

## **Antrag**

**der Abgeordneten Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Christoph Waitz, Jens Ackermann, Christian Ahrendt, Uwe Barth, Rainer Brüderle, Angelika Brunkhorst, Ernst Burgbacher, Patrick Döring, Mechthild Dyckmans, Jörg van Essen, Ulrike Flach, Otto Fricke, Horst Friedrich (Bayreuth), Dr. Edmund Peter Geisen, Hans-Michael Goldmann, Miriam Gruß, Joachim Günther (Plauen), Dr. Christel Happach-Kasan, Heinz-Peter Haustein, Elke Hoff, Gudrun Kopp, Jürgen Koppelin, Heinz Lanfermann, Sibylle Laurischk, Ina Lenke, Horst Meierhofer, Patrick Meinhardt, Jan Mücke, Burkhardt Müller-Sönksen, Dirk Niebel, Detlef Parr, Cornelia Pieper, Jörg Rohde, Frank Schäffler, Dr. Max Stadler, Carl-Ludwig Thiele, Dr. Claudia Winterstein, Dr. Volker Wissing, Martin Zeil, Dr. Guido Westerwelle und der Fraktion der FDP**

### **Die Kulturwirtschaft als Zukunfts- und Wachstumsbranche in Europa stärken**

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Die von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebene und im November 2006 vorgestellte Studie „Economy of Culture in Europe“ hat gezeigt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft zu den erfolgreichsten europäischen Wirtschaftsfeldern der vergangenen Jahre gehört. Zum Bereich der Kulturwirtschaft zählen u. a. die Buch-, die Film- und die Musikbranche, der Rundfunk und die Videospiele-Industrie, zur Kreativwirtschaft zusätzlich beispielsweise das Modedesign und die Innenarchitektur. Im Jahr 2003 betrug der Jahresumsatz des kulturellen und kreativen Sektors in der Europäischen Union über 654 Mrd. Euro. Der Beitrag dieses Wirtschaftsbereiches zum Bruttoinlandsprodukt der EU lag bei 2,6 Prozent. Von 1999 bis 2003 belief sich der Gesamtzuwachs durch die Wertschöpfung des Kultur- und Kreativwirtschaftssektors auf 19,7 Prozent. Das sind 12,3 Prozentpunkte mehr als das allgemeine europäische Wirtschaftswachstum im selben Zeitraum vorweisen kann. Die europäische Kultur- und Kreativwirtschaft leistet außerdem einen großen Beitrag zur Beschäftigung in Europa: Im Jahr 2004 waren innerhalb der EU 5,8 Millionen Menschen in diesem Wirtschaftssektor beschäftigt, was 3,1 Prozent der insgesamt in der EU Beschäftigten entspricht. Während die Gesamtbeschäftigung in der Europäischen Union zwischen 2002 und 2004 abnahm, legte die Beschäftigung im kulturellen und kreativen Sektor um 1,85 Prozent zu.

Deutschland stellt mit 975 000 die meisten Beschäftigten, gefolgt von Großbritannien mit 883 000 und Frankreich mit 496 000. Der Umsatz der deutschen Kreativwirtschaft liegt dabei mit 126 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2003 praktisch gleichauf mit dem in Großbritannien (132 Mrd. Euro in 2003). In Europa nimmt die deutsche Kreativwirtschaft eine führende Rolle ein.

Zudem arbeiten in Deutschland mehr Menschen in der Kultur- und Kreativwirtschaft als in der Automobilindustrie. Der Kultur- und Kreativwirtschaftssektor ist dabei geprägt von einer hohen Zahl von hochqualifizierten Beschäftigten und einem großen Anteil von selbständig Tätigen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein Wachstumsmarkt, der unter Einbeziehung der Ressource Kreativität für Wohlstand und Arbeit in Europa sorgt. Da kulturelle und kreative Güter in der Regel auf ein stark lokales Publikum innerhalb eines gemeinsamen Sprach- und Kulturraums ausgerichtet sind, sind Verlagerungen von Wirtschaftsteilen dieses Sektors ins Ausland zudem weniger ausgeprägt als in anderen Bereichen. Auch wirken sich Kultur und Kreativität positiv auf die soziale Integration aus und tragen so nachhaltig zu einer friedvollen Entwicklung der Gesellschaft bei. Der Ausbau dieses Wirtschaftssektors sollte daher nicht nur von großem Interesse für die Europäische Union, sondern auch für die Bundesrepublik Deutschland sein.

Der Staatsminister und Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, Bernd Neumann, hat in einer Pressemitteilung vom 9. Januar 2007 erklärt, dass während der deutschen EU-Ratspräsidentschaft die Stärkung der Kulturwirtschaft zu den wichtigen Themen gehört. Auf einem informellen Treffen am 12. und 13. Februar 2007 in Berlin haben die Kultur- und Medienminister der EU über eine gemeinsame Strategie zur Stärkung der Kulturwirtschaft in Europa beraten. Die dort erzielten Ergebnisse zu einer stärkeren Einbindung des Themas der Kulturwirtschaft in die Arbeit des Kulturministerrates sowie zur beabsichtigten Ausarbeitung eines Aktionsplans Kulturwirtschaft sind ein wichtiger, wenn auch nur erster Schritt zu einer umfassenden Integration der Kultur- und Kreativwirtschaft in die Politik der Europäischen Union.

Eine solche Strategie muss dabei vor allem folgende Punkte umfassen:

- Um einen strategischen Politikansatz im Kultur- und Kreativwirtschaftssektor verfolgen zu können, müssen geeignete statistische Instrumente und Indikatoren entwickelt werden. Dabei sind unter dem Begriff der Kreativwirtschaft nach dem deutschen und englischen Modell die privatwirtschaftlichen Kulturakteure zu verstehen. Damit die Bundesrepublik Deutschland verlässliche Daten liefern kann, muss ein bundesweiter Kulturwirtschaftsbericht schnellstmöglich eingeführt werden.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft muss fester Bestandteil der europäischen Lissabon-Strategie sein. Im März 2000 vereinbarten die Staats- und Regierungschefs der EU im Europäischen Rat in Lissabon eine gemeinsame Strategie, die zum Ziel hat, die EU bis 2010 zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt zu machen. Die Kulturwirtschaft wurde dabei weder in der Ursprungsfassung der Lissabon-Agenda noch in der Neufassung aus dem Jahr 2005 erwähnt. Vor dem Hintergrund des hohen Potenzials der Kulturwirtschaft muss dieses Versäumnis aufgehoben werden. Die Erhöhung und die Verbesserung der Investitionen in Kreativität sowie die Verbesserung der Gestaltung, Produktion, Verteilung und Förderung kultureller Aktivitäten und Inhalte sowie des Zugangs zu ihnen müssen als weitere Ziele in die Lissabon-Agenda aufgenommen werden.
- Auch die bestehenden EU-Unterstützungsprogramme müssen für die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft optimal genutzt werden. So sollten das 7. EU-Forschungsrahmenprogramm, in das für den Zeitraum von 2007 bis 2013 623 Mio. Euro für Forschungsprogramme in den Sozial-, Wirtschafts- und Geisteswissenschaften eingestellt sind, die Strukturfonds der EU sowie Unterstützungsleistungen für kleine und mittlere Unternehmen zur Förderung von Kreativität und zum Engagement für den kulturellen und kreativen Sektor und die in diesem Bereich angesiedelten Unternehmen ver-

stärkt verwendet werden. Um dauerhaft wirksam zu sein, müssen die EU-Haushaltsmittel in Zukunft gleichermaßen auf Innovation als auch auf Kreation abzielen.

- Die Finanzierungsinstrumente der Europäischen Investitionsbank (EIB) und des Europäischen Investitionsfonds (EIF) müssen unter besonderer Berücksichtigung des i2010-Programms bestmöglich für die Kultur- und Kreativwirtschaft eingesetzt werden. Dazu gehören z. B. Mini-Kredite.
- Auf der Ebene einer Strukturreform müssen die Aktivitäten innerhalb der Europäischen Kommission, die einen Einfluss auf den kulturellen und kreativen Sektor haben, verstärkt koordiniert werden. Eine umfassende und einheitliche Umsetzung des Artikels 151, Abs. 4 des EG-Vertrages (Kulturverträglichkeitsklausel), der die EU dazu verpflichtet, bei ihrer gesamten Tätigkeit die kulturellen Aspekte zu berücksichtigen, muss sichergestellt werden, um die Besonderheiten des Sektors insbesondere bei der Umsetzung des Binnenmarktes, des Wettbewerbs und der Handelspolitik zu berücksichtigen.

Nur auf diese Weise kann ein kreatives Europa, mit einem Markt, der zu Kreativität anregt und sie fördert, geschaffen werden, das sich gegenüber einer Konkurrenz der weltweiten Wachstumsmärkte in China, Russland und Indien behaupten kann. Die Wachstumsmärkte kreativer und kultureller Produkte (z. B. Architektur, Design/Möbel, Kunst, Film) werden in Zukunft außerhalb Europas liegen.

Mit der deutschen EU-Ratspräsidentschaft hat Deutschland das Heft des Handelns nun in der Hand.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. sich für eine kohärente Politik innerhalb der EU-Kommission für die Kreativwirtschaft einzusetzen, um so die Potenziale aller Branchen der Europäischen Kreativwirtschaft effektiver als bisher zu fördern. Die bisherige, einseitige Betonung des audiovisuellen Sektors ist nicht sachgerecht;
2. die ihr innerhalb der EU-Ratspräsidentschaft zur Verfügung stehenden Mittel zur Umsetzung dieser Strategie zu ergreifen;
3. sich auch nach dem Ende der deutschen EU-Ratspräsidentschaft dafür einzusetzen, dass der Stellenwert der Kultur- und Kreativwirtschaft und bisher vernachlässigte Branchen, wie z. B. Architektur oder Mode, in der europäischen Politik nachhaltig gestärkt werden;
4. alle Maßnahmen, die der Bundesregierung auf nationaler und europäischer Ebene zur Verfügung stehen, um die deutsche und europäische Kultur- und Kreativwirtschaft zu stärken, unverzüglich umzusetzen und dabei insbesondere die längst überfällige und in Zukunft regelmäßige Erstellung eines Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht auf Bundesebene einzuleiten;
5. den Dialog mit den europäischen Kultur- und Medienministern unter Einbeziehung der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft intensiv fortzusetzen;
6. auf Bundesebene ein Querschnittsreferat Kulturwirtschaft einzurichten, das die Kompetenzen aus Kultur- und Wirtschaftspolitik sinnvoll bündelt. Eine derartige fachübergreifende Betrachtung der Kultur- und Kreativwirtschaft wäre in der Lage, optimale Bedingungen für diesen Wirtschaftsbereich zu gestalten und könnte ein Vorbild auch für andere EU-Staaten sein. Insbesondere die Wirtschaftsförderung muss die besonderen Erfordernisse und Potenziale der Kulturwirtschaft stärker berücksichtigen;

7. innovative Finanzierungsinstrumente für die Kreativwirtschaft in Deutschland einzuführen, die auf die Bedürfnisse und die vielfach nicht vorhandene materielle, sehr wohl jedoch immaterielle Kapitalausstattung (intangible assets) für Unternehmer der Kreativwirtschaft optimiert sind. Dies können Mini-Kredite wie auch Venture Capital Fonds nach englischem Vorbild sein. Auch die Eigenkapitalvorschriften von Basel II müssen im Hinblick auf ungünstige Auswirkungen auf die Kreditvergabe für Projekte der Kreativwirtschaft überprüft werden. Damit könnte Deutschland sich als Standort für Kreative im europäischen Wettbewerb stärken. Solche Maßnahmen sind nicht zuletzt deshalb erforderlich, weil laut EU-Studie die Ertragskraft der deutschen Kreativwirtschaft unter dem europäischen Durchschnitt liegt und seit 2000 um ca. 10 Prozent gesunken ist;
8. für den nachhaltigen Dialog mit den Akteuren – in Analogie zur erfolgreichen englischen Politik – ein Forum der deutschen Kreativwirtschaft einzurichten, das die Bundesregierung wie z. B. der Innovationsrat berät.

Berlin, den 24. April 2007

**Dr. Guido Westerwelle und Fraktion**