

## **Antrag**

**der Abgeordneten Dagmar G. Wöhrl, Wolfgang Börnsen (Bönstrup), Dorothee Bär, Dr. Reinhard Brandl, Gitta Connemann, Michael Frieser, Reinhard Grindel, Michael Grosse-Brömer, Monika Grütters, Ansgar Heveling, Michael Kretschmer, Dr. Günter Krings, Maria Michalk, Stefan Müller (Erlangen), Beatrix Philipp, Christoph Poland, Johannes Selle, Erika Steinbach, Thomas Strobl (Heilbronn), Marco Wanderwitz, Volker Kauder, Gerda Hasselfeldt und der Fraktion der CDU/CSU**

**sowie der Abgeordneten Reiner Deutschmann, Burkhardt Müller-Sönksen, Sebastian Blumenthal, Patrick Kurth (Kyffhäuser), Dr. Claudia Winterstein, Helga Daub, Lars Lindemann, Rainer Brüderle und der Fraktion der FDP**

### **Wettbewerbsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter erhöhen – Initiative der Bundesregierung verstetigen und ausbauen**

Der Bundestag wolle beschließen:

#### I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein Wirtschaftsbereich, der kulturell und wirtschaftlich bedeutende Produkte und Dienstleistungen hervorbringt und maßgeblich zur kulturellen Vielfalt und Bruttowertschöpfung in Deutschland beiträgt. Dies wurde bereits eindrucksvoll durch den Abschlussbericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“ vom 11. Dezember 2007 verdeutlicht sowie auch im Antrag der Fraktionen CDU/CSU, FDP, SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN „Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und Europa stärken“ (Beschlussempfehlung auf Bundestagsdrucksache 16/6742) hervorgehoben, den der Deutsche Bundestag am 24. Oktober 2007 einstimmig beschlossen hat. Im Jahr 2011 hat dieser Bereich mit 62,7 Mrd. Euro zur Bruttowertschöpfung beigetragen. Die Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft lagen bei rd. 143 Mrd. Euro. 244 000 Unternehmen und knapp 1 Millionen Erwerbstätige sind in diesem Wirtschaftszweig tätig. Die Quote der Selbständigen ist mit 26 Prozent vergleichsweise hoch. In der Gesamtwirtschaft liegt die Quote bei 11 Prozent.

#### Eigener Wirtschaftszweig mit elf vitalen Teilmärkten

Seit der Vorlage des Abschlussberichts der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ sowie des fraktionsübergreifenden Antrags „Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und Europa stärken“ des Deutschen Bundestages wurde ein wichtiger Fortschritt zur Einordnung der verschiedenen Teilbereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland erzielt. Zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen elf Teilmärkte: Architekturmarkt, Buchmarkt, Designwirtschaft, Filmwirtschaft, Kunstmarkt,

Software-/Games-Industrie, Markt für darstellende Künste, Musikwirtschaft, Pressemarkt, Rundfunkwirtschaft und Werbewirtschaft. Zugleich besteht ein klares Einvernehmen hinsichtlich der Abgrenzung zu anderen Wirtschaftszweigen sowie zu den Angeboten des zivilgesellschaftlichen Sektors und der öffentlichen Kulturförderung. Andererseits muss aber auch die enge Verwobenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem öffentlichen Kultursektor beachtet werden.

#### Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung

Seit 2007 hat sich die Bundesregierung der Branche aktiv angenommen und die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft ins Leben gerufen. Die Initiative zielt darauf ab, die positiven Zukunftsperspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft zu erschließen und die in diesen Branchen Erwerbstätigen bei ihrem Markteintritt durch unternehmerische Qualifizierung dabei zu unterstützen, von ihren Werken leben zu können. Das stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Branche, hilft, ihr Arbeitsplatzpotenzial besser zu entwickeln und auszuschöpfen, stärkt die kulturelle Vielfalt und schafft für viele Menschen Zugangsmöglichkeiten zu kulturellen Erzeugnissen.

Außerdem zielt die Bundesregierung in Anlehnung an die Arbeiten der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ darauf ab, die Bedeutung der Branche noch stärker als bisher in die Öffentlichkeit zu tragen und ihr wirtschafts- und beschäftigungspolitisch die gleiche Anerkennung zu geben wie sie den etablierten Wirtschaftszweigen zu Teil wird. Sie zielt gleichermaßen darauf ab, die gesellschaftliche Bedeutung der Kultur sowie den Eigenwert der Künste zu beachten. Aus diesem Eigenwert ergeben sich Besonderheiten der betrieblichen Abläufe und des Marketings. Nicht alle wirtschaftlichen Zielsetzungen können uneingeschränkt auf die Kulturbranchen übertragen werden. Aus Sicht des Deutschen Bundestages ist die bewusste Entscheidung zur ressortübergreifenden Zusammenarbeit bei der Umsetzung der Initiative sehr zu begrüßen. Sie gewährleistet, dass sich originäre Zuständigkeiten einzelner Ressorts im Sinne einer gemeinsamen Sache verbinden. Auch die gemeinsame Koordinierung durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und den Beauftragten für Kultur und Medien hat sich sehr bewährt, sie verbindet die kultur- und die wirtschaftspolitische Perspektive auf die Kultur- und Kreativwirtschaft und dies entspricht dem Doppelcharakter kulturwirtschaftlicher Güter: Sie sind Kultur- und Wirtschaftsgut zugleich.

#### Dialog mit der Kultur- und Kreativwirtschaft

Bei der Umsetzung der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich die Bundesregierung maßgeblich an den Ergebnissen der Enquete-Kommission und dem darauf aufbauenden interfraktionellen Antrag „Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und Europa stärken“ orientiert und eine Vielzahl der an sie gerichteten Empfehlungen aufgegriffen. Dabei hat sie insbesondere immer wieder die Wichtigkeit von Netzwerken und Kooperationsprojekten von Kultur- und Kreativwirtschaftsunternehmen untereinander sowie mit Unternehmen aus anderen Branchen betont. Auch hat sie sich im Rahmen der durchgeführten Branchenhearings sowie zahlreicher themenspezifischer Veranstaltungen sehr intensiv mit den Stärken, Schwächen und den Entwicklungspotenzialen des kultur- und kreativwirtschaftlichen Sektors und seiner Teilmärkte auseinandergesetzt. Gleichzeitig hat sie einen wichtigen Beitrag zur Intensivierung der Zusammenarbeit von Künstlern, künstlerisch Kreativen und Kulturschaffenden sowie Verwertern mit politischen Entscheidungsträgern und Behörden auf Bundesebene geleistet. Mit ihrem jährlichen Monitoring-Bericht zu den wirtschaftlichen Kennzahlen trägt die Bundesregierung außerdem dazu bei, die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu verdeutlichen.

schaft als nicht zu unterschätzender Faktor für mehr Wirtschaftswachstum, Innovation und Arbeitsplätze regelmäßig bekannter zu machen.

#### Kompetenzzentrum des Bundes und Internetportal Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Bundesregierung hat auch die Empfehlungen des Deutschen Bundestages aufgegriffen, kultur- und kreativwirtschaftliche Kompetenzzentren, die unterstützend und beratend tätig werden, einzurichten. So wurde im Herbst 2009 das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes beim Kompetenzzentrum Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V. (RKW) in Eschborn gegründet. Es trägt dazu bei, die Branche als eigenständiges Wirtschaftsfeld in der Öffentlichkeit zu verankern, den Zugang zu bestehenden Fördermaßnahmen zu verbessern, die Professionalisierung und Weiterbildung fortzuentwickeln, Marktchancen zu optimieren und den Zugang zu den internationalen Märkten zu erschließen. Das RKW wurde eingebunden, weil es über Kompetenzen verfügt, die für Kultur- und Kreativwirtschaft nutzbar gemacht werden können. Dies gilt insbesondere mit Blick auf die Themen Innovation, Exportförderung und Vernetzung. In Ergänzung zum Kompetenzzentrum wurden außerdem acht Regionalbüros eingerichtet (Bayern, Berlin/Brandenburg, Bremen/Niedersachsen, Hamburg/Schleswig-Holstein/Mecklenburg-Vorpommern, Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland, Nordrhein-Westfalen, Sachsen/Sachsen-Anhalt/Thüringen, Baden-Württemberg). Sie bieten an mehr als 80 Orten in Deutschland Hilfestellungen für Unternehmer, Selbständige und Freiberufler der Branche. Das regionale Angebot des Kompetenzzentrums wird bundesweit aktiv angenommen – sowohl in kleineren Städten als auch in Ballungsräumen. Die regionalen Ansprechpartner haben bis Ende 2012 bereits rund 8 000 individuelle Orientierungsberatungen (Einzelberatungen) und außerdem 346 eigene Netzwerkveranstaltungen durchgeführt.

Außerdem hat die Bundesregierung im April 2010 ein neues Internetportal für die Kultur- und Kreativwirtschaft ([www.kultur-kreativ-wirtschaft.de](http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de)) gestartet, das den Weg zu bestehenden Service-, Beratungs- und Förderangeboten weist und außerdem insbesondere auch praxisorientierte Hilfestellungen für junge Gründerinnen und Gründer der Branche enthält.

#### Innovationspotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Bundesregierung hat ebenso die Empfehlung des Deutschen Bundestages aufgegriffen, einen Wettbewerb „Kultur- und Kreativwirtschaft“ – insbesondere mit der Fokussierung auf innovative Gründerinnen und Gründer der Branche – durchzuführen. Mit dem im Jahr 2010 erstmalig durchgeführten Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ sollen die Wachstumspotenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft noch besser aktiviert werden. Bereits am ersten Wettbewerb haben sich mehr als 750 Selbständige, Freiberufler und Kleinunternehmer aus ganz Deutschland beteiligt. Die große Resonanz auf den Wettbewerb zeigt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland über ein sehr großes Innovationspotenzial verfügt, das bisher noch nicht vollständig ausgeschöpft wird. Mit der Ausrichtung des Wettbewerbs wurde zudem der Notwendigkeit einer stärkeren öffentlichen Herausstellung der Bedeutung dieses Wirtschaftssektors Rechnung getragen.

Um die Potenziale und die Leistungsfähigkeit der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft auch im Ausland bekannter zu machen und neue Kooperationen zu initiieren, hat sich Deutschland Ende 2011 mit dem Slogan „Brand New Germany“ auf der Business of Design Week in Hongkong als Land des innovativen Designs und der attraktiven Marken präsentiert.

Die regelmäßig vorgelegten Monitoring-Berichte zeigen, welchen großen Beitrag die Kultur- und Kreativwirtschaft zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit

anderer Wirtschaftsbereiche leistet. Zu sehen ist aber auch, dass bestehende Potenziale oft noch nicht hinreichend bekannt sind oder genutzt werden. Es ist daher wichtig, auf eine noch stärkere Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Branchen hinzuwirken.

Wie bereits im Antrag „Kulturtourismus in Deutschland stärken“ (Beschlussempfehlung auf Bundestagsdrucksache 17/2940) festgestellt, zählt dazu auch eine noch stärkere Zusammenarbeit von Kultur und Tourismus – eine Zusammenarbeit, von der beide Seiten profitieren: Die kulturellen Angebote, aber auch die Produkte und Werke der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Städten und Regionen in Deutschland tragen wesentlich dazu bei, Tourismus zu befördern und die Standorte für den Tourismus attraktiv zu machen. Gleichzeitig können sich die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft bei steigendem Besucherinteresse mit ihren Werken und Projekten einer größeren, womöglich neuen Zielgruppe vorstellen. Die zunehmende Annäherung beider Bereiche, die seit einigen Jahren zu beobachten ist, gilt es weiter zu vertiefen.

Wesentlicher Katalysator für weiteres Wachstum und Innovationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind insbesondere die neuen digitalen Technologien. Gleichwohl muss berücksichtigt werden, dass nicht alle Innovationen der Branche technologieorientiert sind. Es gibt daher eine Reihe von Förderprogrammen, die in Bezug auf den zugrunde liegenden Innovationsbegriff für eine Inanspruchnahme der Förderung den speziellen Bedürfnissen einzelner Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft nur teilweise gerecht werden. In diesen Programmen wird vor allem auf einen technisch-orientierten Innovationsbegriff abgestellt. Soweit Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft innovative Produkte und Dienstleistungen ohne Technologiebezug erstellen, ist daher eine Förderung hier nur in Kooperation mit technologischen Entwicklungen anderer Unternehmen möglich. Diese Problematik kann z. B. dadurch gelöst werden, dass der Innovationsbegriff entsprechend verändert und weiter gefasst wird. Es muss eine Debatte geführt werden, ob und wie der Innovationsbegriff um kulturelle und kreative Aspekte erweitert werden kann, um auch die Entwicklung nichttechnischer Innovationen bei entsprechendem Marktversagen verstärkt fördern zu können.

#### Finanzierung und Exportchancen

Trotz mittlerweile erreichter Fortschritte ist festzustellen, dass es nach wie vor Förderprogramme gibt, die den speziellen Bedürfnissen der Kultur- und Kreativwirtschaft nur teilweise gerecht werden. Dies gilt insbesondere für im Rahmen der Programme erforderliche finanzielle Eigenbeteiligungen. Die Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind durch einen hohen Anteil an Kleinst- und Kleinunternehmen gekennzeichnet.<sup>1</sup> Im Durchschnitt verfügt ein Kultur- oder Kreativunternehmen über rund drei sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.<sup>2</sup> Oft arbeiten die Unternehmen in experimenteller Form und entwickeln die Prototypen der Kultur- und Kreativitätsproduktion.<sup>3</sup> So zeigt sich z. B. im Zusammenhang mit dem Programm „Gründercoaching Deutschland“ der KfW Bankengruppe, dass es eine Reihe von Unternehmen und Gründerinnen und Gründern der Branche gibt, die die geforderte finanzielle Eigenbeteiligung nicht dar-

<sup>1</sup> Vgl. Söndermann, Michael im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi): „Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur und Kreativwirtschaft 2010“, Berlin 2012, S. 18. Kleinstunternehmen mit < 10 Personal, Umsatz von bis zu 2 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von bis zu 2 Millionen Euro. Siehe ebd. S. 29.

<sup>2</sup> Vgl. Söndermann, Michael im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi): „Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur und Kreativwirtschaft 2010“, Berlin 2012, S. 18.

<sup>3</sup> Vgl. Söndermann, Michael im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi): „Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur und Kreativwirtschaft 2010“, Berlin 2012, S. 14.

stellen können. Hierbei handelt es sich allerdings um ein Problem, das nicht allein auf die Kultur- und Kreativwirtschaft beschränkt ist. Es ist vielmehr ein strukturelles Problem, das auch andere Branchen – vor allem im Dienstleistungsbereich – betrifft.

Es ist sehr zu begrüßen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft einen wichtigen Schwerpunkt der im Jahr 2010 gestarteten Außenwirtschaftsoffensive bildet. Auch wenn internationale Messeauftritte erste Erfolge hinsichtlich des internationalen Bekanntheitsgrades der Leistungsfähigkeit der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft zeitigen, so zeigt sich jedoch, dass die Umsätze der Branche im Auslandsgeschäft noch Steigerungspotenzial haben. Einer der Gründe dafür mag sein, dass die Potenziale der inländischen Kultur- und Kreativwirtschaft im Ausland noch nicht hinreichend bekannt sind. Aus Sicht des Deutschen Bundestages sollte daher in Zukunft ein vorrangiges Ziel der Bundesregierung sein, die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft im Ausland noch bekannter zu machen und so die Exportchancen kultureller und kreativer Produkte und Dienstleistungen aus Deutschland zu steigern.

Dabei geht es nicht nur um die Förderung von Messeauftritten im Rahmen der Außenwirtschaftsförderung der Bundesregierung. Wichtig ist ein flexibles Instrumentarium für individuelle Förderleistungen wie zum Beispiel Auftrittsförderungen.

#### Förderung des deutschen Handwerks

Wichtiger Teil des Mittelstandes und elementarer Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft sind große Bereiche des deutschen Handwerks. Es ist seit Jahrhunderten Träger von Innovationen, Bewahrer von Kunstfertigkeiten und Hort des Spezialwissens. Studien aus den letzten beiden Jahren zeigen auf, dass es in Deutschland rund 55 000 Handwerksunternehmen mit kulturellen und kreativen Aktivitäten gibt (zum Vergleich: 35 000 Handwerksunternehmen in Deutschland zählen zum Lebensmittelgewerbe, 59 000 zum Kfz-Gewerbe).

Auf europäischer Ebene und auch international geht man dazu über, Teile des Handwerks als einen selbstverständlichen Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft einzubeziehen. Die Europäische Kommission hat u. a. ein neues statistisches Rahmenwerk für Kultur erstellen lassen, in dem erstmals der Bereich des „Arts and Crafts“ als eigenständiger Teil des europäischen Kultursektors definitionsgemäß aufgenommen wurde.

Es ist wichtig, diesen Entwicklungen und Erkenntnissen Rechnung zu tragen und auch die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft in diese Richtung weiterzuentwickeln, damit man den Bedürfnissen gerade des Handwerks im Kreativbereich entgegenkommen kann.

#### Kulturelle Bildung als Voraussetzung für eine erfolgreiche Kultur- und Kreativwirtschaft

Kulturelle Bildung ist nicht nur ein gesellschaftlicher Wert, sondern auch wesentliche Grundlage für einen wirtschaftlichen Erfolg. Damit ist sie auch wesentliche Grundlage für die Kultur- und Kreativwirtschaft. In ihrem Abschlussbericht stellt die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ fest, dass der Wert der kulturellen Bildung inzwischen allgemeine Anerkennung finde. Weiter wird festgestellt: „Musisch-kulturelle Bildung weckt schöpferische Fähigkeiten und Kräfte des Menschen im intellektuellen und emotionalen Bereich und stellt Wechselbeziehungen zwischen diesen Fähigkeiten und Kräften her.“ Ohne diese durch kulturelle Bildung geschöpfte Kreativität entfele die wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Damit verlöre die Wirtschaft Deutschlands, das ein rohstoffarmes Land ist, eine der Kernressourcen ihres Erfolges. Die deutsche Wirtschaft kann

sich im internationalen Wettbewerb nur behaupten, wenn es gelingt, Ideen und Konzepte hervorzubringen, die – sei es durch technischen Vorsprung oder durch überzeugendes Design – Produkte und Geschäftslösungen ermöglichen, die weit vor den Produkten der Wettbewerber liegen und die Menschen zugleich ansprechen. Hier stellt die kulturelle Bildung die Quelle dar, aus dem diese Ideen generiert werden. Je vielfältiger und intensiver die kulturelle Ausbildung dabei erfolgt, desto größer ist das schöpferische Potenzial des einzelnen Kreativen.

Die rechtliche Zuständigkeit für die kulturelle Bildung liegt fast ausschließlich bei den Bundesländern, sei es im schulischen Bereich oder in Form der Förderung von z. B. Museen, Bibliotheken, Theatern oder Opernhäusern. Der Bund kann kulturelle Bildung nur in Form projektbezogener Initiativen oder aber in den bundeseigenen Einrichtungen fördern.

## II. Der Deutsche Bundestag begrüßt:

1. dass die Bundesregierung den wirtschaftlichen und kulturellen Wert von Kreativität stärker in die Öffentlichkeit getragen hat;
2. dass die Bundesregierung die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft in der 17. Wahlperiode deutlich ausgebaut hat;
3. dass die Bundesregierung im Herbst 2009 das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes beim RKW in Eschborn und anschließend acht Regionalbüros eingerichtet hat;
4. dass die Bundesregierung das Internetportal der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem Service- und Beratungsportal ausgebaut hat;
5. dass die Bundesregierung den Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten in Deutschland“ ins Leben gerufen hat;
6. dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in die Außenwirtschaftsoffensive des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie eingebunden ist;
7. die geplanten Maßnahmen der Bundesregierung zur weiteren Stabilisierung der Künstlersozialversicherung.

## III. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung im Rahmen der zur Verfügung stehenden Haushaltsmittel auf,

1. die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft weiter auszubauen und den Haushaltstitel auf dem derzeitigen hohen Niveau zu verstetigen;
2. den begonnenen öffentlichen Diskurs zur wirtschaftlichen, gesellschaftspolitischen und kulturellen Bedeutung der Branche zu verstetigen und weiter zu intensivieren;
3. zu überprüfen, ob langfristig angesichts der rasanten Entwicklung und Bedeutung neuer digitaler Kommunikationsforen und -formen eine Fortentwicklung der Abgrenzung und der Definition der Teilbranchen angebracht ist;
4. das Monitoring zu den wirtschaftlichen Kennzahlen fortzusetzen und weiter zu vertiefen;
5. den Innovationsbeitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter zu untersuchen und eine Erweiterung des bestehenden Innovationsbegriffs um nicht-technologische Elemente zu prüfen;
6. die Zusammenarbeit und Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftsbereichen wie z. B. der Tourismusbranche oder der digitalen Wirtschaft weiter zu verbessern;
7. den Austausch zwischen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft und der Gründerförderung weiter zu stärken, insbesondere mit Blick auf Gründungen im Bereich der neuen Medien;

8. die wirtschaftlichen Potenziale der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft im Ausland noch besser bekannt zu machen und das Instrumentarium der Außenwirtschaftsförderung noch stärker am Export kultureller und kreativer Produkte und Dienstleistungen auszurichten und bei der außenwirtschaftlichen Darstellung auch einen Fokus auf das kultur- und kreativwirtschaftlich tätige Handwerk zu legen;
9. die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft dabei zu unterstützen, im internationalen Wettbewerb mit anderen Kulturanbietern zu bestehen;
10. die erfolgreiche Arbeit des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes einschließlich der acht Regionalbüros zu stärken und die Zusammenarbeit mit den Fachverbänden auszubauen, um die bisherige Politik des Bundes in diesem Bereich in Kooperation mit den Ländern und den Städten erfolgreich fortentwickeln und das Informations- und Beratungsangebot erweitern und verstetigen zu können;
11. innovative Förderformate für junge Kreative, wie z. B. den Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“, fortzuführen und auszubauen;
12. angesichts des großen Anteils von in der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigten Frauen zu prüfen, inwieweit die existierenden Angebote wie z. B. das BMWi-Existenzgründerinnen-Portal und die bundesweite gründerinnenagentur für unternehmerisch aktive Frauen aller Branchen für die Kultur- und Kreativwirtschaft geeignet sind;
13. die Überprüfung und etwaige Anpassung von Förderprogrammen für den Mittelstand sowie die Klein- und Kleinstbetriebe im Interesse eines verbesserten Zugangs für Selbständige und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft fortzusetzen;
14. zu prüfen, wie weitere Erleichterungen für Selbständige und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft beim Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten erreicht werden können;
15. die Rolle und Bedeutung des Handwerks als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft besser zu kommunizieren;
16. die öffentliche Debatte zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für Kultur- und Kreativschaffende mit dem Ziel weiter voranzutreiben, den bestmöglichen Nutzen für alle Akteure zu erzielen;
17. noch stärker das Thema Ausbildung und Qualifizierung im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Vordergrund zu rücken;
18. sich bei den Bundesländern dafür einzusetzen, dass die frühkindliche kulturelle Bildung, aber auch die schulische und außerschulische kulturelle Bildung gestärkt, schwerpunktmäßig gefördert sowie möglichst flächendeckend ermöglicht wird und niedrigschwellig zugänglich ist. Die Bundesregierung setzt hier mit dem Programm „Kultur macht stark – Bündnisse für Bildung“, das außerschulische Angebote der kulturellen Bildung mit 30 Mio. Euro im Jahr fördert, bereits ein wichtiges Zeichen;
19. den Fortbestand und die Stabilität der Künstlersozialversicherung durch geeignete Maßnahmen sicherzustellen.

Berlin, den 19. Februar 2013

**Volker Kauder, Gerda Hasselfeldt und Fraktion  
Rainer Brüderle und Fraktion**

