

**Bücher und Mode, Presse
und Musik. Games, TV,
Radio und Film.
Kulturveranstaltungen,
Galerien, Architektur
und Design.
In Vielfalt geeint ...**

Thesen zur Zukunft einer starken Kreativwirtschaft in Deutschland

Der im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klima erhobene und jüngst veröffentlichte Monitoringbericht¹ hat es unterstrichen: **Die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) ist einer der kraftvollsten Wirtschaftszweige in Deutschland.**

Mit einer Bruttowertschöpfung von über 100 Milliarden Euro trägt sie 3 Prozent zur volkswirtschaftlichen Gesamtleistung bei und ist damit nach der Automobilindustrie und dem Maschinenbau der drittgrößte Wirtschaftszweig des Landes.

Die Branche steht wie kaum eine andere für Kreativität, Innovation, Produktivität und Wirtschaftswachstum und ist dabei Impulsgeber und Gestalter für viele andere Wirtschaftszweige.

Dabei ist es für die Branche als Motor von wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Transformation selbstverständlich, auch die Digitalisierung der Gesellschaft aktiv mitzugestalten. Die elf Teilbranchen (Musikwirtschaft, Buch- und Kunstmarkt, Film- und Medienwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Presse- und Werbemarkt sowie Software-/Games-Industrie) sind eng miteinander verzahnt, arbeiten in hohem Maße partnerschaftlich und prägen unsere Gesellschaft. Die KKW in ihrer Gesamtheit hat für die Demokratie, den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Vielfalt unseres Landes sowie die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit ganz unterschiedlicher Wertschöpfungsketten eine herausragende Bedeutung.

Für ein weiteres Wachstum und den Erhalt der volkswirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind zukunftsgerichtete Rahmenbedingungen nötig.

Die Voraussetzungen für eine florierende, investitionsfreudige, innovative und nachhaltige Kreativwirtschaft und ihrer jeweiligen Teilbranchen werden bei Regelungsvorhaben oft nicht ausreichend berücksichtigt. Im Gegenteil hat die Branche oft einen Kollateralschaden zu tragen, wenn sie von Regelungen betroffen wird, die mit dem politischen Augenmerk auf andere Branchen erlassen werden.

¹ <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2023/monitoringbericht-kultur-und-kreativwirtschaft-2022.html>

**Bücher und Mode, Presse
und Musik. Games, TV,
Radio und Film.
Kulturveranstaltungen,
Galerien, Architektur
und Design.
In Vielfalt geeint ...**

Die Koalition Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland (k3d) hat als Bündnis von führenden privatwirtschaftlichen Interessenvertretungen aktuell folgende politischen Horizontalthemen identifiziert, die für die unmittelbare Zukunft der Branche besonders relevant sind und deshalb besondere politische Beachtung finden sollten:

- 1. Generell sollte die Bundesregierung sich für eine bessere Sichtbarkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft einsetzen.**
Die Benennung eines Ansprechpartners bei der Bundesregierung war hierfür ein erster wichtiger Schritt. Gemeinsam mit der Branche sollte es nun darum gehen, die diversen Berufsbilder, die Wertschöpfung und gesellschaftliche Kraft der KKW aufzuzeigen, die Faktenbasis weiter zu verbessern und die von der Bundesregierung vorgehaltenen Initiativen (Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft) und Programme im Dialog so neu auszurichten, dass der Wirtschaftszweig in der Öffentlichkeit sichtbar wird.
- 2. Es muss ein fairer digitaler Marktplatz auf nationaler und europäischer Ebene etabliert werden.** Zentral dabei ist, dass für die Branchen der KKW – auch im Wettbewerb mit den marktmächtigen globalen Big-Tech-Plattformen – ein Level-Playing-Field entsteht. Die Regelungen des Wettbewerbs- und Kartellrechts müssen zukünftig besser gewährleisten, dass die Marktmachtkonzentration digitaler Gatekeeper effektiv aufgebrochen wird, die Zusammenarbeit von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft untereinander aber möglich bleibt und incentiviert wird.
- 3. Im Rahmen der Debatte über den Zugang zu Daten und einen wirksamen Datenschutz muss sichergestellt sein, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft weiterhin sinnvoll mit ihren Nutzer:innen kommunizieren kann und nicht beeinträchtigt wird.** Die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft achten schon zum Erhalt des Vertrauens in ihre wertvollen Marken sehr genau auf einen vertrauensvollen Umgang mit den Daten ihrer Nutzer:innen. Datenschutzregelungen haben allerdings einen erheblichen Einfluss darauf, ob Unternehmen in der digitalen Welt erfolgreich sein können. Für die Zukunft der Kreativwirtschaft ist eine möglichst unbürokratische Kommunikation mit den Nutzer:innen daher von grundlegender Bedeutung.

**Bücher und Mode, Presse
und Musik. Games, TV,
Radio und Film.
Kulturveranstaltungen,
Galerien, Architektur
und Design.
In Vielfalt geeint ...**

4. **Einnahmen aus Werbung und Sponsoring sind für viele Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft neben dem Verkauf von Inhalten und Dienstleistungen die wichtigste Einnahmequelle.** Diese dürfen nicht weiter beeinträchtigt werden. Aktuelle Überlegungen zur Einschränkung von Werbemöglichkeiten sollten dabei nicht auf einzelne Teilbranchen oder die Werbetreibenden selbst reduziert werden, sondern stets im Hinblick auf die wirtschaftliche Bedeutung für die Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer Breite gesehen werden.
5. **Urheberrechte und gewerbliche Schutzrechte regen Innovationen und Investitionen an. Ziel muss es sein, diese so zu fassen, dass sie effektiv sind.** Ohne eigene Rechte wären die Leistungen von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft nur ein Hobby. Nur mit durchsetzbaren Rechten können einerseits kreative Inhalte, Dienstleistungen und Produkte monetarisiert und gegen Ausnutzung durch Dritte geschützt und andererseits neue Geschäftsmodelle etabliert werden. Urheber- und Leistungsschutzrechte der Kreativen sowie ihrer Partner und generell gewerbliche Schutzrechte sind darum das Fundament, auf dem eine vielfältige produktive Kultur- und Kreativwirtschaft entstehen kann. In der Diskussion über ihre Stärkung muss der zunehmende Einfluss technologischer Entwicklungen, wie beispielsweise ganz aktuell von so genannten KI-Diensten, die häufig auf den Leistungen der Kreativwirtschaft aufsetzen, berücksichtigt werden.
6. **Die Auffindbarkeit von Produkten und Inhalten der Kultur- und Kreativwirtschaft muss in allen Netzen und auf allen Benutzeroberflächen sichergestellt werden. Es bedarf geeigneter Maßnahmen zur Sicherung der Netz-, Suchmaschinen- und Plattformneutralität.** Politische Fehlentscheidungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft können die Freiheit und Vielfalt der Branche massiv beeinträchtigen. Zudem lehnen wir jegliche Regelungsvorhaben, die zu einem Internet unterschiedlicher Geschwindigkeiten führen oder eine Abgabe an Infrastrukturanbieter vorsehen, ab.

**Bücher und Mode, Presse
und Musik. Games, TV,
Radio und Film.
Kulturveranstaltungen,
Galerien, Architektur
und Design.
In Vielfalt geeint ...**

7. **Staatliche und öffentlich-rechtliche Unternehmen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft sind ein wertvoller Bestandteil der Kultur- und Medienvielfalt in Deutschland, der sachgerechter Regulierung bedarf.** Dort, wo staatliche und öffentlich-rechtliche Institutionen als Wettbewerber zu privaten Unternehmen auftreten, müssen Wettbewerbsungleichheiten und negative Eingriffe in privatwirtschaftliche Märkte konsequent verhindert werden. Das ist bisher nicht hinreichend geschehen.
8. **Ein Belastungsmoratorium ist unumgänglich.** Grundsätzlich sollte jedes Gesetzes- und Regulierungsvorhaben hinsichtlich seiner Auswirkungen auf die KKW überprüft werden. Dies sollte in den Bundesländern, bei der Bundesregierung aber auch bereits auf EU-Ebene geschehen. Gleichzeitig müssen bürokratische und staatlich verursachte finanzielle Belastungen der Kultur- und Kreativwirtschaft wo immer möglich zurückgefahren werden. Regulierung darf auch nicht dazu führen, dass die deutsche Kreativwirtschaft im europaweiten Wettbewerb benachteiligt wird.
9. **Die soziale Absicherung von Künstler:innen und Kreativen ist eine wichtige Aufgabe, die in einer Kulturnation die gesamte Gesellschaft betrifft.** Hier gilt es eine übermäßige Belastung der Kreativwirtschaft zu vermeiden. Für 2023 wurde ein neuer Abgabesatz von 5,0% festgesetzt, was einer zwanzigprozentigen Steigerung gegenüber dem Vorjahr entspricht. Einem weiteren Anstieg ist zwingend Einhalt zu gebieten.
10. **Der Erhalt der Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer jetzigen Vielfalt oder die internationale Wettbewerbsfähigkeit erfordert für einige Branchenteilnehmer eine adäquate Förderung.** Aufgrund der besonderen volkswirtschaftlichen Bedeutung der Branche, aber auch aufgrund ihrer Rolle als Motor für Innovation und gesellschaftlichen Wandel weit über die eigene Branche hinaus, sind Fördermittel hier besonders zielführend.

















Berlin, im März 2023

**Bücher und Mode, Presse
und Musik. Games, TV,
Radio und Film.
Kulturveranstaltungen,
Galerien, Architektur
und Design.
In Vielfalt geeint ...**

Die Koalition Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland (k3d) ist ein offenes Bündnis von führenden privatwirtschaftlichen Interessenvertretungen – sie versteht sich als kompetentes Sprachrohr der Schlüsselbranche für gesellschaftlichen und ökonomischen Wandel.

Als agile Impulsgeberin für Politik und Regierung auf Bundes-, Länder- und EU-Ebene entwickelt sie übergeordnete Positionen, Stellungnahmen und Forderungen zu kultur-, medien- und wirtschaftspolitischen Fragestellungen.

Die durch die Verbände der Koalition repräsentierten Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) sind der relevante Motor für Kreativität, Innovation, Produktivität und Wirtschaftswachstum in Deutschland und zugleich ein Garant für Demokratie, Vielfalt und gesellschaftlichen Zusammenhalt.

 <p>Börsenverein des Deutschen Buchhandels</p> <p>Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.</p>	 <p>BUNDESARCHITEKTENKAMMER</p> <p>Bundesarchitektenkammer</p>	 <p>BDKV</p> <p>Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V. (BDKV)</p>	 <p>BVDG KUNST SCHAFT NEUES DENKEN</p> <p>Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e.V. (BVDG)</p>
 <p>BDVZ Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger</p> <p>Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e.V. (BDVZ)</p>	 <p>BVMI BUNDESVERBAND MUSIKINDUSTRIE</p> <p>Bundesverband Musikindustrie e.V. (BVMI)</p>	 <p>Deutscher Designtag</p> <p>Deutscher Designtag e.V. (DT)</p>	 <p>DMV Deutscher Musikverleger-Verband e.V.</p> <p>Deutscher Musikverleger-Verband e.V. (DMV)</p>
 <p>FASHION COUNCIL GERMANY</p> <p>Fashion Council Germany e.V. (FCG)</p>	 <p>game Verband der deutschen Games-Branche</p> <p>game – Verband der Deutschen Gamesbranche e.V.</p>	 <p>MVFP Medienverband der freien Presse</p> <p>Medienverband der freien Presse (MVFP)</p>	 <p>SOMM Music Your Life!®</p> <p>Society Of Music Merchants e.V. – Verband der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche (SOMM)</p>
 <p>SPIO</p> <p>Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO)</p>	 <p>VAUNET Verband Privater Medien</p> <p>VAUNET – Verband Privater Medien e.V.</p>	 <p>VDB Verband Deutscher Bühnen- und Medienverlage e.V.</p> <p>Verband Deutscher Bühnen- und Medienverlage e.V.</p>	 <p>vut</p> <p>Verband unabhängiger Musikunternehmer*innen e.V. (VUT)</p>