

» KREATIV UND SELBSTBESTIMMT: GRÜNE IMPULSE ZUR SOLOSELBTSTÄNDIGKEIT IN DER KREATIVWIRTSCHAFT



Künstler und Kreativschaffende geben Impulse und Denkanstöße, irritieren und inspirieren, sie provozieren und hinterfragen und bringen Prozesse, die steckengeblieben sind, wieder in Gang. Deshalb sind Kreative wichtig für Demokratie und Gesellschaft. Staat und Gesellschaft müssen daher die Voraussetzungen dafür schaffen, dass Kreativschaffende gut arbeiten können. In der sich wandelnden Arbeitswelt erleben Kreative strukturelle Veränderungen, die die gesamte Gesellschaft betreffen, oft als Erste. Sie sind mit ihrer Experimentierfreude, ihrem Drang nach Neuem und ihrer flexiblen und mobilen Arbeitsweise eine Art Avantgarde, deren projektförmige Arbeitsformen sich in anderen Arbeitszusammenhängen und Branchen niederschlagen, sie prägen Umbrüche und zeigen seismografisch zukünftige Herausforderungen auf.

Ob als Journalist, als Game-Designerin, als Musiker oder PR-Fachfrau: Sie alle zählen zur Kultur- und Kreativwirtschaft. Über 1,6 Millionen Menschen waren im Jahr 2015 in einer der zahlreichen Teilbranchen erwerbstätig.¹ Hinzu kommen die Beschäftigten der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten oder an staatlich geförderten Opern und Theatern. Besonders hoch ist der Anteil von Freiberuflerinnen und Selbstständigen: Sie machen derzeit rund 23 % aller in der Kultur- und Kreativwirtschaft Erwerbstätigen aus – dabei sind die Kleinunternehmer mit weniger als 17.500 Euro Umsatz (etwa ein Viertel aller Tätigen) noch gar nicht mit eingerechnet.² Diese machten 2015 immerhin 13,16 % der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Gesamterwerbstätigen aus.³ In den Kulturberufen⁴ liegt der Anteil an Selbstständigen mit 40 % (2013) noch höher. Daher sollte sich Politik für Kreativschaffende nicht so sehr auf große Wirtschaftsunternehmen fokussieren, sondern auf die Stärkung von Kreativen.

¹ Folgende Teilbranchen werden differenziert: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt, Software-/Games-Industrie, Sonstige. Zur Zahl der Erwerbstätigen: <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Redaktion/PDF/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk-2015,property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> (S. 7, pdf S. 9)

² <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Redaktion/PDF/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk-2015,property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> S. 4, pdf S. 6

³ <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Redaktion/PDF/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk-2015,property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf> (S. 7, pdf S. 9)

⁴ Zu den Kulturberufen zählen nach Mikrozensus: Technische Mediengestaltung, Fototechnik und Fotografie, Veranstaltungsservice und -management, Medien-, Dokumentations- und Informationsdienste, Lehrtätigkeiten an außerschulischen Bildungseinrichtungen, Redaktion und Journalismus, Innenarchitektur/visuelles Marketing, Raumausstattung, Kunsthandwerk und bildende Kunst, Musik-, Gesangs- und Dirigententätigkeiten, Schauspiel/Tanz und Bewegungskunst, Theater-, Film- und Fernsehproduktion, Veranstaltungs-, Kamera- und Tontechnik. Zum Anteil der Selbstständigen: Statistisches Bundesamt: Beschäftigung in Kultur und Kulturwirtschaft. Sonderauswertung aus dem Mikrozensus 2015, S. 25.

Die Arbeits- und Berufswelt – auch die von Kreativen – verändert sich durch die Digitalisierung enorm. Lösungen, die derzeit von kleinen „Vorreitergruppen“ eingefordert werden, werden mittelfristig einen Großteil der Beschäftigten betreffen. Denn was im positiven wie im negativen Sinne für viele Menschen neu ist, ist für die meisten Kreativschaffenden vertrautes Terrain. Sie kennen die Freiheiten selbstbestimmten Arbeitens, aber auch die sozialen Härten ungesicherter Lebensverhältnisse und entgrenzter Arbeit. Sie stellen immer wieder fest, dass viele gesellschaftliche Institutionen sich angesichts dieses Wandels als schwerfällig erweisen, von der Agentur für Arbeit bis zum Finanzamt. Dies hat Folgen für Schaffenskraft und Innovation, für Praktikabilität und Umsetzbarkeit der eigenen Ideen.

So wird beispielsweise die Umsatzsteuer spätestens dann kompliziert, wenn jemand nicht nur als selbstständiger Kreativer arbeitet, sondern auch noch anderen Tätigkeiten nachgeht. Die Banken schrecken vor der Vergabe von Krediten zurück, wenn die Kunden keine Sicherheiten im klassischen Sinne vorlegen können. 2015 haben 15 % aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft negative Erfahrungen mit Förderprogrammen gemacht, und zwar gerade die kleinen Unternehmen mit bis zu vier Mitarbeiterinnen – zumeist weil sie die technologiezentrierten Anforderungen des in den Förderrichtlinien vorherrschenden Innovationsbegriffs nicht erfüllen.⁵ Die freie Komponistin kommt nicht in die Künstlersozialkasse, weil sie nebenbei Lizenzen verkauft und dadurch gewerblich tätig ist. Der Journalist, der nebenbei als Werbetexter arbeitet, muss für die Steuererklärung beides penibel auseinanderhalten. Hinzu kommt, dass die Vertragspartner der Kreativen häufig große Unternehmen sind, die einseitig die Bedingungen diktieren, zu denen Aufträge vergeben werden. Eine Krankenversicherung ist für viele unbezahlbar, die Künstlersozialkasse steht nur bestimmten Berufsgruppen offen. Zukunfts- und Existenzängste sind keine gute Basis für die kreative Selbstentfaltung. In der Folge werden viel versprechende Geschäftsmodelle nicht entwickelt und erprobt, weil sie mit ökonomischen Risiken verbunden sind, die gerade für kleine und mittelgroße Unternehmen im internationalen Wettbewerb nicht oder zumindest nicht über einen längeren Zeitraum hinweg tragbar sind. Wir brauchen deshalb Konzepte zur Existenzsicherung sowie für die Absicherung sozialer Risiken wie Arbeitslosigkeit, Krankheit und Alter, die zur Lebenssituation von Kreativen passen.

2007 hat die Bundesregierung ihre „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft“ gestartet, um herauszufinden, wie der volkswirtschaftliche Nutzen der kreativwirtschaftlichen Teilbranchen gesteigert werden kann. Dabei soll die Wettbewerbsfähigkeit gerade der kleinen Unternehmen und Selbstständigen verbessert, die wirtschaftspolitischen Förderprogramme auf die spezifischen Bedürfnisse der Branche angepasst sowie die soziale Absicherung über die Künstlersozialkasse und den Schutz des Urheberrechts verbessert werden. Doch zehn Jahre später steht fest: Die Initiative hat die in sie gesetzten Hoffnungen nicht erfüllen können. Kreative brauchen mehr als nur Beratung zu Businessplänen und Vernetzungskongresse. Sie brauchen verlässliche rechtliche Rahmenbedingungen und eine soziale Absicherung, die es ihnen erlaubt, Risiken einzugehen, ohne die eigene wirtschaftliche Existenz dafür aufs Spiel zu setzen.

I. GRÜNDUNG UND FINANZIERUNG

Gründerinnen und Gründer sind wichtige Akteure in der Kreativwirtschaft. Sie brauchen Rahmenbedingungen, die es ihnen ermöglichen, ihre Geschäftsmodelle auf- und auszubauen. Dazu

⁵ Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2014, Langfassung, S. 63, pdf S. 65.

zählen vor allem ein besserer Zugang zu den öffentlichen Förderprogrammen und weniger bürokratische Hürden.

Die regionale und kommunale Wirtschaftsförderung hat von den konkreten Arbeitsbedingungen und Herausforderungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft oft nur eine unzureichende Kenntnis. Das Bundeswirtschaftsministerium steht in der Pflicht, klare Kriterien zu entwickeln, wie kreative Projekte wirtschaftlich eingeordnet und bewertet werden können. „Hidden innovations“⁶ und die Besonderheiten eines unbeständigen und stark trendabhängigen Marktes müssen angemessen berücksichtigt werden können. Diese Kriterien müssen regionalen und lokalen Wirtschaftsförderern an die Hand gegeben werden. Umgekehrt bedarf es einer besseren Heranführung der Kleinstunternehmen an die bereits bestehenden Förderprogramme und –Institutionen.

Der Gründungszuschuss aus Arbeitslosigkeit gehörte bis 2012 unbestritten zu den erfolgreichsten Förderinstrumenten und wurde auch von Kreativen gerne genutzt, da er eine unbürokratische Hilfe auf dem Weg in die Selbständigkeit darstellte. Die seit 2012 stark eingeschränkte Förderung von Gründungen aus Arbeitslosigkeit muss wieder bedarfsgerecht ausgebaut werden. Davon profitieren auch Kreative.

Auch andere Instrumente der Gründungsförderung sind nur unzureichend auf die speziellen Bedürfnisse von Kreativen zugeschnitten. So ist etwa der Mikrokreditfonds für solosebstständige Kreative eindeutig mit zu viel Bürokratieaufwand behaftet. Die größeren Gründungsfördertöpfe wie der mit Venture Capital finanzierte Hightech-Gründerfonds sind häufig zu technologieorientiert – geistige, kreative, kulturelle und soziale Innovationen fallen hier, wie in vielen anderen Förderprogrammen, durchs Raster. Es bedarf daher einer Überarbeitung des Innovationsbegriffs sowie einer Überarbeitung der Definition förderfähiger Aufgaben in den bestehenden Förderprogrammen der Bundesregierung. Wir fordern zudem, dass spezielle, auf die Teilbranchen der Kreativwirtschaft zugeschnittene Förderprogramme aufgelegt werden. An deren konkreter Ausgestaltung sollten die Verbände der Kreativschaffenden beteiligt werden.

In anderen Bereichen ist es hingegen leichter geworden, eine erfolgreiche Finanzierung auf die Beine zu stellen. Neue Modelle wie Crowdfunding haben sich gerade im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zu einer sinnvollen Ergänzungsfinanzierung entwickelt. Kreativen Start-ups gelingt es regelmäßig, auf geeigneten Plattformen für ihre Ideen eine nennenswerte Anzahl an Unterstützern zu finden. Der Austausch mit der eigenen Zielgruppe über die Inhalte und das Geschäftsmodell macht diese Finanzierungsform zu einem interessanten Instrument für Kreativschaffende.

Hier sind Kooperationen zwischen öffentlicher Förderung und Crowdfundingplattformen zu entwickeln und auszubauen. So können beispielsweise verschiedene Formen von Cofunding erprobt werden, wo ein Projekt durch öffentlichen Fördergeldern zu einem bestimmten Anteil mitfinanziert wird, wenn ein Crowdfundingziel erreicht werden konnte. Dadurch können unter klar definierten Kriterien auch Projekte realisiert werden, die zur vielfältigen Kulturlandschaft beitragen. Allerdings müssen rechtliche und ethische Standards in diesem Bereich weiterentwickelt werden. Für die Crowdfunding-Projekte muss zudem gewährleistet sein, dass sie durch gesetzgeberische Vorgaben weder unnötigen bürokratischen Hürden unterliegen, noch den Verbraucherinnen und Verbrauchern undurchsichtige und zweifelhafte Angebote unterbreitet werden. Darüber hinaus dürfen digitale Plattformen nicht zur Umgehung von Arbeitsschutz- und Sozialstandards oder für Honorardumping missbraucht werden.

⁶ Damit wird das Innovationspotenzial bezeichnet, das sich nicht in wirtschaftlichen Kennzahlen wie etwa den Ausgaben für Forschung und Entwicklung oder den Aufwendungen für den Erwerb von Patenten ausdrücken lässt.

Mindestens ebenso wichtig wie eine finanzielle Förderung ist im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Beratungsförderung – idealerweise ist beides eng verzahnt. Klassische Existenzgründungsberater sind auf kreative Soloselbstständige kaum vorbereitet. Hier sollten die Verbände und Netzwerke der Kreativen einbezogen werden.

Die Existenzgründung muss entbürokratisiert werden – auch für Kreativschaffende. Soloselbstständige und Kleinstunternehmen im Bereich der Kreativwirtschaft generieren in den ersten Jahren in der Regel selten hohe Gewinne, müssen beispielsweise im Steuerrecht aber dieselben Vorschriften beachten, die auch für Unternehmen mit mehreren Angestellten und mehreren hunderttausend Euro Umsatz gelten. Das bedeutet einen überdurchschnittlichen und unverhältnismäßigen Bürokratieaufwand. Ein Singer-Songwriter, der auf seiner eigenen Webpage seine CD zum Kauf anbietet, sollte nicht gleich ein Verkaufsgewerbe anmelden müssen. Wer als Journalist, Redenschreiber und Werbetexter arbeitet, sollte nicht gezwungen sein, drei getrennte Einnahmen-Überschuss-Rechnungen zu machen. Eine solche Entbürokratisierung bei der Existenzgründung spart Zeit und Geld, die besser in den Aufbau der eigenen Selbstständigkeit bzw. des eigenen Kleinstunternehmens investiert werden können. Kreative und andere Menschen, die sich eine eigene Existenz als selbstständige Unternehmer aufbauen wollen, sollen Entlastung in „One-Stop-Shops“ bekommen. Hier sollte das Know-how gebündelt und eine einfache, gründerfreundliche Beratung sichergestellt werden.

Wir wollen nach Möglichkeiten suchen, wie Genossenschaftsmodelle im Bereich der Kreativwirtschaft stärker unterstützt werden können. Sie ermöglichen eine maximale Selbstbestimmung der Kreativen und dienen oftmals dem Gemeinwohl. Dazu wollen wir die Gründungen von Genossenschaften insgesamt vereinfachen und als Rechtsform attraktiver machen.

Wir setzen uns für gesetzgeberische Rahmenbedingungen ein, die zum Beispiel im Medienbereich Modelle der Stiftungsfinanzierung, Fondsmodelle etc. erleichtern. Es gibt kreative Produkte, für die es keinen funktionierenden Markt gibt, die aber einen hohen kulturellen und gesellschaftlichen Wert haben. Deshalb brauchen wir Stiftungen, die anspruchsvollen Journalismus finanzieren. Wir wollen insbesondere die Voraussetzungen, unter denen derartige Initiativen als gemeinnützig anerkannt werden können, auf den Prüfstand stellen.

Kreative sollten bereits in der Ausbildung auf die wirtschaftlichen Herausforderungen ihrer Branche vorbereitet werden: An Schulen und Hochschulen wird mehr „entrepreneurial education“ (Ausbildung zum Unternehmertum) benötigt. Verbesserungsbedarf besteht auch im Bereich des Wissenstransfers. Während es beispielsweise an der UdK Berlin ein „career & transfer“ Center oder an der Hochschule für bildende Künste Dresden ein Mentoring-Programm gibt, sind solche Initiativen in der Ausbildungslandschaft für kreative Berufe noch keineswegs flächendeckend verbreitet. Es sollte möglich sein, in den ersten drei Jahren nach dem Studienabschluss eine Betreuung in Anspruch nehmen zu können: mit Mentoring-Programmen oder im Rahmen einer Kooperationen mit Unternehmen. Die Anbahnung von Kooperationen zwischen Künstlern, Ausbildungsinstitutionen und Wirtschaft muss im Rahmen einer Dialogförderung stärker unterstützt werden. Auch die bestehende Forschungs- und Entwicklungsförderung sollte so ausgebaut werden, dass sie für die Kultur- und Kreativwirtschaft nutzbar wird: Sie darf nicht länger auf Nischenbereiche beschränkt bleiben, sondern muss so ausgestaltet werden, dass sie eine systematische Förderung kreativwirtschaftlicher Projekten bereits in der Ausbildungsphase ermöglicht. Alle Ausbildungs- und Förderprogramme sind, ebenso wie das Mentoring, geschlechtersensibel auszugestalten.

II. SELBSTORGANISATION, VERNETZUNG, INTERESSENVERTRETUNG

Kleinere Berufsverbände leisten oft Beratung, Weiterbildung, Coaching, politische Interessenvertretung etc. Sie sind erste Ansprechpartner für Berufsanfänger, aber auch für Medien und Politik. All dies

beruht in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem großen Teil auf ehrenamtlichem Engagement, da die Finanzierung durch Mitgliedsbeiträge, anders als bei Dachverbänden großer Unternehmen, in aller Regel nicht ausreicht, um ein professionelles Niveau dieser Arbeit zu finanzieren. Die wenigen Aktiven, die es sich leisten können, auf einen Teil ihrer Arbeit (und damit ihres Einkommens) zu verzichten, um für die Sichtbarkeit ihrer Branche und die politischen Interessen ihrer Kolleginnen und Kollegen einzutreten, können dies oft nur über einen sehr begrenzten Zeitraum tun.

Es müssen daher die Voraussetzungen geschaffen werden, die Kreativen zu einer konsequenten Vertretung der eigenen Interessen gegenüber der Politik und den Unternehmen zu befähigen. Zunehmend wird auch die Entwicklung des Urheberrechts und der Netzpolitik sowie der Arbeits- und Sozialpolitik für Kreative wichtig – sie benötigen Ressourcen, um sich an der politischen Diskussion auf Augenhöhe und im eigenen Namen beteiligen zu können. Eine besondere Herausforderung hierbei sind die immer mehr auf EU-Ebene stattfindenden Regulierungen der Internetökonomie, die für Einzelpersonen oft schwierig zu überblicken sind. Viele Kreative sind nicht in Gewerkschaften organisiert. Wo es große Unterschiede zwischen verschiedenen Berufsgruppen innerhalb einer Branche gibt oder wo bestimmte Tätigkeiten teils von Festangestellten, vorwiegend jedoch von Freiberuflerinnen und Freiberuflern ausgeübt werden, müssen auch die kleinen Berufsverbände, die über die spezifischen Probleme und Vorstellungen der Kreativen oft am besten Bescheid wissen, bei den Verhandlungen mit am Tisch sitzen. Sie sollten darauf ein Anrecht haben, wenn sie in der betroffenen Branche eine nennenswerte Mitgliederzahl nachweisen können, wie es etwa in vielen Filmberufen der Fall ist. Umgekehrt müssen die großen Gewerkschaften den gewandelten Bedürfnissen der vielen Freiberuflichen und Selbstständigen an politische und berufliche Interessenvertretung stärker als bisher Rechnung tragen, um nicht ihre gesellschaftliche Basis in dieser Gruppe zu verlieren.

Professionelle Verbandsstrukturen lassen sich aber, anders als in anderen Wirtschaftsbereichen, nicht aus dem Einkommen der Kreativschaffenden selbst finanzieren. Die klassische Wirtschafts- oder Kulturförderung kommt für die Finanzierung solcher Selbstorganisationsformen bislang auch nicht infrage. Mit den auf die Teilbranchen der Kreativwirtschaft zugeschnittenen Förderprogrammen schaffen wir eine strukturelle Möglichkeit, um auch zeitlich befristete Projekte wie beispielsweise Konferenzen oder Netzwerktreffen der Interessenverbände zu unterstützen. Damit würde eine Hilfe zur Selbsthilfe in Sachen Organisation geleistet – dringend nötig in einem Bereich, in dem es keine Tradition gewerkschaftlicher Interessenvertretung gibt. Auch Städte und Kommunen können den Kreativen unter die Arme greifen, zum Beispiel indem sie die Zwischennutzungen leer stehender Gebäude für KünstlerInnen ermöglichen.

Verbände und Kreativen-Netzwerke müssen zudem die Möglichkeit bekommen, für ihre Fortbildungsaktivitäten projektbezogene Fördermittel in Anspruch nehmen zu können. Während die berufsbezogene Weiterbildung von Erwerbstätigen mit geringem Einkommen in anderen Bereichen etwa über die Bildungsprämie gefördert werden kann, gibt es im Kreativbereich keine derartig institutionalisierte Förderung. Die Berufsverbände der Kreativen, die Weiterbildungsseminare für ihre Mitglieder selbst auf die Beine stellen, sollten die Möglichkeit bekommen, dafür projektbezogene Fördermittel beantragen zu können. Die bestehenden Angebote zur beruflichen Weiterbildung müssen zudem so fortentwickelt werden, dass sie auch für freiberufliche und soloselbstständige Kreative nutzbar werden. Wer eine berufliche Auszeit nehmen will, um eine Fortbildung zu machen oder sich beruflich weiterzuentwickeln, muss dazu die Möglichkeit haben, ohne um seine soziale Existenz bangen zu müssen.

Grüne Zeitpolitik macht auch Angebote an die Kultur- und Kreativwirtschaft: Kreativschaffende sind zumeist an keine Weisungen von Arbeitgebern gebunden und bestimmen selbst, wann, wo und wie sie arbeiten. Wenn sie Teil von Produktionsprozessen sind können sie trotz Selbstständigkeit nicht immer ihren Anspruch auf Selbstbestimmung über ihre Zeit bei ihren Auftraggebern durchsetzen. In einigen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind tägliche Arbeitszeiten von bis zu 16

Stunden keine Seltenheit. Wir wollen den Tarifpartnern bzw. Branchenverbänden die Möglichkeit eröffnen, verbindliche Zeit- und Zielvorgaben für die tägliche Höchstarbeitszeit, beispielsweise an einem Filmset, zu vereinbaren.

Mit der KinderZeitPlus haben wir ein eigenes Konzept zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit entwickelt. Damit unterstützen wir auch kreative Freiberuflerinnen und Freiberufler, Kinder, Familie und Job besser unter einen Hut zu bringen. Das Elterngeld muss zu einer KinderZeit Plus weiterentwickelt werden. 24 Monate lang, jeweils acht Monate für beide Elternteile und weitere acht aufteilbar zwischen den beiden oder 24 Monate komplett für Alleinerziehende, auch über das erste Lebensjahr des Kindes hinaus. Flexibel ohne enges Stundenkorsett.

III. DURCHSETZBARE RECHTE

Als Einzelkämpferinnen und Einzelkämpfer stehen Kreative oft großen Unternehmen gegenüber, die jederzeit auf andere Kreative zurückgreifen können – und verfügen damit kaum über Verhandlungsmacht. Die Erfahrung zeigt: Wenn Kreative sich organisieren, sich in Verbänden, Gewerkschaften und Netzwerken zusammenschließen, sind sie gemeinsam stärker.

Gleichwohl sehen wir auch den Gesetzgeber in der Verantwortung. Damit Kreative mit ihrer Arbeit wirtschaftlich erfolgreich sein können, brauchen sie durchsetzbare Rechte. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine erfolgreiche Wachstumsbranche, aber von den Gewinnen kommt zu wenig bei den Kreativen selbst an. Dies liegt hauptsächlich daran, dass die Verteilung entlang der Wertschöpfungsketten unfair ist. Verwerter, Plattformen und Aggregatoren verdienen mit ihrer Arbeit häufig ein Vielfaches dessen, was bei den originären Produzentinnen ankommt.

Im Verhältnis zu den Verwertern kreativer Leistungen (Verlage, Musiklabels etc.) setzen wir auf ein durchsetzungsstarkes Urhebervertragsrecht. Es muss ein Mechanismus etabliert werden, der Verbände von Verwerterinnen und Urheberinnen zwingt, sich an einen Tisch zu setzen und einen für beide Seiten akzeptablen Honorarrahmen für kreative Leistungen auszuhandeln. Das Ergebnis muss verbindlich sein. Wir setzen uns zudem für ein Verbandsklagerecht ein: Es darf nicht an einzelnen Kreativen hängenbleiben, ihren Anspruch auf eine angemessene Vergütung vor Gericht gegen einen Vertragspartner durchzusetzen, denn dann kann er von diesem leicht unter Druck gesetzt werden, etwa mit der Drohung, zukünftig keine Aufträge mehr zu erhalten. Vielmehr müssen Berufsverbände und Gewerkschaften solche Klagen gegen strukturelle Ungerechtigkeiten stellvertretend für alle führen können. Solche Klagen müssen auch gegenüber „Außenseitern“ möglich sein, also gegenüber Verwertern, die an dem Abschluss einer für sie einschlägigen Vergütungsregel nicht beteiligt waren. Verwerter kreativer Arbeit wollen wir in die Pflicht nehmen, nicht nur Tarifverträge einzuhalten, sondern auch Honorarvereinbarungen, und sie die Rechte der Kreativen in Abhängigkeit vom Umfang der Nutzung zu vergüten. Dies gilt gerade für die großen Auftraggeberinnen wie etwa öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, die die Verantwortung für die branchenübliche Unterbezahlung noch viel zu oft auf die Produzenten abschieben. Wo Kreative als Freiberuflerinnen und Freiberufler neben fest oder zeitweise Angestellten arbeiten, dürfen tarifvertragliche Regelungen zu Arbeitszeit und Gagen kein Präjudiz für Vergütungsregeln darstellen, die von den Berufsverbänden freiberuflicher Selbstständiger abgeschlossen werden.

Neue Fragen stellen sich im Zusammenhang mit der digitalen Plattformökonomie. Neben die klassischen Verwerter, die als Nutzer kreativer Leistungen unmittelbare Vertragspartner der Kreativen sind, sind im digitalen Raum neue Vermittlerinnen getreten. Content-Plattformen wie YouTube tragen zweifellos zur Verbreitung kreativer Werke bei und erzielen damit hohe Werbeeinnahmen, von denen jedoch oftmals sehr wenig bei den Kreativen ankommt. Sie profitieren von der Haftungsfreistellung für Host Provider, da sie die betreffenden Inhalte nicht selbst hochladen. Eine solche, unzureichende oder

ausbleibende Entlohnung kreativen Schaffens finden wir ungerecht. Wir setzen uns dafür ein, dass dort, wo mit kreativer Leistung wirtschaftliche Gewinne erzielt werden, stets auch eine Beteiligung an die Kreativen zurückfließt.

Andere Plattformen organisieren Wettbewerbe, bei denen beispielsweise mehrere hundert Designerinnen und Designer ein Logo entwerfen, während am Ende nur der Gewinnerentwurf vom Auftraggeber honoriert wird. Verwertungsverträge, wie etwa Verträge über die Veröffentlichung von Texten, Musik oder Filmen, können bei einigen Plattformen auf dem Wege einer Zustimmung zu AGB getroffen werden, die jederzeit ohne Vorankündigung geändert werden können. Wir wollen Plattformen dazu verpflichten, vertrags- und arbeitsrechtliche Mindeststandards und rechtliche Vorgaben beim Datenschutz und den allgemeinen Geschäftsbedingungen einzuhalten.

Während Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer seit einiger Zeit einen Anspruch auf einen Mindestlohn haben und oft durch Tarifverträge vor Lohndumping geschützt sind, müssen Freiberuflerinnen und Soloselbstständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft ihre Bezahlung selbst aushandeln. Deswegen sind für zeitbasierte Arbeit, wie sie zum Beispiel von Kameraleuten oder Schauspielerinnen und Schauspielern an Theatern geleistet wird, branchenspezifische Mindesthonorare, die sich an der tariflichen Bezahlung vergleichbarer Tätigkeiten orientieren, sinnvoll. Damit sie in der Praxis auch tatsächlich gezahlt werden, wollen wir im Gesetz die Möglichkeit schaffen, dass diese Mindesthonorare allgemeinverbindlich erklärt werden können und damit für alle in der Branche gelten. Institutionen wie den öffentlich-rechtlichen Rundfunk oder staatlich geförderte Kulturinstitutionen wollen wir dazu verpflichten, verbindlich vereinbarte Mindesthonorare zu zahlen. Fördergelder, auch projektgebundene, darf es nur noch für solche Institutionen und Unternehmen geben, die arbeitsrechtliche Standards und Mindesthonorarvereinbarungen einhalten. Institutionen und Unternehmen, die nachweislich gegen diese Anforderung verstoßen haben, sollten für einen gewissen Zeitraum von der Vergabe von Fördermitteln ausgeschlossen werden. Gagen bei geförderten Projekten sollten geltenden Honorarvereinbarungen bzw. Tarifverträgen entsprechen. Filmproduktionsfirmen sollten nur dann Fördergelder erhalten, wenn sie sich als Anstaltsmitglieder an der Pensionskasse Rundfunk beteiligen. Förderbedingungen müssen so ausgestaltet sein, dass Fördergelder aus Kultur- und Wirtschaftsfördertöpfen stets zu mindestens 50 % bei den Kreativen selbst ankommen: Literaturförderung bei Schriftstellerinnen und Schriftstellern, Filmförderung bei Filmschaffenden, Förderung des Qualitätsjournalismus bei Journalistinnen und Journalisten. Die Einhaltung dieser Maßgabe sollte gegenüber den Geldgebern belegt werden müssen.

In der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es häufig Projekte, die zwar gesellschaftlich oder kulturell bedeutsam sind, sich aber ökonomisch nicht rentieren. Dieses Risiko kann nicht einseitig auf den Schultern der Kreativen lasten – insbesondere nicht dort, wo die Kreativen stark in Produktionsabläufe großer Unternehmen eingebunden und die Verwertungsketten weitgehend geschlossen sind. In solchen Teilbranchen halten wir Branchenfonds für sinnvoll, über die ökonomisch weniger tragfähige, aber gesellschaftlich oder kulturell bedeutsame Projekte finanziert werden können. So wollen wir verhindern, dass die daran beteiligten Kreativen mit Dumpinghonoraren vorlieb nehmen müssen.

In manchen Sparten der Filmindustrie gibt es nach Angaben von Pro Quote Regie ein Gender Pay Gap von bis zu 67 Prozent. Daran wird auch das vorgelegte Entgelttransparenzgesetz nichts ändern. Wir setzen uns für ein Entgeltgleichheitsgesetz ein, das tatsächlich wirkt und für freiberufliche soloselbstständige Frauen als Vorbild dienen kann. Wir wollen, dass für die einzelnen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft Zahlen zur Einkommensverteilung zwischen Männern und Frauen erhoben werden. Im zweiten Schritt wollen wir auch für Selbstständige einen Mechanismus etablieren, mit dem Berufsverbände Entgeltungleichheit zwischen Männern und Frauen in der Kreativwirtschaft identifizieren und mit verbindlichen Vergütungs- und Honorarvereinbarungen beseitigen können. Bei öffentlichen Fördermitteln wollen wir zur Verbesserung der geschlechtergerechten Ressourcenverteilung öffentlicher Mittel die Einführung des Gender Budgeting prüfen.

IV. SOZIALE ABSICHERUNG

Die Ausrichtung der Sozialversicherungen auf das Normalarbeitsverhältnis entspricht schon heute nicht mehr der Lebensrealität. Seit längerem zeigen sich immer deutlichere Tendenzen eines Wandels der Arbeitsformen: Teilzeit, Selbständigkeit und atypische Beschäftigungen werden immer „normaler“. Unsere Sozialversicherungssysteme bilden diesen Wandel immer weniger ab.

Wie in vielen anderen Branchen, so gibt es auch in der Kreativwirtschaft nur noch selten unbefristete Festanstellungen. Bei den meisten Kreativen wechselt der Status ständig: Sie sind mal angestellt, dann wieder selbstständig tätig, mal künstlerisch-publizistisch (und damit über die KSK abgesichert), mal gewerblich tätig, mal auf Produktionsdauer angestellt, dann wieder arbeitslos. Projektarbeit ist der Normalfall in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Erwerbsbiographien Kreativer sind geprägt von schwankenden Einkommen und Phasen ohne Einkommen.

Wie heutzutage viele Menschen, sind auch Kreative oft nur unzureichend sozial abgesichert. Dies hat strukturelle Gründe: Wer mit seiner Arbeit zu wenig verdient oder als ProjektarbeiterIn immer nur kurzfristig beschäftigt ist, kann auch nicht genug in die Renten- oder Arbeitslosenversicherung einzahlen, um im Bedarfsfall aus diesen Versicherungssystemen existenzsichernde Beträge zu erhalten. Deshalb droht vielen Menschen, auch Kreativen, Altersarmut bzw. im Fall von geringen Einkommen ALG II-Bezug.

Weder die Existenzsicherung noch die Sozialversicherungssysteme sind in der bestehenden Form geeignet, diese Probleme zu lösen. Besonders heute nicht über die KSK abgesicherte Kreative würden von einer Weiterentwicklung der Sozialversicherungen zu Bürgerversicherungen profitieren. Mit dem Prinzip der Grünen Bürgerversicherung wollen wir die bestehenden Ungerechtigkeiten bei der Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung beenden. Die Idee der Bürgerversicherung beinhaltet, dass alle Bürgerinnen und Bürger unter der Berücksichtigung aller Einkunftsarten in die sozialen Sicherungssysteme einbezogen werden. So sind sie gut abgesichert und versorgt und können sich entsprechend ihres Einkommens an der Finanzierung beteiligen.

Die Künstlersozialkasse sorgt schon heute für eine günstige Absicherung in der gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung. Die Künstlersozialkasse hat sich bewährt und muss erhalten bleiben. Die seit einiger Zeit verstärkten Kontrollen haben dazu beigetragen, dass der Beitrag der Unternehmen auf absehbare Zeit stabil bleiben kann.

Für diejenigen Kreativen, die nicht die Voraussetzungen erfüllen, um in die KSK aufgenommen zu werden, fordern wir, dass die für Selbstständige mit geringem Einkommen besonders belastenden Mindestbeiträge für die Krankenversicherungsbeiträge deutlich reduziert werden. Wir fordern eine Absenkung des mindestens vorausgesetzten Einkommens auf das Niveau der sonstig freiwillig Versicherten.

Als einen ersten Schritt auf dem Weg zur Weiterentwicklung der gesetzlichen Rentenversicherung zu einer Bürgerversicherung wollen wir nicht anderweitig abgesicherte Selbstständige, also jene, die nicht über die KSK gesetzlich oder in einem berufsständischen Versorgungswerk versichert sind, in die gesetzliche Rentenversicherung einbeziehen. Die Beiträge zur Rentenversicherung müssen weitgehend flexibilisiert und entsprechend des individuellen Einkommens bemessen werden. Zudem wollen wir die Möglichkeit eröffnen, zusätzlich zum Pflichtbeitrag freiwillige Zahlungen zu leisten, um in guten Zeiten Lücken, wie sie etwa durch Zeiten der Auftragslosigkeit oder Arbeitslosigkeit entstehen, zu schließen. Auf diese Weise soll es möglich werden, in allen Phasen des Lebens in die Rentenversicherung einzuzahlen, ob man nun gerade angestellt, selbstständig tätig oder vorübergehend arbeitslos ist.

Viele Kreative haben das Problem, dass sie aufgrund geringen Einkommens zu wenig in die Rentenversicherung einzahlen. Unsere Grüne Garantierente sieht vor, dass Versicherte, die mindestens 30 Jahre in die gesetzliche Rentenversicherung eingezahlt haben – wobei Zeiten der Arbeitslosigkeit oder für Kindererziehung einbezogen werden sollen –, einen Anspruch auf eine gesetzliche Rente haben, die oberhalb des Grundsicherungsniveaus liegt. Davon würden auch diejenigen profitieren, die über die Künstlersozialkasse abgesichert sind, da die KSK Beiträge in die gesetzliche Rentenversicherung zahlt. Dieses Konzept, die Kombination aus Bürgerversicherung und Garantierente, wäre gerade auch für Kreative ein Gewinn, da trotz häufiger Statuswechsel (selbstständig, abhängig beschäftigt, freiberuflich oder arbeitslos) regelmäßig Beiträge gezahlt und Rentenansprüche erworben würden.

Bei der Arbeitslosenversicherung wollen wir die Möglichkeiten der freiwilligen Weiterversicherung für Selbstständige wieder erschwinglich machen, so dass dieses Angebot auch für kreative Freiberuflerinnen und Freiberufler wieder attraktiver wird. Alle Selbstständigen sollen die Möglichkeit bekommen, sich freiwillig gegen Arbeitslosigkeit zu versichern. Für Selbstständige mit geringem Einkommen soll die Möglichkeit eröffnet werden, halbierte Beiträge zu bezahlen. Viele Kreative sind derzeit von der Arbeitslosenversicherung faktisch ausgeschlossen, weil sie dadurch, dass sie meist projektbasiert arbeiten, zwar immer wieder einzahlen, aber selten etwas herausbekommen. Aufgrund ihrer nur befristeten Beschäftigungen erreichen sie meist die nötigen Anwartschaftszeiten nicht und sind so trotz ihrer Beitragszahlungen nur in Ausnahmefällen über die Arbeitslosenversicherung abgesichert. Die Sonderregelung für Künstler und kurzfristig Beschäftigte konnte diese Gerechtigkeitslücke nicht schließen, weil die meisten flexibel Beschäftigten an den restriktiven Verdienst- oder Befristungsgrenzen scheitern. Das wollen wir ändern. Die Anwartschaftszeit in der Arbeitslosenversicherung soll auf vier Monate verkürzt werden. So wird auch die bürokratische Sonderregelung überflüssig.

Die Arbeitswelt von morgen braucht eine klare Definition von Selbstständigkeit. Zurzeit gibt es unterschiedliche Definitionen im Sozial-, Arbeits- und Steuerrecht. Für die Betroffenen führt das zu bürokratischen Belastungen, die zum Teil unhaltbar sind. Die Abgrenzung zwischen selbstständiger Tätigkeit und abhängiger Beschäftigung muss deshalb eindeutig und praxistauglich in Form eines Positivkatalogs geregelt werden. Wir wollen Scheinselbstständigkeit verhindern, ohne echte Selbstständigkeit zu behindern. Unter Berücksichtigung des Wettbewerbsrechts wollen wir bei eindeutiger wirtschaftlicher Unabhängigkeit die Möglichkeit schaffen, freiwillig auf das Statusfeststellungsverfahren zu verzichten. Die gesetzlichen Abgrenzungskriterien im Sozial-, Arbeits- und Steuerrecht müssen vereinfacht werden, um Doppel- bzw. Dreifachprüfungen zu vermeiden. Durch klare Abgrenzungskriterien und ein verbessertes Statusfeststellungsverfahren streben wir Rechts- und Planungssicherheit für alle Selbstständigen an. Das ist insbesondere für alle in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen wichtig, weil diese häufig wechselnde Auftraggeber haben. Unser Anliegen ist es, für eine leichtere Vereinbarkeit verschiedener Existenzformen nebeneinander zu sorgen.

Während traditionelle Unternehmen, die Kreative beauftragen, in die Künstlersozialkasse einzahlen, tun dies digitale Plattformen, die lediglich als Vermittler auftreten, oftmals nicht. Viele unterlaufen zudem systematisch arbeitsrechtliche Standards. Auftraggeber und Vermittler kreativer Leistungen sollen gleichermaßen einen Beitrag zu den Sozialversicherungssystemen leisten. Wie dies genau geschehen soll, muss jedoch weiter geprüft werden. Es ließe sich an bestehende Regelungen wie im Fall der Hausgewerbetreibenden anknüpfen, bei welchen sich die Auftraggeberinnen und -geber paritätisch beteiligen. Für Cloud-, Click- und Crowdworker könnten Vermittlungsplattformen zu einer Art Verwerterabgabe herangezogen werden.

V. KERNFORDERUNGEN

- » ExistenzgründerInnen in der Kreativwirtschaft müssen leichter Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten bekommen. Der den Förderungen zu Grunde liegende Innovationsbegriff muss geöffnet werden, damit auch geistige, kreative und kulturelle Innovationen gefördert werden können.
- » Wir wollen die Verbände der Kreativen bei der Ausgestaltung der für Kreative relevanten Förderrichtlinien sowie bei der Gründungsberatung stärker beteiligen.
- » Wir wollen die Rahmenbedingungen für Genossenschaften, Crowdfunding und Modelle der Stiftungsfinanzierung so ausgestalten, dass diese Finanzierungsformen leichter umsetzbar werden.
- » Interessenverbände von Kreativen, die Beratung, Weiterbildung, Coaching, politische Interessenvertretung und Vernetzung anbieten, sollen für zeitlich befristete Projekte Förderung beantragen können, um für deren Finanzierung nicht allein auf Mitgliederbeiträge angewiesen zu sein.
- » Wir wollen gezielt die Vernetzung von Kreativen mit Wissenschaft, gesellschaftlichen Bewegungen und Akteuren aus anderen Wirtschaftsbranchen fördern.
- » Verwerter kreativer Leistungen müssen Kreative angemessen vergüten – das gilt erst recht und insbesondere für öffentlich-rechtliche Auftraggeber und mit Blick auf den Abbau des Gender Pay Gap.
- » Wir wollen die gesetzlichen Rahmenbedingungen für branchenspezifische Mindesthonorare schaffen, die dann auch allgemein verbindlich für eine Branche erklärt werden können.
- » Digitale Plattformen wollen wir zu einer angemessenen Beteiligung der Kreativen überall dort verpflichten, wo mit deren Leistung wirtschaftliche Gewinne erzielt werden.
- » Wir wollen die Künstlersozialkasse erhalten und darüber hinaus Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung zur Bürgerversicherungen weiterentwickeln, zu der alle Bürgerinnen und Bürger beitragen. Durch die stabilere Basis schaffen wir solidarische und verlässliche Sozialversicherungen für alle.
- » Wir wollen die Möglichkeit der freiwilligen Weiterversicherung für Selbständige in der Arbeitslosenversicherung stärken, ausbauen und sie so auch für kreative FreiberuflerInnen wieder erschwinglich machen. Die Absicherung von kurzfristig Beschäftigten in der Arbeitslosenversicherung wollen wir verbessern. In Zukunft soll schon nach viermonatiger Beitragszeit ein zweimonatiger Bezug von Arbeitslosengeld möglich sein.
- » Wir wollen die Statusfeststellungsverfahren so verbessern, dass es keine Probleme mehr mit sich bringt, mal angestellt, mal selbstständig, mal künstlerisch-publizistisch, dann wieder gewerblich tätig zu sein. Kreative sind Projektarbeiter – die gesetzlichen Regelungen müssen das berücksichtigen.