anzustreben, die Qualifikation zur Selbständigkeit in die Curricula der Hochschulen zu integrieren.

Parallel dazu gilt es kostengünstige, wirtschaftsorientierte (u.a. Präsentationstechniken, BWL, Rechnungswesen, Mitarbeiterführung, Management) und ITK-orientierte Schulungsprogramme für bereits aktive Medien- und Kreativschaffenden zu etablieren, so dass auch hier eine kontinuierliche Professionalisierung und Stärkung erzielt werden kann.

- *Wie kann Peer-Coaching in den Kultur- und Kreativindustrien auf EU-Ebene gefördert werden?*

#### *Zugang zu Kapital*

- *Wie können Anreize für private Investitionen geschaffen und der Zugang der Kultur- und Kreativindustrien zu Kapital verbessert werden? Könnten Finanzierungsinstrumente auf EU-Ebene die Bemühungen auf nationaler und regionaler Ebene unterstützen und ergänzen und damit einen Mehrwert generieren? Wenn ja, wie?*

Die vorhandenen EU-Förderprogramme sind ein geeignetes Mittel zum gezielten strukturpolitischen Auf- und Ausbau der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Programme müssen sich in ihrer Form und inhaltlichen Ausrichtung jedoch noch mehr an die Bedarfe der Kultur- und Kreativschaffenden anpassen:

- Aufgrund der Schnelllebigkeit von Ideen und Content in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind verkürzte Vergabeverfahren mit offenen Vergabefristen und Vorschüsse auf bewilligte Gelder wünschenswert. Die Klassifizierung und Bewertung der Projektideen muss zudem flexibler gestaltet werden.

- 98 % der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen in der Bundesrepublik Deutschland sind Selbständige oder Kleinunternehmen mit 1-5 Angestellten, entsprechend müssen Antrags- und Belegverfahren auf ein Minimum reduziert werden, da ansonsten der personelle Aufwand die zu beantragenden Mittel übersteigt.
- Wünschenswert ist zudem eine Neuauflage bzw. Ausweitung von Finanzierungs- und Förderinstrumenten mit kleineren Budgets (5.000-25.000 €) und besonders zinsgünstigen Mikrokrediten. Die bestehenden Angebote werden z.T. aufgrund schlechter Konditionen nicht genutzt.
- Als einer der Hauptgründe für den im Einzelfall schwierigen Zugang der Kultur- und Kreativwirtschaft zu externer Finanzierung wird die Fokussierung auf die Finanzierung von Projekten und nicht von Geschäftsmodellen gesehen. Nur rund 37% der Kultur- und Kreativunternehmen versuchen, eine Finanzierung für ihr Unternehmen zu erhalten. Einerseits gilt es entsprechende Finanzierungs- und Förderprogramme diesen temporären Strukturen anzupassen, andererseits sollte eine Sensibilisierung für den Beitrag von Geschäftsmodellen für den unternehmerischen Erfolg erfolgen.
- Die bestehenden Förderprogramme müssten im Hinblick auf die z.T. zu hohen Eigenanteilsquoten neu ausgerichtet werden. Die Lohnkosten von Selbstständigen müssen als Personalkosten voll anerkannt werden.
- Ein Großteil der EU-weiten aber auch nationalen und regionalen Angebote wird aufgrund der Unübersichtlichkeit nicht genutzt. Der Informationszugang zu bestehenden Programmen muss transparenter und über geeignete, zielgruppengerechte Plattformen kommuniziert werden. Kostenfreie Beratungssprechtage für Medien- und Kreativunternehmen zu für diese Branchen relevanten Calls würden den Zugang ebenfalls erleichtern. Eine neue Datenbank für Medien- und Kreativunternehmen, auf der sich die Unternehmen und Selbständigen für EU-Projektkooperationspartnerschaften und -Konsortien innerhalb der Region anbieten, gilt es aufzubauen.
- Der Einsatz so genannter „Wissensbilanzen“ zur Darstellung des intellektuellen Kapitals sollte künftig bei der Weiterentwicklung von Finanzierungsinstrumenten stärker in Betracht gezogen werden. Wissensbilanzen erzeugen Transparenz, indem sie die Unternehmensziele, die Geschäftsprozesse, das intellektuelle Kapital und den Geschäftserfolg eines Unternehmens im Gesamtzusammenhang darstellen. Wissensbilanzen stellen dadurch eine Möglichkeit dar, die bei Unternehmen in der

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Regel fehlenden materiellen Sicherheiten tendenziell auszugleichen.

- *Wie kann die Investitionsbereitschaft von Kultur- und Kreativindustrie-Unternehmen erhöht werden? Welche besonderen Maßnahmen könnten ergriffen werden und auf welcher Ebene (regional, national, EU)?*

## **Lokale und regionale Entwicklung als Startrampe für weltweiten Erfolg**

### *Die lokale und regionale Dimension*

- *Wie lässt sich die Integration der Kultur- und Kreativindustrien in die strategische regionale/lokale Entwicklung verstärken? Welche Instrumente und welche Partnerschaften erfordert ein integrierter Ansatz?*

Eine europäische Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik bedarf einer einheitlichen Fokussierung auf das ökonomische Potential der Kultur- und Kreativwirtschaft, insbesondere im Hinblick auf die starken Wachstumsbranchen. Das setzt ein allgemeingültiges Verständnis der verwendeten Begrifflichkeiten und Branchendefinitionen ebenso wie einheitliche rechtliche Rahmenbedingungen, wie z.B. Urheber- und Verwertungsrechte voraus.

Zur Integration auf lokaler Ebene empfiehlt sich die Einrichtung von Creative Boards / Committees, bestehend aus Clustern, politischen und wissenschaftlichen Institutionen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen und ein aktiver Dialog in beide Richtungen, d.h. die regelmäßige Einbindung von Medienakteuren, Kreativen und Clustern in den Policy Cycle durch gezielte Anfragen aus Brüssel zu den wichtigsten Entwicklungen, Bedarfen und Strategien aus diesen Branchen.

Auch die Stärkung von Schnittstellenakteuren wie beispielsweise den Clustermanagements als Vermittler zwischen Kreativschaffenden und Politik auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene erleichtert die Integration und erzeugt Transparenz und Glaubwürdigkeit für politische Prozesse.

Erfolgreiche Kultur- und Kreativwirtschaft setzt letztlich auch eine aktive lokale Kulturpolitik und öffentliche Kulturförderung voraus. Erst die Verbindung von öffentlichem Sektor (öffentlicher Kulturförderung), privatem Sektor (Kultur- und Kreativwirtschaft) sowie dem intermediären Sektor (zivilgesellschaftlichen Aktivitäten) schafft die Voraussetzungen, dafür dass die in der Kunst und Kultur innewohnende Kreativität zur Entfaltung kommen kann.

#### *Mobilität und Zirkulation kultureller und kreativer Werke*

- *Welche neuen Instrumente sollten aktiviert werden, um die kulturelle Vielfalt mit Hilfe der Mobilität kultureller und kreativer Werke, von Künstlerinnen und Künstlern sowie Kulturschaffenden innerhalb der EU und darüber hinaus zu fördern? Inwieweit können virtuelle Mobilität und Online-Zugang zu diesen Zielen beitragen?*

#### *Kultureller Austausch und internationaler Handel*

- *Welche Instrumente sollten auf EU-Ebene vorgesehen oder verstärkt werden, um Zusammenarbeit, Austausch und Handel zwischen den EU-Kultur- und Kreativindustrien und Drittländern zu fördern?*

Die Präsenz im Ausland und die damit verbundenen Kosten sowie fehlende Marktinformationen stellen für die meisten Kreativschaffenden die größte Hürde für die Erschließung internationaler Märkte dar. Der Ausbau der Kleingruppenförderung für Messeteilnahme, insbesondere die Anrechnung von Reisekosten, könnte hier Abhilfe schaffen. Darüber hinaus empfiehlt sich der Aufbau einer Datenbank mit Marktinformationen zu den einzelnen Teilbranchen und Ansprechpartnern in den jeweiligen Ländern, sowie der Aufbau zentraler Anlaufstellen für Nicht-EU Kreativ- und Medienschaffende in den europäischen Ländern in Kooperation mit bestehenden Kultur- und Wirtschaftsförderungseinrichtungen als Rückkoppelungskanal.

#### **Auf dem Weg zu einer kreativen Wirtschaft: Die externen Effekte der Kultur- und Kreativindustrien**

- *Wie können die externen Effekte der Kultur- und Kreativindustrien auf andere Industrien und die Gesellschaft als Ganzes beschleunigt werden? Wie können wirkungsvolle Mechanismen für diese Art der Wissensverbreitung entwickelt und umgesetzt werden?*

Die Kultur- und Kreativwirtschaft strahlt als hochkreativer Wirtschaftsbereich auf klassische Industrien ab. Eine stärkere Vernetzung zwischen klassischen (Automotive, Engineering etc.) und Kreativunternehmen ist für die Entstehung von Innovation von immer größerer Bedeutung. Dieses Potential wird häufig noch nicht wahrgenommen, weder von den Kreativen selbst, noch von möglichen Partnern und Auftraggebern. Zur Steigerung der Aufmerksamkeit für das ökonomische Potential innerhalb der Gesellschaft und anderer Branchen und zur Stärkung des Selbstbewusstseins der Kreativen empfiehlt sich eine breit angelegte PR-Kampagne zur Wirtschaftskraft der Kultur- und Kreativwirtschaft, gekoppelt an eine Kampagne zur Anwerbung von internationalen High Potentials. Parallel sollte auf fachlicher Ebene mit Instrumenten wie interdisziplinären Wettbewerben, Matching-Messen und Fachforen gezielt die Vernetzung vorangetrieben werden.

- *Wie können „kreative Partnerschaften“ zwischen den Kultur- und Kreativindustrien und Bildungseinrichtungen / Unternehmen / Verwaltungen gefördert werden?*
- *Wie können der stärkere Einsatz bestehender zwischengeschalteter Stellen und die Entwicklung einer Reihe unterschiedlicher zwischengeschalteter Stellen als Mittlerinnen zwischen Künstler- und Kreativgemeinschaften und den Kultur- und Kreativindustrien auf der einen Seite und Bildungseinrichtungen / Unternehmen und Verwaltungen auf der anderen Seite gefördert werden?*

Schnittstellenorganisationen, wie Clustermanagements, die Zugang und Akzeptanz sowohl auf Seiten der Kreativen als auch in der politischen Szene und Verwaltung haben, spielen im Übersetzungsprozess eine enorme Rolle. Als Anlaufstelle für Akteure der Kreativwirtschaft, private Investoren sowie der öffentlichen Hand werden hier die vorhandenen Initiativen und Ressourcen gebündelt. Ziel dieser Schnittstelleninstitution ist es, neue Kooperations- und Selbstorganisationsprozesse anzuregen und somit in Abkehr zu einer zu direktionalen hin zu einer Kontextsteuerung zu gelangen und Selbststeuerungsprozesse in Gang zu setzen. Die Förderung und Qualifizierung von Schnittstelleninstitutionen ist eine zentrale Aufgabe europäischer Kultur- und Kreativwirtschaftsförderung.