

Für mehr Wertschätzung in der Kultur- und Kreativwirtschaft – Kreative in den Mittelpunkt stellen

12. November 2019

Die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Treiber von Innovation und starker Wirtschaftszweig wird kaum mehr bestritten. Im Jahr 2018 erzielte die Branche in Deutschland eine Bruttowertschöpfung von über 100 Milliarden Euro und trägt damit 3 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt bei, heißt es im Monitoringbericht 2019 der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft. Gleichwohl ist damit nur ein Teil des ökonomischen Werts erfasst, den die Kreativwirtschaft generiert. Neben dem direkten Beitrag der Branche zur Bruttowertschöpfung treten Spillover-Effekte bedeutenden Ausmaßes ein. Kreative Ideen bilden die Grundlage für Innovationen in zahlreichen anderen Branchen. Neue Geschäftsmodelle, Produktdesigns oder auch Innovationsprozesse in Unternehmen und Organisationen verdanken sich oft genug kreativem Input – doch noch öfter wird gerade dieser kreative Input nicht gesehen und nicht wertgeschätzt.

Während der klassische Kulturbetrieb (mit guten Gründen) stark gefördert wird, sind viele der selbstständig künstlerisch-kulturell und kreativ Tätigen in der Kulturwirtschaft bis heute weitgehend auf sich selbst gestellt, profitieren oft weder von der Kultur- noch von der Wirtschaftsförderung. Die Wirtschaftsförderung hat zudem primär technische und digitale Innovationen im Fokus. Aus dem Blick gerät dabei das Wirken der Kultur- und Kreativschaffenden, die Innovationen von gesamtgesellschaftlichem Wert vorantreiben. Dem Beitrag ihrer Arbeit zur Wertschöpfung zum Trotz finden sich viele Kreative in einer prekären sozialen und wirtschaftlichen Lage wieder. Auf diese Ungerechtigkeit angesprochen, verweist die Bundesregierung stets gebetsmühlenartig darauf, dass mit der Künstlersozialkasse (KSK) eine ausreichende Absicherung der Kreativschaffenden vor sozialen Härten bestehe. Das aber ist nicht der Fall. Angesichts der Benachteiligung von den Soloselbstständigen, die durch hybride Erwerbsformen keinen Zugang zur KSK haben, aber einen erheblichen Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft ausmachen, ist diese Argumentation schlicht ignorant. Sie entlarvt, dass es der Bundesregierung allein um die wirtschaftliche Nutzung der Kreativarbeit, nicht aber um die Menschen geht, die Wertschöpfung durch ihre Kreativität erst entstehen lassen.

Wir Grüne im Bundestag haben uns bereits in der letzten Legislaturperiode mit dem Positionspapier „Kreativ und selbstbestimmt: Grüne Impulse zur Soloselbstständigkeit in der Kreativwirtschaft“ und dem Antrag „Soziale und wirtschaftliche Lage von Künstlerinnen, Künstlern und Kreativen verbessern, Kulturförderung gerecht gestalten“ klar zur Kultur- und Kreativwirtschaft positioniert. Mit dem vorliegenden Vier-Punkte-Plan „Für mehr Wertschätzung in der Kultur- und Kreativwirtschaft – Kreative in den Mittelpunkt stellen“ zeigen wir auf, wo dringender Handlungsbedarf besteht, um die Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft angemessen zu fördern und die prekäre Arbeitssituation vieler Kreativer zu verbessern.

1. BERUFSVERBÄNDE UND NETZWERKE UNTERSTÜTZEN

Viele Kreative sind nicht in Gewerkschaften organisiert, sondern in kleinen Berufsverbänden, die aufgrund der niedrigen Einkommen ihrer Mitglieder häufig nur einen geringen Mitgliedsbeitrag erheben. Sie werden wesentlich von wenigen ehrenamtlich Engagierten neben ihrer oft selbstständigen Tätigkeit getragen. Zudem ist die Branche mit ihren elf Teilmärkten und der Vielzahl an freiberuflich Schaffenden überaus divers, was die Möglichkeit zur Gewährleistung einer kontinuierlichen und schlagkräftigen politischen Interessenvertretung zusätzlich erschwert. Die

Interessen der Kreativen finden folglich zu selten Eingang in politische Entscheidungsprozesse mit der Folge, dass Förderprogramme der öffentlichen Hand für die Branche viel zu oft an den Bedürfnissen der Kreativen vorbeigehen. Viele Kreative entscheiden sich deshalb bewusst gegen eine Beantragung von Fördermitteln.

Wir fordern die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien und die zuständigen Ministerien der Bundesländer auf, finanzielle Mittel für die Arbeit von Berufsverbänden bereitzustellen und die Bildung eines Dachverbands anzuregen, um die zahlreichen unterschiedlichen Verbände verschiedener Berufsgruppen der Kultur- und Kreativwirtschaft an einen Tisch zu bringen. Kreative aus der Praxis müssen in die Konzipierung öffentlicher Förderfonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft einbezogen werden.

2. SOZIALE ABSICHERUNG GEWÄHRLEISTEN

Die Auswirkungen des digitalen Wandels betreffen die Arbeitswelt Kreativschaffender im Schlechten wie im Guten in besonderer Weise. Privates und Berufliches lässt sich bei stark intrinsisch motivierter selbstständiger Arbeit immer weniger klar voneinander trennen. Das Internet eröffnet Kreativen zudem neue Räume für Vernetzung und für die Ausstellung ihrer Arbeit. Die Möglichkeit, den eigenen Lebensunterhalt jenseits der Festanstellung zu bestreiten geht jedoch häufig mit einem Verlust an sozialer Absicherung einher. Kreative Soloselbstständige sind im Vergleich zu Menschen mit klassischen Erwerbsbiografien in vielfacher Hinsicht benachteiligt. Ihr Einkommen ist häufig zu gering, um Rentenansprüche zu erwerben, mit denen sie im Alter über die Grundsicherung hinauskommen. Auch haben viele von ihnen keinen Anspruch auf Arbeitslosengeld I, weil sie die vorgeschriebenen Anwartschaftszeiten nicht erfüllen. Wir wollen deshalb die freiwillige Arbeitslosenversicherung für alle Selbstständigen öffnen und dabei für Geringverdiener die Möglichkeit schaffen, halbierte Beiträge zu zahlen.

Private Krankenversicherungen sind für Kreative meist das falsche Instrument zur Absicherung, da die zu zahlenden Beiträge mit zunehmendem Alter bei meist gleichbleibenden geringen Einnahmen steigen. Auch beim freiwilligen Zugang zu den gesetzlichen Krankenkassen stellen sich vielen Selbständigen Hürden. Deshalb ist eine solidarische Bürgerversicherung, wie wir Grüne im Bundestag sie fordern, so dringend notwendig. Sie würde die bestehende Spaltung in private und gesetzliche Krankenversicherung überwinden. Auch Beamte und Selbstständige sollen in die solidarische Bürgerversicherung einkommensabhängig einzahlen können. Wer mindestens 30 Versicherungsjahre vorzuweisen hat, soll im Alter eine Garantierente oberhalb der Grundsicherung erhalten. Darüber hinaus bedarf das Instrument der Künstlersozialkasse (KSK) der Weiterentwicklung und Anpassung an die reale Lebenssituation der Versicherten, wobei insbesondere der Zugang vereinfacht werden muss. Für uns ist zudem selbstverständlich, dass auch große Plattformen wie YouTube KSK-Abgaben zu zahlen haben.

Überall, wo Kunst und Kultur mit öffentlichen Geldern gefördert wird, muss die Einhaltung vertrags- und arbeitsrechtlicher Mindeststandards gewährleistet sein. Wo es kollektive Verträge gibt, beispielsweise branchenspezifische gemeinsame Vergütungsregeln oder Vereinbarungen über Arbeitszeiten, sind diese einzuhalten. Wo es noch keine Branchenvereinbarungen gibt, ist die Vergabe von Fördermitteln an die Bedingung zu knüpfen, faire Honorare im Einvernehmen mit den Interessenvertretungen der Kreativen auszuhandeln. Der überwiegende Teil der Mittel aus Fonds der öffentlichen Hand muss an die Kreativen als Erbringer der originären kreativen Leistungen fließen.

3. INNOVATIONSBEGRIFF WEITERENTWICKELN

Die spezifischen Kompetenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft dienen schon heute vielen Unternehmen aus anderen Branchen dazu, innovativere Problemlösungen zu entwickeln. Offenheit,

Risikobereitschaft, Multidisziplinarität, Interkulturalität und Internationalität gelten als Treiber für Innovationen. Design Thinking hat Apple und Google zu den innovativsten Unternehmen der digitalen Welt gemacht und ist mittlerweile auch aus Deutschlands Großunternehmen nicht mehr wegzudenken. Der Innovationsbegriff der Wirtschaftsförderung ist sehr technologisch geprägt und orientiert sich in aller Regel an den Ausgaben für Forschung und Entwicklung. Für kulturwirtschaftliche Innovation ist das der falsche Maßstab. Das Hauptkriterium für jede technologisch oder kreativ geprägte Innovation muss vielmehr sein, ob sie sich auch gesellschaftlich – und dazu gehört für uns auch die ökologische Dimension – rechtfertigen lässt. Wenn beispielsweise eine Kommunikationsdesignerin Verkehrsflüsse darstellen und damit zu einer menschengerechteren Stadtplanung beitragen kann, so leistet sie einen originär kreativen, zugleich aber ökonomisch wie gesellschaftlich relevanten Beitrag. Kreative Innovationen dürfen nicht ein bloßes Anhängsel der Förderung von Tech-Startups bleiben. Eine Förderung für kreativschaffende Unternehmer*innen muss zu einem eigenständigen, festen Bestandteil der Wirtschaftsförderung werden.

4. DATENGRUNDLAGE VERBESSERN

Die Datengrundlage zu den einzelnen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft ist noch immer unbefriedigend. Der jährliche Monitoringbericht der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft enthält zwar seit einigen Jahren Teilbranchen-Steckbriefe, die immerhin einen groben Überblick über die Heterogenität der Gesamtbranche geben. Was aber fehlt, sind differenzierte statistische Daten. Beispielsweise wird eine Unterscheidung zwischen großen und kleinen Unternehmen sowie Soloselbstständigen benötigt. Bei Angaben zur sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung ist es wichtig zu wissen, wie viele solcher Stellen befristet sind. Selbstständig tätige Kreative haben häufig Nebenjobs, die in den Statistiken zur Selbstständigkeit nicht auftauchen. Es wäre zudem erstrebenswert, für die einzelnen Teilbranchen jeweils aktuelle Überblicke über relevante Akteure und die sich rasant und stark ändernden Wertschöpfungsketten zu gewinnen, sodass die strukturelle Vielfalt der Teilmärkte kenntlich wird. Hier mangelt es auch an Daten zur Einkommensverteilung – Angaben wie etwa das durchschnittliche Einkommen bildender Künstler*innen sind wenig aussagekräftig. Auch die Frage nach dem Anteil, den kreative Tätigkeit am Gesamteinkommen eines Haushalts ausmacht, bleibt derzeit unbeantwortet, genau wie die nach dem Anteil an Einkommen aus Rechten geistigen Eigentums im Verhältnis zu anderen Einkommensarten.

Wir Grüne fordern die Bereitstellung von Haushaltsmitteln in ausreichender Höhe, um ein Konzept für differenzierte Branchenreports zu allen elf Teilmärkten zu entwickeln. Dabei ist zu beachten, dass die Datenerhebung die Kreativunternehmer*innen nicht zu stark belastet. Besondere Berücksichtigung sollen die Wertschöpfungsketten, die verschiedenen Akteure und die Einkommensverteilung finden. Die Erstellung dieser Teilbranchen-Studien soll zur Aufgabe eines zu gründenden eigenständigen Forschungszentrums zur Kultur- und Kreativwirtschaft werden. Ein solches Forschungszentrum soll einen regelmäßigen Beitrag zur wissenschaftlichen Begleitung der Branche leisten, an der es bisher mangelt.

Autorinnenpapier von Danyal Bayaz, Startup-Beauftragter, Katja Dörner, stellv. Fraktionsvorsitzende, Katharina Dröge, Parlamentarische Geschäftsführerin und Sprecherin für Wirtschaftspolitik, Erhard Grundl, Sprecher für Kulturpolitik und Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien, Dieter Janecek, Sprecher für digitale Wirtschaft, Kirsten Kappert-Gonther, stellv. Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien, Claudia Müller, Mittelstandsbeauftragte, Tabea Rößner, Sprecherin für Netzpolitik und stellv. Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien, Wolfgang Strengmann-Kuhn, Sprecher für Arbeitsmarktpolitik, Margit Stumpp, Sprecherin für Medienpolitik und Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien