

Dokumentation Internationale wissenschaftliche Konferenz zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2016

Fachkonferenz am 23. September 2016, Berlin

von

Michael Söndermann

Leiter für wissenschaftliche Analysen

im

Kompetenzzentrum

Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Redaktion: 20.10.2016

INHALT

VORBEMERKUNG.....	3
1 ERGEBNISSE DER KONFERENZ.....	4
1.1 Rückblick I.....	4
1.2 Rückblick II.....	7
2 KONZEPTION UND PROGRAMM.....	10
2.1 Konzeption.....	10
2.2 Programm.....	14
3 PRÄSENTATIONEN UND ABSTRAKTS.....	16
3.1 COLOGER, Elisabeth.....	16
3.2 NICHOLS, Bonnie.....	17
3.3 ORON, Gadi.....	18
3.4 WUNSCH-VINCENT, Sacha.....	20
3.5 HANDKE, Christian.....	21
3.6 SÖNDERMANN, Michael.....	23
3.7 Podiumsteilnehmer*innen.....	27
3.8 Ausgewählter Kommentar.....	27
4 TEILNEHMERRESONANZ.....	29
5 MEDIENRESONANZ.....	34
5.1 GEMA.....	34
5.2 CISAC.....	35
5.3 Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft.....	37

Vorbemerkung

Mehr als 100 Wissenschaftler, Regierungsvertreter und Künstlerorganisationen trafen sich in Berlin auf der internationalen wissenschaftlichen Fachkonferenz zur Kultur- und Kreativwirtschaft am 23. September 2016.

Eingeladen hatte Michael Söndermann gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie bzw. der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. Gekommen waren Vertreter von Regierungsorganisationen aus den USA, von Künstlerorganisationen aus Paris, und Wissenschaftler aus den Niederlanden und Deutschland. Außerdem war ein Experte der WIPO aus Genf zugeschaltet. Die Teilnahme der international hochkarätigen Referenten wurde durch das Renomee des BMWi ermöglicht, das darüber hinaus als freundlicher und souveräner Gastgeber zum erfolgreichen Verlauf der Konferenz beitrug.

Die Wertschätzung der Anwesenden wurde deutlich in den Grußworten der Parlamentarischen Staatssekretärin Zypries vom BMWi und von Ministerialdirektor Dr. Winands vom BKM zu Beginn der Veranstaltung.

Weitere Gründe für den erfolgreichen Verlauf der Konferenz wurden in der inhaltlichen Gestaltung und dem formellen Ablauf der Konferenz gesehen. Offenbar besteht in der Fachöffentlichkeit durchaus ein Bedürfnis nach Austausch über die theoretischen Grundlagen der Kultur- und Kreativwirtschaft, denn dies stärkt und ergänzt auch die eigene Arbeit vor Ort. Und das Format schien den Inhalten angemessen zu sein: Den vier Hauptvorträgen folgten jeweils vier komplementäre Podiumsrunden mit drei Expert*innen aus der Forschung. Die Diskussionen und Erläuterungen dort führten zu einer regen Teilnahme des Fachpublikums. Im Ergebnis lassen sich die zentralen Erkenntnisse der Konferenzteilnehmer in folgendem Statement bündeln:

Quantitative Daten bleiben unverzichtbar, aber qualitative Forschung muss verstärkt hinzukommen. Wenn seit langem bereits die wirtschaftliche Dimension der Kultur und der Kreativwirtschaft im Mittelpunkt des Interesses steht, so muss jetzt auch die soziale und kulturelle Dimension des Sektors hinzukommen. Es könnte sein, dass gerade der amerikanische Ansatz hier weiterhilft, da dieser sehr stark auf die künstlerische und kulturelle Aktivität abhebt.

Vorliegende Dokumentation und weitere Informationen sind unter folgenden links zu finden:

www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

kreativ-bund.de

www.kulturwirtschaft.de/berlincci

1 Ergebnisse der Konferenz

1.1 Rückblick I

Welche Konzepte zur Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es aktuell auf internationaler Ebene und welche Erkenntnisse kann die Fachgemeinschaft in Deutschland daraus gewinnen? Welche Ansätze bieten sich, um die eigenständige Innovationsrolle des Wirtschaftszweiges zu verdeutlichen? Und: Ist es möglich, im Rahmen kreativer Produktionsprozesse innovativ zu sein oder bleibt dies allein Technologieunternehmen überlassen?

Diese Fragen standen im Mittelpunkt der internationalen Fachkonferenz. Im Rahmen der Veranstaltung tauschten sich die Expert*innen der Regierungsorganisationen aus den USA, der Künstlerorganisation aus Paris, und die Wissenschaftler aus den Niederlanden und Deutschland aus. Dabei wurde der Status Quo ebenso berücksichtigt, wie die Chancen die Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. "Creative Industries" im 21. Jahrhundert bietet. Die Konferenz fand im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie in Berlin statt. Mehr als 100 Teilnehmer*innen waren der Einladung gefolgt.

Brigitte ZYPRIES, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, warb in ihrer Eröffnungsrede für mehr faktenbasierte Politikberatung. Sie betonte in diesem Zusammenhang die Notwendigkeit einer international vergleichenden wissenschaftlichen Diskussion über den gesellschaftlichen Wert der Kreativwirtschaft und über Kreativität als gesellschaftliche Ressource. Zugleich verwies sie darauf, dass die Branche nicht nur selber kreativ ist, sondern darüber hinaus auch Treiber für andere Unternehmen und Branchen ist. Dazu führte sie unterschiedliche Beispiele an, wie „more than shelters“ oder die „London Design Biennale 2016“.

Dr. Günter WINANDS, Ministerialdirektor und Stellvertreter der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) wies bei seiner Begrüßung auf die rasante Entwicklung durch digitale und globale Entwicklungen hin. Wie können Freiräume geschaffen und erhalten werden, wenn die Branchen voller Regeln sind? Es macht jedoch keinen Sinn, diese Regel nicht zu beachten, deshalb wird den Künstlern und Kreativen mehr abverlangt als „nur“ kreativ zu sein. Hier bietet das BKM viele Projekte zur Unterstützung an, die mehr und mehr international ausgerichtet sind, wie zum Beispiel „Touring Artists“ oder die Messe-Exportförderung für den professionellen Tanz.

Kultur- und Kreativwirtschaft als Wachstumsmotor

USA: Die internationale Sicht auf die Kultur und Kreativwirtschaft wurde in zwei Vorträgen von Expertinnen aus den Vereinigten Staaten vorgestellt. Elizabeth COLOGER vom Amt für ökonomische Analysen (BEA) des US-Handelsministeriums, und Bonnie NICHOLS von der National Endowment for the Arts (NEA), präsentierten den neuen Ansatz zur ökonomischen Bedeutung des Kunst- und Kultursektors in den USA. Damit liegt erstmals eine offizielle Position der amerikanischen Bundesregierung zur Kulturwirtschaft vor. Demnach betrachtet die amerikanische Bundesregierung den Kunst- und Kultursektor nicht mehr als unproduktive, wertschöpfungsfreie Branche, sondern im Gegenteil: der Kunst- und Kultursektor wird nun als eine langfristige Investition in die Gesellschaft gesehen. Die amerikanische Studie wurde auf der Fachkonferenz erstmals außerhalb Nordamerikas vorgestellt.

CISAC: Selbstverständlich fanden auf der Fachkonferenz in Berlin auch die Stimmen der Urheber Gehör. **Gadi ORON, Generalsekretär des internationalen Dachverbands der Verwertungsgesellschaften für Autoren und Musikurheber** (CISAC, International Confederation of Societies of Authors and Composers) stellte die Studie "Kulturzeit - Die erste Weltkarte für die Kultur- und Kreativwirtschaft" vor. In der von CISAC und der Beratungsgesellschaft EY erarbeiteten Analyse wurden erstmals globale Daten zur Wirtschaftskraft aus allen Sektoren der Kultur- und Kreativbranche umfassend aufgeschlüsselt.

Kultur- und Kreativwirtschaft als Innovationsfaktor

WIPO: Zu den wichtigsten internationalen Organisationen in Sachen Copyright Industries und Kreativwirtschaft zählt die Weltorganisation für geistiges Eigentum, kurz WIPO. **Dr. Sacha WUNSCH-VINCENT, Senior Economic Officer in der WIPO**, stellte per Videoübertragung Genf-Berlin, den brandneuen „Global Innovation Index 2016“ und speziell den „Creative Output Subindex“ vor. Kein leichter Stoff für das Auditorium! Die WIPO zählt zu den ersten internationalen Organisationen, die die Kreativität in ihren Innovationsindex einbeziehen: ein bislang keineswegs selbstverständliches Verfahren, wenn man bedenkt wie verbreitet der Gedanke der Technologie als Kern jeder Innovation immer noch ist.

Ass. Prof. Dr. Christian HANDKE von der Erasmus Universität Rotterdam, beschäftigt sich seit langem mit der Innovationsdebatte auch in Deutschland. So hat er für das wohl wichtigste nationale Gremium hierzulande, der „Expertenkommission Forschung und Innovation“, kurz EFI, im Jahresgutachten 2015 die Kreativität im Innovationsprozess untersucht. Auf eine kurze Formel gebracht, liegt nach Handke Innovation dann vor, wenn ein Produkt/eine Dienstleistung neuartig und werthaltig ist. Neuartig ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft vieles, z. B. die zahlreichen neuen Filme, Bücher, Musikstücke, Spiele etc., die jährlich auf den Markt kommen. Kultur- und Kreativwirtschaft wäre danach eine Innovationsbranche par excellence. Aber was ist mit dem Begriff werthaltig gemeint. Traditionelle Ökonomen bezeichnen ein Produkt als werthaltig, wenn es kommerziell verwertbar ist. Herr Handke hingegen versteht unter dem Begriff ‚werthaltig‘ weitaus mehr als

kommerzielle Verwertbarkeit. Bedacht werden sollte hier vor allem auch die soziale, die kulturelle, die intrinsische oder sogar auch die emotionale Werthaltigkeit. Besonders hervorzuheben ist seine wirtschaftspolitisch und nicht juristisch ausgerichtete Forschung. Davon brauchen wir in Zukunft mehr!

Zu allen vier Hauptthemen kamen aus dem Kreis der Podiumsgäste und auch aus dem Auditorium der Konferenz eine ganze Reihe von Impulsen und Anregungen: Die Notwendigkeit einer faktenbasierten Kultur- und Kreativwirtschaft wurde im Grundsatz von allen Konferenzteilnehmern unterstützt. Im Detail jedoch gingen die Wertungen durchaus auseinander: Während die einen den großen „Detailreichtum“ der amerikanischen Studie hervorhoben, wurde von anderen wiederum die Zahlenarbeit relativiert und mehr „sinnliche Empirie“ eingefordert. Quantitative Daten ja, aber qualitative Forschung als „Tiefenbohrung“ muss hinzukommen, sonst kommt man nicht weiter. Und wenn seit langem bereits die wirtschaftliche Dimension der Kultur und der Kreativwirtschaft im Mittelpunkt des Interesses steht, so muss jetzt auch die soziale und kulturelle Dimension des Sektors hinzukommen. Es könnte sein, dass gerade der amerikanische Ansatz hier weiterhilft, da dieser sehr stark auf die künstlerische und kulturelle Aktivität abhebt.

Die Podiumsgäste waren: Dr. Olaf ARNDT ([Prognos, Bremen](#)); Prof. Dr. Malte BEHRMANN ([bbw hochschule Berlin](#)); Dr. Florian BERGER ([Technopolis Group, Frankfurt am Main](#)); Prof. Dr. Susanne BINAS-PREISENDÖRFER ([Universität Oldenburg](#)); Dr. Cornelia DÜMCKE ([Culture Concepts, Berlin](#)); Matthias HORNSCHUH ([Komponist](#)); Prof. Dr. Michael HUTTER ([Prof. emeritus Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin](#)); Dr. Simone KIMPELER ([ISI Fraunhofer, Karlsruhe](#)); Prof. Dr. Elmar KONRAD ([Hochschule Mainz](#)); Dr. Anselm MATTES ([Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung/ECON](#)); Prof. Reinhard STRÖMER ([Hochschule Bremen](#)); Prof. Dr. Andreas Joh. WIESAND ([Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe](#))

Prof. Dr. Gesa BIRNKRAUT ([Hochschule Osnabrück](#)) führte als Moderatorin sicher und kenntnisreich durch den Konferenztag.

Michael Söndermann, Initiator der Konferenz und Leiter für wissenschaftliche Analysen im Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, verkündete ein wichtiges Ergebnis für die weitere Kooperation mit den amerikanischen Expertinnen: Es wurde vereinbart, zukünftig jährlich zu Jahresbeginn über die amerikanische Entwicklung der Kulturwirtschaft und des Kultursektors zu berichten. Der nächste Bericht wird voraussichtlich im Februar 2017 vorliegen.

1.2 Rückblick II¹

Die Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre Konzepte verändern sich ständig. Globalisierung und Digitalisierung lassen Landesgrenzen verschwimmen. Die Sichtbarkeit der Branche nimmt stetig zu. Aber was heißt das für die wissenschaftliche Rezeption der Kultur- und Kreativwirtschaft? Wie sieht eigentlich die globale Fachdiskussion aus und wird das Konzept der nicht-technologischen Innovation auch anderswo so rege diskutiert wie bei uns?

Der internationale Blick und der Innenblick für die anderen

Laufend entstehen internationale Fachstudien. Diese zu kennen ist Voraussetzung für gegenseitiges grenzüberschreitendes Verständnis und die Weiterentwicklung der wissenschaftlichen Debatte in Deutschland. Deswegen hat es sich die Konferenz zur Aufgabe gemacht, neue Konzeptionen zur Kultur- und Kreativwirtschaft aus dem internationalen Raum vorzustellen. Renommierte Vertreter weltweiter Organisationen aus den USA und Frankreich konnte Michael Söndermann als Referenten gewinnen. Bonnie Nichols vom National Endowment for the Arts und Elisabeth Cologer vom Bureau of Economic Analysis im U.S. Department of Commerce sind aus den USA angereist. Gemeinsam stellen sie, zum ersten Mal außerhalb von Nordamerika, die Arts and Cultural Production Satellite Accounts als ersten offiziellen Bericht der Amerikanischen Regierung zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den USA vor. Gadi Oron, Director General der Confédération Internationale de Société d'Auteurs et Compositeurs (CISAC), präsentiert die Global Map of Cultural and Creative Industries, die die wirtschaftliche Bedeutung der weltweiten Kultur- und Kreativwirtschaft darlegt. Eingerahmt von kurzen Fachimpulsen inländischer Experten wird deutlich, wie groß der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur globalen Wirtschaftsleistung ist: Rund 3% der globalen Wertschöpfung geht auf die sie zurück. In Zahlen hat CISAC dies mit \$2.250 Mrd. Umsatz beziffert. Damit überrundet die Kultur- und Kreativwirtschaft weltweit den Telekommunikationssektor mit \$1.570 Mrd.

Klar wird an diesem Vormittag aber auch: Nach wie vor gibt es international kein einheitliches Konzept, was eine internationale Vergleichbarkeit schwierig macht. Und es braucht dringend eine wissenschaftliche Methode, die Spillover-Effekte der Branche zu messen und in die Statistiken einfließen zu lassen, da hier eine bisher nicht konkret bezifferte aber enorme Leistung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu finden ist.

Außerdem, und das wird auch in der Konferenz immer wieder betont, braucht es zum jetzigen Zeitpunkt zusätzlich zur, natürlich nach wie vor wichtigen, quantitativen Einordnung durch wissenschaftlich fundierte Studien und Statistiken, auch eine qualitative Auswertung der Potenziale und Leistungen der Branche. Denn der Wert der Kultur- und Kreativwirtschaft geht weit über die rein ökonomischen Kennzahlen hinaus oder wie es der Referent Matthias Hornschuh in einer Frage so treffend formuliert: „Wie häufig bekommt man schon von einem Algorithmus Gänsehaut?“

¹ Der Text basiert auf einem Beitrag von Julia Köhn, Transfermanagerin für Internationalisierung im Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes.

Vermitteln wir also die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft im In- und Ausland über eine Sprache, die ihr eigen ist und somit ihrer Vielfalt gerecht wird. Erzeugen wir eine andere Form der Sichtbarkeit, die über Storytelling, Ikonen, Menschen, und Beispiele eine sinnliche Empirie schafft. Oder wie Reinhard Strömer, impulsgebender Experte in der Diskussion, mit Bezug auf das vor dem Wirtschaftsministerium zu findende Plakat „Entdecke das Du in InDUstrie“ fordert: „Entdecken wir das Wir in Kultur- und KreativWIRtschaft.“ Investitionen in die Kultur- und Kreativwirtschaft sind Investitionen in unsere Zukunft. Und anstatt zu überlegen wie Kultur- und Kreativwirtschaft gefördert werden kann soll endlich klar werden: Kultur- und Kreativwirtschaft fördert!

Worum es in Zukunft geht

Der Nachmittag der Konferenz steht ganz im Zeichen von Innovation. Aus Genf per Video zugeschaltet stellt Sacha Wunsch-Vincent von der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) den Global Innovation Index 2016 vor, der erstmals auch einige Indikatoren zur Messung von Kreativität als Teil von Innovation enthält. Christian Handke (Erasmus Universität Rotterdam) stellt das Jahresgutachten zu Forschung, Innovation und technologischer Leistungsfähigkeit Deutschlands 2015 der Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI) vor. Die Impulse und Vorträge der internationalen Referenten und nationalen Experten zeigt, dass die derzeitig verwendeten Indikatoren zur Messung von Innovationen zwar in geringem Maße den Begriff der Kreativität heranziehen, dies aber noch unzulänglich ist, um Innovationen im nicht-technischen Bereich adäquat zu erfassen.

Wie von Christian Handke dargelegt, ist in der Kreativwirtschaft „Marktwert - Produktionskosten \neq gesamtgesellschaftlicher Zusatznutzen.“

Die These, die sich daraus ergibt, ist, dass möglicherweise eine systematische Unterbewertung der Innovationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft vorliegt. Die Grundlage für Wert bestimmt sich in der Branche maßgeblich durch menschliches Verhalten. Auch Sinnorientiertheit, Emotionen und die Verortung des Wertes der Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Werk selbst als Merkmale der Produkte und Dienstleistungen der KKW deuten darauf hin, dass Werthaltigkeit in der KKW anders gelagert ist als im landläufigen Verständnis von Innovation. Wenn also Umsatz und Bruttowertschöpfung keine ausreichenden Indikatoren sind ist die Frage: Wie kann man Herzklopfen, Tränen, Erlebnis und Sinnreferenzen als Indikatoren für Werthaltigkeit messbar machen? Bei der Beschäftigung mit einem erweiterten nicht-technischen Innovationsbegriff sollte also auf den Doppelcharakter von Kulturgütern bzgl. Sinn und Markt geachtet werden, um das Werthaltige & Neuartige der Branche adäquat darstellen zu können.

Fazit

Weil die Kultur- und Kreativwirtschaft eine Branche ist, in der gesellschaftliche Veränderungen sehr früh zu beobachten sind und neue Technologien und Herangehensweisen frühzeitig angewendet werden, können über Beobachtung des

Innovationsverhaltens der Akteure, die Veränderungen in der Gesellschaft sowie neue Themen und Trends mit Relevanz auch für andere gesellschaftliche und wirtschaftliche Bereiche frühzeitig identifiziert werden. Die Kultur- und Kreativwirtschaft erschließt kontinuierlich neue Wirkungsfelder in verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen. Der gesellschaftliche und ökonomische Wert geht also weit über die Grenzen der eigenen Branche hinaus. Folgerichtig wurde die Notwendigkeit einer qualitativen Bewertung und einer Messbarmachung der Spillover-Effekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich.

Durch die vielseitige Diskussion aus unterschiedlichen Perspektiven konnte die Konferenz eine Grundlage bereiten für gegenseitiges Verständnis unterschiedlicher internationaler Positionen sowie eine Weiterentwicklung der inländischen Diskussion.

Es ist die Zusammenarbeit von Theorie und Praxis, die es ermöglichen wird das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft und ihre (Innovations-)Potenziale in Zukunft noch sichtbarer zu machen.

2 Konzeption und Programm

2.1 Konzeption

Veranstalter: Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Zielgruppe

Forschung / Wissenschaft, Politik, Wirtschaft, Künstler*innen / Kreative, Medien

Inhalt der wissenschaftlichen Konferenz

Ziel der Konferenz ist die Stärkung des Austausches zwischen der deutschen und internationalen wissenschaftlichen Fachgemeinschaft, die sich mit Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. Creative Industries beschäftigt. Alle, die sich mit Kultur- und Kreativwirtschaft auseinandersetzen, wissen, dass die Konzepte ständig erweitert und den gegebenen Veränderungen angepasst werden müssen. Darüber hinaus wird eine „moderne“ Sichtweise auf die Creative Industries gefordert, beispielsweise eine thematische Orientierung nach Schlüsselthemen wie Digitalisierung und Innovation.

Die Konferenz wird sich deshalb mit zwei Themenkomplexen beschäftigen:

- Welche neueren Konzeptionen zur Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es im internationalen Raum? Welche Erkenntnisse kann die Fachgemeinschaft in Deutschland daraus gewinnen?
- Welche Ansätze sind möglich, um die eigenständige Innovationsrolle der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich zu machen? Kann künstlerische / kreative Produktion innovativ sein oder bleibt diese Frage den Technologie- und IT-Unternehmen überlassen?

Thema I: Die internationale Sicht der Kultur- und Kreativwirtschaft

Folgende Ausgangsfragen wollen wir mit den Referenten*innen, Podiumsgästen und dem Auditorium der Konferenz diskutieren:

- Wie verändert sich das Selbstverständnis der Kultur- und Kreativwirtschaft im internationalen Kontext?
- Welche wissenschaftlichen Modelle sind kompatibel mit oder unterschiedlich zum deutschen Konzept?
- Welche wirtschafts- und / oder kulturpolitischen Strategien sind erkennbar?

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in den USA

Die Debatte um die ökonomische Bedeutung des Kultursektors in den USA wurde lange Jahre von NGOs und wissenschaftlichen Stellen geprägt ⁽²⁾. Eine offizielle Position der amerikanischen Regierung gab es lange Zeit nicht. Seit dem Jahr 2014 liegt nun erstmals eine offizielle Position der amerikanischen Regierung zur „U.S. Arts and Cultural Production“ vor. Diese Position wurde in enger Zusammenarbeit zwischen dem U.S. Handelsministerium und dem amerikanischen Kulturrat ⁽³⁾ erarbeitet. Der Kulturrat ist für die gesamte Kulturförderung der USA auf Ebene der Bundesregierung zuständig, vergleichbar mit der Rolle des British Arts Council für Großbritannien. Uns stellen sich nun folgende Fragen:

- Warum beschäftigt sich die amerikanische Bundesregierung nun erstmals offiziell mit der Kultur- und Kreativwirtschaft?
- Welche Charakteristika prägen das amerikanische Modell der Kultur- und Kreativwirtschaft?
- Welche Erkenntnisse liefert die amerikanische Sichtweise für die deutsche wirtschafts- und kulturpolitische Positionierung der Kultur- und Kreativwirtschaft?

Weltweit wachsende Wahrnehmung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Zu den derzeit wichtigsten globalen Organisationen, die das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft behandeln, zählen:

- [OECD](#) (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)
- [WIPO](#) (Weltorganisation für geistiges Eigentum)
- [UNESCO](#) und UIS ([UNESCO](#) Institut für Statistik)
- [UNCTAD](#) (Konferenz der UN für Handel und Entwicklung)
- [CISAC](#) (Globaler Dachverband der Verwertungsgesellschaften für Autor*innen und Musikurheber*innen)

CISAC hat den derzeit aktuellsten Bericht zur globalen Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft vorgelegt. Dieser Bericht konnte in allen Weltregionen eine große Resonanz erzielen. Er entwickelt sich möglicherweise zu einer Referenzstudie für die Fachwelt, weil er eine Vielzahl

2 Americans for the Arts; Copyright Industries (Siwek); Creative Class (Florida)

3 National Endowment for the Arts (NEA)

wichtiger Erkenntnisse liefert. Deshalb soll der CISAC-Bericht innerhalb des deutschen Diskurses vorgestellt und anhand folgender Fragen erörtert werden:

- Auf welchen Voraussetzungen basiert der CISAC-Bericht?
- Welche empirischen und strategischen Themen behandelt der Bericht?
- Was kann Deutschland vom CISAC-Bericht lernen?

Thema II: Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Eine ehrliche Bilanz wird die derzeit noch stark unterbelichtete Rolle der künstlerischen oder kreativen Arbeit innerhalb der innovationspolitischen Debatte anerkennen. Nicht wenige Expert*innen in Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung zweifeln daran, ob es eine eigenständige künstlerische bzw. kreative Innovation überhaupt geben kann. Was könnte kunst- oder kreativitätsbezogene Innovation von technologiebasierter oder IT-basierter Innovation unterscheiden? Ein wichtiger Unterschied liegt bislang auf der Hand: Künstlerische bzw. kreative Innovationen sind nicht messbar, d.h. sie können nicht in ökonomisch nachweisbaren Effekten „bewiesen“ werden. Andererseits ist vielen Wirtschaftsforscher inzwischen klar, dass die alleinige Ausrichtung auf den technologisch basierten Innovationsbegriff nicht mehr ausreicht, um zu verstehen, welche Innovationsprozesse sich insgesamt in einer Volkswirtschaft abspielen.

Daher beschäftigen wir uns mit den Fragen:

- Welche Messkonzepte zur kreativen Innovation gibt es im internationalen Kontext?
- Welche Ansatzpunkte werden in Deutschland derzeit diskutiert?
- Welche Position hat die Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI)?

The Global Innovation Index – Creativity Output Sub-Index

Im Unterschied zur innerdeutschen Fachdiskussion ist international bereits ein wachsendes Interesse daran festzustellen, in den Innovationsprozess nun auch vermehrt die künstlerischen, kulturellen und kreativen Aktivitäten in einem breiteren Kontext einzubeziehen. Neben Organisationen wie OECD und der EU-Kommission beschäftigt sich die WIPO mittlerweile regelmäßig mit der Frage, wie Kreativität im Innovationsprozess gemessen werden kann.

- Welche Rolle spielt die Kreativität im Global Innovation Index der WIPO?
- Welche Position nimmt Deutschland im WIPO-Ländervergleich im Kreativitätsindex ein?

- Ist das globale Analysemodell der WIPO für nationale oder regionale Vergleiche in Deutschland sinnvoll oder muss es verändert werden?

EFI-Jahresgutachten zu Forschung, Innovation und technologischer Leistungsfähigkeit Deutschlands 2015

Die Innovationsdebatte in Deutschland wird maßgeblich von dem wohl wichtigsten nationalen Gremium, der Expertenkommission Forschung und Innovation EFI⁴ geführt. Es ist deshalb zu begrüßen, dass sich die EFI im Jahresgutachten 2015 erstmals mit Kreativität im Innovationsprozess beschäftigt hat. Im Kontext digitaler Innovation und Urheberrechtsfragen wird untersucht, ob und wie Kreativität erfasst und gemessen werden kann.

- Was versteht die EFI unter digitaler Innovation und Content Innovation (Inhaltsinnovation)?
- Welche Methoden zur Messung der Content Innovation können am Beispiel der Film- und Musikwirtschaft entwickelt werden?
- Ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ein wesentlicher Treiber oder lediglich Nutznießer des Innovationsprozesses?

⁴ <http://www.e-fi.de/>

2.2 Programm

9:10 h Eröffnung Michael Söndermann / Gesa Birnkraut (Moderation)

Begrüßung: Brigitte Zypries (Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie)

Begrüßung: Dr. Günter Winands (Ministerialdirektor, Stellvertreter der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien)

Einführung: Stand der internationalen Forschung zur Kultur- und Kreativwirtschaft, Michael Söndermann (Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes),

Thema I: Die internationale Sicht der Kultur- und Kreativwirtschaft

9:50 h Vortrag I: **U.S. Arts and Cultural Production / Bericht der US-Bundesregierung zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den USA**

Referentin: Bonnie Nichols (National Endowment for the Arts, USA), Abstrakt, Präsentation

Referentin: Elisabeth Cologer (Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce)

Podiumsgespräch: Susanne Binas-Preisendörfer (Universität Oldenburg), Reinhard Strömer (Hochschule Bremen), Malte Behrmann (bbw hochschule Berlin)

Publikumsfragen

11:20 h Vortrag II: **The Global Map of Cultural and Creative Industries / Die wirtschaftliche Bedeutung der weltweiten Kultur- und Kreativwirtschaft**

Referent: Gadi Oron (Generalsekretär Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs (CISAC))

Podiumsgespräch: Cornelia Dümcke (Culture Concepts, Berlin), Andreas Johannes Wiesand (Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, Straßburg / Bonn), Matthias Hornschuh (Komponist, Mediamusic, Köln)

Publikumsfragen

Thema II: Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft

13:45 h Vortrag III (Videopräsentation): **The Global Innovation Index 2016 –**

Sub-Index Creative Outputs / Die Messung von Kreativität als Teil des Innovation Output Sub-Indexes

Referent: Sacha Wunsch-Vincent (WIPO, Weltorganisation für geistiges Eigentum, Genf),

Podiumsgespräch: Anselm Mattes (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, ECON, Berlin), Olaf Arndt (Prognos, Bremen), Elmar Konrad (Hochschule Mainz)

Publikumsfragen

15:05 h Vortrag IV: **Das EFI 2015 Gutachten / Innovation durch Kultur- und Kreativwirtschaft**

Referent: Christian Handke (Erasmus Universität Rotterdam)

Podiumsgespräch: Simone Kimpeler (ISI Fraunhofer, Karlsruhe), Michael Hutter (Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin), Florian Berger (Technopolis Group, Frankfurt am Main)

Publikumsfragen

16:00 h Ausblick und Verabschiedung

Highlights der Präsentationen, Fortsetzung der wissenschaftlichen Konferenz 2017
Michael Söndermann (Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes)

16:15 h – 18:00 h Ausklang

3 Präsentationen und Abstrakts

Dokumentation der Referentenbeiträge und Podiumskommentare

Referent*innen

3.1 COLOGER, Elisabeth

BEA, Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce, Washington D.C.

Abstrakt

The U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA) and the National Endowment for the Arts (NEA) released prototype estimates from the new Arts and Cultural Production Satellite Account (ACPSA) in 2015. This was the first U.S. federal government effort to provide an in-depth analysis of the arts and cultural sector's contributions to current-dollar gross domestic product (GDP) in the United States. This new satellite account, which used an input-output (I-O) framework, found that, on average, arts and cultural production accounted for about 3.5% of GDP over the years 1998-2011.

The development and subsequent release of preliminary statistics for this new account have been well received by many of BEA's customers and is consistent with the U.S. Department of Commerce's goal to provide more data in order to enhance decision-making and better understand the U.S. economy.

Satellite accounts are supplemental accounts that expand the analytical capacity of the national and industry economic accounts by focusing on a particular aspect of economic activity. These accounts are designed to provide more detailed information within a framework that is conceptually and statistically consistent with BEA's principal economic accounts, while not interfering with the core accounts.

The ACPSA was built from the bottom up using the rich detail provided by BEA's I-O accounts. Items were identified for inclusion in this account in a highly collaborative effort with economists from the NEA. The U.S. I-O accounts consist primarily of the make and use tables, which present statistics on the production and uses (both intermediate and final) of products by industries. Using existing I-O account statistics, detailed make-table transactions were carefully evaluated and identified for inclusion (or not) into the ACPSA. A full suite of I-O statistics, including gross output, intermediate inputs and value added, was then developed based on this initial list.

BEA and NEA are continuing developmental work on this account and intend to produce state-level estimates for the Arts and Cultural Production satellite account later this year.

Quelle: U.S. Bureau of Economic Analysis (2016). Arts and Culture Grow at Faster Pace as BEA Takes its First Inflation-Adjusted Look.

<http://www.bea.gov/newsreleases/general/acpsa/acpsa0216.pdf>

[Link zur PPT-Präsentation](#)

3.2 NICHOLS, Bonnie

NEA, National Endowment for the Arts Office of Research & Analysis, Washington D.C.

Abstrakt

Produced in partnership between the U.S. Bureau of Economic Analysis and the National Endowment for the Arts, the Arts and Cultural Production Satellite Account (ACPSA) measures the sector's contributions to the U.S. economy.

In 2013, the most recent year for which estimates are available, arts and cultural production contributed \$704.2 billion to the U.S. economy, or 4.23 percent of GDP. Moreover, the arts and cultural sector employs 4.7 million wage and salary workers, whose compensation tops \$339 billion.

Between 1998 and 2013, real (i.e., inflation - adjusted) value added by arts and cultural production grew by \$165 billion, or 32.5 percent.

Fast-growing industries producing arts and cultural goods and services include "other information services," which includes Internet publishing and broadcasting; sound recording; and computer-system designs that support sound recording and motion picture production.

The arts and cultural sector represents almost half of the U.S. copyright-intensive/creative U.S. economy. And, the creative industries are among the fastest growing producers of arts and cultural goods and services.

Between 1998 and 2013, copyright - intensive industries, in producing arts and cultural commodities, grew at an annual average rate (adjusted for inflation) of 3.5 percent—a rate well above the growth rate of 1.8 percent generated from all ACPSA production over that time period.

The U. S. exports more arts and cultural goods and services than it imports. In 2013, the ACPSA trade surplus reached \$24 billion. Movies and TV programs account for the greatest ACPSA export (\$15.9 billion), while manufactured jewelry and silverware represent the greatest import (\$12.2 billion).

Quelle:

National Endowment for the Arts (2013). NEA Guide to the U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account. https://www.arts.gov/sites/default/files/nea_guide_white_paper.pdf

National Endowment for the Arts (2016). Arts Data Profile #9. The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account: 1998-2013. <https://www.arts.gov/artistic-fields/research-analysis/arts-data-profiles/arts-data-profile-9/acpsa-issue-briefs>

[Link zur PPT-Präsentation](#)

3.3 ORON, Gadi

Director General, CISAC, Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs, Paris

Abstrakt

Creative industries are crucial economic, social and cultural actors. These industries provide jobs, create value, generate wealth as well as pay local taxes in the countries where they operate. These industries exist only because and thanks to individual creators.

The members of CISAC, the International Confederation of Societies of Authors and Composers, are at the heart of the creative and cultural industries. CISAC's membership of 239 societies in 123 countries represent close to 4 million creators in all creative sectors: music, audio-visual, visual art drama and literature.

The scope and global value of the creative industries was, until now, virtually unknown due to the lack of proper economic research on them. As we live in an era where more and more decision makers call for "evidence-based policies", CISAC felt the need to produce the evidence of what these industries were about. Since there was no data to show policy makers about the cultural sector's contributions to local and global economies, CISAC members felt that they should take the initiative and fill this gap.

The reason this work was necessary comes from the current environment in which copyright-led industries, and creators who rely on copyright for their livelihood, are under constant attack. This attack comes from powerful commercial entities who try to reduce copyright protection levels and treat creators as a hindrance to innovation and their own business strategies. The past 15 years have seen the proliferation of unlicensed creative works on different types of digital platforms. Even legal and licensed users of creative content have been using legal arguments such as "fair use" and "safe harbours" to avoid remunerating creators and producers of creative content, resulting in what is commonly referred to as the "value gap" or the "transfer of value in the digital marketplace".

In this context, CISAC – in partnership with EY, a trusted independent source – decided to undertake a massive research project in 2015: mapping the creative industries by sector and by geographical zone, highlighting the contributions of these industries to the economy and the jobs that they provide. The study covers the entire range of creative industries, spread in 11 different sectors: visual arts, audiovisual/cinema, press, media, literary, music, design, architecture, games and advertising.

This one-year project culminated with the publication in December 2015 of the 120-page document "Cultural Times – The First Global Map of Cultural and Creative Industries." The research document was presented in a press conference at UNESCO headquarters in Paris in December 2015, hosted by its Director General, Ms. Irina Bokova.

The results of the research were simply astounding. Overall, creative industries produced revenues of \$2,250 billion in 2014. They generated 3% of world GDP, which surpasses the GDP of India (\$1,900 billion). In value, CCIs represent 1.5 times the value of telecom services.

The research also showed the importance of the creative industries in terms of employment, providing jobs for almost 30 million people, or 1% of the world's active population. They tend to favour the participation of women compared to more traditional industries. For example, in the UK in 2014, 50% of people employed in the music industry were women compared to 47% in the active overall population.

Geographically, Asia was the largest region, mostly due to the strength of the economies of Japan, Australia and China, followed by Europe, North America, Latin America and Africa. In the three largest regions, CCIs account for over 3% of the regional GDP. This is smaller in Latin America (2.2%) and Africa (1.1%), which demonstrates the margin for growth in these two regions.

In terms of sectors, the television industry is the largest creative sector with a total of \$477 billion. Because of the ubiquity of museums and art schools in the world, the visual arts sector came second with a total value of \$391 billion, followed by the newspaper and magazine industry at \$325 billion.

Even more important for CISAC, this study also highlighted that these industries are key players in the digital economy with over \$200 billion in revenues generated by the digital use of creative content. This shows the trickle-down effect that creative industries can have on other economic sectors, especially that of the new digital economy. For example, cultural content has a direct impact on the sales of electronic devices on which such content is used. Creative content such as music, books and films is also a prime growth engine for digital platforms.

For CISAC, the study met our objectives: to convey to policy-makers that copyright-driven industries are not to be taken lightly. The creative sector is not only about culture. Indeed, creators and their related industries serve a high purpose in reflecting the culture, cultural heritage and cultural diversity of each country or region. However the creative industries also represent jobs, predominantly local jobs. They are also net contributors to local and global economies. Importantly, what this study shows is that there is a direct correlation between copyright protection, the creative industries and economic development.

While we have been able to show the strength of the creative industries, we also know that these industries are fragile. Strong legal frameworks protect creation and ensure proper remuneration for creators, guaranteeing that those who invest in the production of creative works get a return on their investment so that they can continue to invest. Protecting creators is not just about protecting and promoting local cultures, it is about ensuring that their creative endeavours will contribute to the local economies and be the engine of growth for the future.

Quelle: CISAC (2015). Cultural Times. The First Global Map of Cultural and Creative Industries. <http://www.worldcreative.org/>

[Link zur PPT-Präsentation](#)

3.4 WUNSCH-VINCENT, Sacha

Dr., Senior Economist, WIPO, Weltorganisation für geistiges Eigentum, Genf und Co-Editor of the Global Innovation Index

Abstrakt

The work of the World Intellectual Property Organization and its related Committee covers a large spectrum of legal and economic studies relating to copyright-based or cultural industries. One of the major measurement-related projects at WIPO concerns the Global Innovation Index (GII). The GI ranks the innovation performance of some 140 countries and economies around the world, based on 80+ indicators. Since its inception, and contrary to many innovation measurement exercises, the GI has endeavored to measure creativity and creative outputs as part of its Innovation Output Sub- Index. Specifically, the GI Creative outputs pillar includes three sub-pillars: (1) Intangible assets, (2) Creative goods and services, and (3) Online creativity. The presentation of WIPO will focus on explaining the GI, the inclusion of metrics as they relate to creativity and creative industries, and related measurement challenges.

Quelle:

Cornell University, INSEAD and WIPO (2016). The Global Innovation Index 2016.
http://www.wipo.int/econ_stat/en/economics/gii/

[Link zur PPT-Präsentation](#)

3.5 HANDKE, Christian

Ass. Prof. Dr., Erasmus Universität Rotterdam

Abstrakt

Auf lange Sicht ist Innovation eine wesentliche Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum: Über kurz oder lang müssen Unternehmen Produkte und Produktionsprozesse weiterentwickeln um zu bestehen. Es ist allerdings umstritten, inwieweit Neuerungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft (KuK) als Innovationen zu betrachten sind.

Einerseits gilt die Kultur- und Kreativwirtschaft für viele als eine außerordentlich innovationsintensive Branche. Jährlich werden Tausende neuer Bücher, Musikaufnahmen, Filme oder Videospiele veröffentlicht und vermarktet, und Anbieter kreativer Werke konkurrieren oft auch über neuartige Vermarktungsmethoden. Ein reichhaltiges Angebot kreativer Werke fördert zudem die Nachfrage nach sonstigen Gütern und Dienstleistungen, insbesondere im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT). Andererseits erscheint es manchem als unpassend, das Konzept ‚Innovation‘ für Produkte und Prozesse in der KuK anzuwenden. Schließlich sind viele kreative Werke wenig werthaltig und die Funktion kreativer Werke im Sinne des Urheberrechts ist kaum anhand von objektiv messbaren Qualitätskriterien zu fassen.

Im Rahmen einer Schwerpunktstudie für die Expertenkommission für Forschung und Innovation (EFI) haben meine Kollegen der DIW Econ und ich untersucht, wie das Urheberrecht auf Innovation wirkt. Dieser Vortrag stellt dar, welche Ansätze zur Innovationsmessung wir zu diesem Zweck entwickelt haben und fasst wesentliche Ergebnisse zusammen.

Der ökonomischen Definition zufolge müssen Produkte neuartig und werthaltig sein, um als innovativ zu gelten. Allgemein gehen Ökonomen davon aus, dass Beobachtungen zum Nutzerverhalten – vor allem Kaufentscheidungen – die besten Hinweise zum Wert von Produkten geben. Demzufolge sind viele kreative Werke offenbar werthaltig: Sie werden vielfach verkauft und genutzt. Diese Betrachtung kann auf das Produzenten- und Anbieterverhalten ausgeweitet werden: Die Herstellung und Verbreitung kreativer Werke ist aufwändig und aus ökonomischer Sicht belegen Investitionen in diesem Bereich, dass der erwartete Nutzen für die Anbieter die Kosten übersteigt. Neue kreative Werke müssen sich zudem vom bisher Angebotenen erkennbar unterscheiden und somit neuartige Aspekte enthalten, zum Beispiel weil sonst ein Urheberrechtsbruch vorliegt. Auf dieser grundsätzlichen Ebene sind also zumindest die neuen kreativen Werke Innovationen, für die ein Mindestmaß an Nachfrage besteht.

Das heißt nicht, dass Innovationsprozesse und –ergebnisse in der KuK mit der verarbeitenden Industrie einfach zu vergleichen wären. Die Forschungs- und Entwicklungskosten sowie die gesetzlichen Vorgaben und Regelungen zum geistigen Eigentum für ein neues pharmakologisches Produkt unterscheiden sich zum Beispiel offensichtlich von der Situation bei einem neuen Musikalbum. Nichtsdestotrotz kann es sich bei beiden um neuartige und werthaltige Produkte und damit um eine Innovation handeln.

In der KuK treten eine Reihe von Komplikationen auf, aufgrund derer es schwierig sein kann, die Innovationsleistung der KuK zu messen. Kreative Werke sind oft quasi-öffentliche Güter,

deren Marktwert nur einen Bruchteil ihres gesamtgesellschaftlichen Nutzens widerspiegelt. Vielfach belegt ist intrinsische Motivation zu kreativer Arbeit und die zunehmend aktive Rolle von Verbrauchern bei der Wertschöpfung. Zudem verkompliziert ein schneller und weitreichender technologischer Wandel in vielen Teilen der KuK die Analyse.

Ein wesentliches und umstrittenes Mittel zur Innovationsförderung in der KuK ist das Urheberrecht. Es finden sich bisher kaum empirische Belege dafür, dass ein stärkerer Urheberrechtsschutz im Kontext der Digitalisierung tatsächlich mit größerer Innovationsleistung und Effizienz in den Urheberrechtsbranchen einherginge. Systematische Datenerhebung und empirische Untersuchungen sollten bei der Weiterentwicklung des Urheberrechts und der nachhaltigen Förderung der KuK eine weit größere Rolle spielen als bisher.

Quelle:

EFI/Expertenkommission Forschung und Innovation (2015). Jahresgutachten zu Forschung, Innovation und technologischer Leistungsfähigkeit Deutschlands 2015.
http://www.e-fi.de/fileadmin/Gutachten_2015/EFI_Gutachten_2015.pdf

Handke, C.; Girard, Y.; Mattes, A. (2015). Fördert das Urheberrecht Innovation? Eine empirische Untersuchung, Studien zum deutschen Innovationssystem, Berlin: EFI.
http://www.e-fi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2015/StuDIS_16_2015.pdf

[Link zur PPT-Präsentation](#)

3.6 SÖNDERMANN, Michael

Leiter für wissenschaftliche Analysen im Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Rede

Zum Stand der internationalen Forschung in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Anrede,

dazu begrüße ich sehr herzlich unsere internationalen Referentinnen und Referenten und ich bin erfreut, dass alle gut hierher gefunden haben:

- Miss Nichols von der National Endowment for the Arts, aus Washington
- Miss Cologer vom US Handelsministerium, ebenfalls aus Washington
- Monsieur Oron, Generalsekretär des globalen Dachverbands der Verwertungsgesellschaften für Autoren und Musikurheber, aus Paris
- Herr Professor Handke von der Erasmus Universität Rotterdam
- Und von WIPO, der Weltorganisation für geistiges Eigentum wird uns heute Herr Dr. Wunsch-Vincent später zugeschaltet

Dear colleagues,

we are very happy and honored to welcome you to this international conference for the cultural and creative industries here in Berlin.

Ebenso herzlich heiße ich unsere deutschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler willkommen, die sich für die verschiedenen Podien zur Verfügung gestellt haben.

Worum geht es heute?

Jeder, der sich mit Kultur- und Kreativwirtschaft befasst, weiß, dass sich die Konzepte ständig verändern, denn wir haben es hier mit einer dynamischen Branche zu tun.

Heute nun geht es um internationale Konzepte der Kultur- und Kreativwirtschaft, denn wir wollen über unseren Tellerrand hinaus blicken und wollen wissen, wie sich die Fachdiskussion weiterentwickelt hat.

Warum ist das Thema wichtig?

Es gibt im internationalen Kontext mittlerweile eine Fülle von wissenschaftlichen Studien und politischen Analysen zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft.

Sie alle haben neben zahlreichen Gemeinsamkeiten auch verschiedene Perspektiven und unterschiedliche Sichtweisen. Diese zu kennen ist Voraussetzung für das gegenseitige Verständnis und die eigene Weiterentwicklung.

Was wollen wir damit erreichen?

Wir wollen den gegenseitigen Austausch zwischen der deutschen und der internationalen Fachcommunity verstärken.

Wir wollen neue fachliche Beziehungen knüpfen und weitere Verbündete im Feld der Kultur- und Kreativwirtschaft finden.

Wir wollen unsere fachlichen Positionen weiterentwickeln.

Und damit komme ich zu den beiden Themenkomplexen der heutigen Konferenz.

Thema I: Die internationale Sicht der Kultur- und Kreativwirtschaft

Dazu werden wir zwei Vorträge hören, **beginnend mit der Position** des amerikanischen Handelsministeriums.

- Miss Cologer ist Expertin im Amt für ökonomische Analysen des US-Handelsministeriums.
- Miss Nichols ist Expertin in der Forschungsabteilung der National Endowment for the Arts.

Die amerikanischen Kolleginnen haben in ihrer Studie einen neuen Ansatz zur ökonomischen Bedeutung des Kunst- und Kultursektors in den USA entwickelt.

Drei Punkte sind dabei aus meiner Sicht von besonderer Bedeutung:

- Diese Studie repräsentiert erstmals eine offizielle Position der amerikanischen Bundesregierung zur Kultur- und Kreativwirtschaft
- Das wichtigste Ergebnis ist, dass der Kunst- und Kultursektor zum ersten Mal als eine langfristige Investition betrachtet wird und nicht mehr als eine unproduktive Branche, die ohne Bedeutung für die Wertschöpfung ist
- Die Präsentation der Studienergebnisse von Miss Cologer und Miss Nichols heute und hier, das darf ich mit einigem Stolz anmerken, ist eine europäische Premiere

Im **zweiten Vortrag** werden wir einen aktuellen Bericht zur globalen Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft hören. Monsieur Oron ist der Generalsekretär vom globalen Dachverband CISAC, zu dem in Deutschland z. B. die GEMA und die VG BildKunst gehören. Auch zu seinem Vortrag möchte ich drei Bemerkungen machen:

- Mich hat überrascht und nachdenklich gestimmt, dass Asien mittlerweile die wirtschaftlich stärkste Region der globalen Kultur- und Kreativwirtschaft ist. Das hat meine eurozentrische Betrachtungsweise durchaus erschüttert.
- CISAC ist der Anwalt für die individuellen Künstlerinnen, Künstler und Kreativen, die am Anfang jeder Wertschöpfungskette in der Kultur- und Kreativwirtschaft stehen.

- Um diese Position zu stärken, setzt CISAC mit faktenbasierten Studien neue Akzente für den politischen Diskurs in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Mit dem **zweiten Thema des heutigen Tages** wenden wir uns der Frage **der Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft** zu.

Die Weltorganisation für geistiges Eigentum, kurz WIPO, ist eine der wichtigsten internationalen Organisationen, die sich schon seit Jahren mit der Copyright-Industrie und der Kreativwirtschaft beschäftigen. Heute befassen wir uns mit dem Global Innovation Index den Herr Wunsch-Vincent im dritten Vortrag präsentieren wird. Lassen Sie mich dazu zwei Aspekte anmerken:

- Diese Innovationsstudie von WIPO zählt zu den ganz wenigen internationalen Studien, die auch die Kreativität als Innovationsfaktor einbezieht. Wer die internationale Innovationsforschung kennt, weiß, dass dies keineswegs selbstverständlich ist.
- Der Global Innovation Index, der Ihnen heute vorgestellt wird, ist brandneu. Er wurde erst im August, also vor einem Monat, veröffentlicht. Daher ist Herr Wunsch-Vincent, einer der Herausgeber, derzeit in der ganzen Welt unterwegs und wird uns seinen Vortrag per Videoleinwand präsentieren.

Für mich ist diese Art der fachlichen Präsentation heute eine Premiere - ich vertraue der Technik.

Ein weiterer Vortrag zum Thema Innovation, der vierte des heutigen Tages, beschäftigt sich mit der Innovationsdebatte in Deutschland.

Die Innovationsdebatte in Deutschland wird maßgeblich von dem wohl wichtigsten nationalen Gremium geführt, der Expertenkommission Forschung und Innovation, kurz EFI genannt.

Es ist deshalb sehr zu begrüßen, dass sich die EFI in ihrem Jahresgutachten 2015 erstmals auch mit Kreativität im Innovationsprozess beschäftigt hat.

Einen der Autoren dieses EFI-Gutachtens haben wir heute hier zu Gast. Herr Handke ist ein international anerkannter Experte für das Thema Innovation und Kreativwirtschaft. Er hat für zahlreiche Regierungen und Patentämter Studien in diesem Kontext verfasst.

Herr Handke hat in seinem Abstract, wie ich finde, eine wunderbar griffige Formel angeboten, die lautet: Innovation liegt dann vor, wenn ein Produkt neuartig und werthaltig ist.

Nun ist das Kriterium der Neuartigkeit für die Kultur- und Kreativwirtschaft kaum ein Problem, wenn Sie bedenken, wie viele neue Filme, Bücher, Musik etc. jährlich auf den Markt kommen. Demnach wäre die Kultur- und Kreativwirtschaft eine Innovationsbranche par excellence.

Der zweite Begriff der Werthaltigkeit ist schillernder:

Traditionelle Ökonomen bezeichnen mit dem Begriff ‚werthaltig‘ ein Produkt, wenn es kommerziell verwertbar ist. Herr Handke hingegen versteht unter dem Begriff ‚werthaltig‘ weitaus mehr als kommerzielle Verwertbarkeit. Wir sind gespannt auf seine Ausführungen.

Zum Schluss meine sehr verehrten Damen und Herren, lassen Sie mich sagen, die heutige Konferenz kann spannend, kann politisch, kann mitunter auch anstrengend werden, in jedem Fall aber wird sie interessant.

Vielen Dank!

3.7 Podiumsteilnehmer*innen

Dr. Olaf ARNDT ([Prognos, Bremen](#))

Prof. Dr. Malte BEHRMANN ([bbw hochschule Berlin](#))

Dr. Florian BERGER ([Technopolis Group, Frankfurt am Main](#))

Prof. Dr. Susanne BINAS-PREISENDÖRFER ([Universität Oldenburg](#))

Dr. Cornelia DÜMCKE ([Culture Concepts, Berlin](#))

Matthias HORNSCHUH ([Komponist](#))

Prof. Dr. Michael HUTTER ([Prof. emeritus Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin](#))

Dr. Simone KIMPELER ([ISI Fraunhofer, Karlsruhe](#))

Prof. Dr. Elmar KONRAD ([Hochschule Mainz](#))

Dr. Anselm MATTES ([Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung/ECON](#))

Prof. Reinhard STRÖMER ([Hochschule Bremen](#))

Prof. Dr. Andreas Joh. WIESAND ([Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe](#))

Moderation

Prof. Dr. Gesa BIRNKRAUT ([Hochschule Osnabrück](#))

3.8 Ausgewählter Kommentar

BERGER, Florian, Dr. (Technopolis Group)

Zum Verständnis des Innovationsbegriffs in der deutschen Innovationspolitik

Im allgemeinen Sprachgebrauch wird der Begriff „Innovation“ in vielfältigster Weise und durchaus inflationär gebraucht. Dies lässt sich dahingehend nachvollziehen, dass gerade auch in den Medien auf das „Neue“ oder „Erneuerte“ (also das lateinische „innovatio“) abgezielt wird: nur etwas „Neues“ in diesem Sinne ist auch für die Öffentlichkeit interessant und damit als „Innovation“ im weitesten Sinne erwähnenswert. Allerdings stiftet der inflationäre Gebrauch von „Innovation“ auch eine Unschärfe, die einem einheitlichen allgemeinen Begriffsverständnis entgegensteht.

Wie ist dies jedoch bei den „Profis“, der Innovationsforschung und –beratung sowie bei den Akteuren der Innovationspolitik? Auch innerhalb der Community der wissenschaftlichen innovationspolitischen Beratung sowie den zentralen Zielgruppen (und Auftraggebern) dieser Beratungstätigkeiten (also insbesondere BMBF und BMWi) wird der Begriff „Innovation“ durchaus unterschiedlich weit gefasst. Gleichzeitig werden für dieses erweiterte Verständnis

von Innovation verschiedenste Begrifflichkeiten wie „soziale Innovationen“, „nichttechnische Innovationen“ oder „nichttechnologische Innovationen“ genutzt.

Dieses breite Verständnis kann am Beispiel der Expertenkommission Forschung und Innovation, dem wohl wichtigsten wissenschaftlichen Beratungsgremium der Bundesregierung zu Fragen der Forschungs-, Innovations- und Technologiepolitik, verdeutlicht werden. So steht bei der EFI-Kommission zwar nach wie vor ein wissenschaftlich-technisch geprägtes Paradigma von Innovation im Vordergrund: es werden z.B. zur Bewertung der Innovationstätigkeiten alljährlich Indikatoren zur Patentanmeldungen sowie zu Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten in der Definition des Frascati-Manuals der OECD herangezogen. Allerdings befasst sich auch die EFI-Kommission schon seit Jahren auch mit „weicheren“ Aspekten von Innovation. So analysierte sie 2016 soziale Innovationen und Geschäftsmodellinnovationen, 2015 Innovationen im Bildungsbereich (z.B. MOOCs) sowie Innovationen in Literatur, Wissenschaft, Kunst als Bereiche mit einer hohen Wichtigkeit des Urheberschutzes und 2014 wissensintensive Dienstleistungen (zu denen auch Dienstleistungen im Schwerpunkt Medien und Kultur gehören). An diesen Beispielen wird deutlich, dass sich auch die EFI-Kommission bemüht, mit einem weit gefassten Verständnis von Innovation zu arbeiten. Dieses hatte sie selbst in erstem EFI-Bericht von 2008 als „technische, organisatorische, soziale und andere Neuerung“ definierte.

Auch unter den direkten Akteuren der Innovationspolitik zeigt sich seit einigen Jahren die Tendenz, den Innovationsbegriff in einem breiten Verständnis auszulegen und von einer Engführung auf technische Innovation abzukommen. In der Konsequenz adressiert beispielsweise die neue Hightech Strategie der Bundesregierung von 2014 soziale Innovationen als eine Erweiterung des technologisch geprägten Innovationsbegriffs. Diese werden z.B. in einzelnen Förderlinien wie z.B. des BMBF-Programms „Soziale Innovationen für Lebensqualität im Alter (SILQUA)“ dezidiert gefördert.

Problematisch ist hierbei, dass es innerhalb der Innovationspolitik keineswegs ein einheitliches Verständnis darüber gibt, wie weit der Innovationsbegriff (insbesondere in der praktischen (Innovations-)Förderpolitik) gefasst wird und mit welchem „Label“ diese nicht-technischen Innovationen bezeichnet werden (sollten). Es stellen sich z.B. Fragen, ob „soziale Innovationen“ immer zwingend gemeinwohlorientiert sein müssen, ob der teilweise genutzte Begriff „nicht-technische Innovationen“ auch „soziale Innovationen“ mit einbezieht oder wie das Verhältnis von technischen und nicht-technischen Innovationen konzeptionell, aber auch in der Förderpraxis gefasst werden kann. So werden „nicht-technische Innovationen“ zum Teil von Förderlinien explizit umfasst, teilweise mangels Ausschluss zur Förderung zugelassen und teilweise dezidiert ausgeschlossen.

Im Ministerium für Wirtschaft und Energie wird vor diesem Hintergrund von der Technopolis Group, zusammen mit Partnern, zur Zeit eine Studie verfasst, welche sich explizit einer Definition des Begriffes „nichttechnische Innovationen“ annimmt. Zudem wird untersucht, ob ein wirtschaftspolitischer Interventionsbedarf bei nichttechnischen Innovation nach dieser Definition vorliegt. Anschließend wird ein Portfolio von möglichen Förderinstrumenten erarbeitet, mit denen nicht-technische Innovationsaktivitäten (darunter auch Innovationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft) unterstützt werden können. Ergebnisse der Studie werden voraussichtlich Ende 2016 veröffentlicht.

4 Teilnehmerresonanz

Elisabeth Cologer

Chief, Data Coordination and Verification Section (BEA, US Department of Commerce, Washington)

I was very happy to attend the 2016 Berlin Research Symposium on Culture and Creative Industries. The presentation on the Global Map of Cultural and Creative Industries was very interesting and I'm looking forward to utilizing some of this information in my future work. It was a pleasure to meet so many people interested in the economic measurement of the arts and cultural production industries within the economic national accounting system; and I was happy to exchange ideas and information with many of the presenters and the conference attendees. I will keep you posted as we get closer to our next release of the data and will let you know when it is available.

John BRUNNER

Communication Editor (CISAC, Paris)

Gadi Oron sends his kind regards. Thank you as well for the wonderful conference on Friday. I am attaching Gadi Oron's presentation. Please feel free to let me know if there are any questions.

Sacha Wunsch-Vincent

Senior Economist, WIPO Genf

Lieber Michael, mein Dank gilt Dir und Euch für eine tolle Veranstaltung. Wir bleiben im engen Kontakt. Best, Sacha

Walter, Winter M.A

Wirtschaftsministerium Saarland; Vorsitzender des Länderarbeitskreises der Kultur- und Kreativwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz

Diese Konferenz war ausgezeichnet, sowohl inhaltlich als auch organisatorisch. An der Dokumentation wäre ich sehr interessiert.

Anke Kirste

Wirtschaftsministerium NRW

Ich habe einige Ideen mitgenommen und konnte die Gelegenheit gut für einen Austausch mit Kollegen aus anderen Bundesländern nutzen.

Dr. Florian Berger

Technopolis Group, Frankfurt/M

Vielen Dank auch von meiner Seite. Ich fand die Konferenz ebenfalls bereichernd und konnte einige alte pflegen und neue Kontakte knüpfen. Ich hoffe mit meinem Kommentar, einen kleinen Beitrag zum Gelingen geleistet zu haben (siehe dazu Anhang)

Zusatz zu Innovation: Der Begriff Innovation wird in der wissenschaftlichen und innovationspolitischen Diskussion unterschiedlich weit gefasst. Darüber hinaus werden unterschiedlichste Begrifflichkeiten gerade für „nichttechnische Innovationen“ genutzt. Dies generiert Unschärfen in der wissenschaftlichen und beratenden Diskussion, aber auch in der Praxis der öffentlichen Innovationsförderung. In einem aktuellen Projekt für das BMWi versucht die Technopolis Group mit Partnern diese konzeptionellen Herausforderungen zu adressieren und darauf aufbauend Optionen für eine öffentliche Förderung von nichttechnischen Innovationen zu erarbeiten.

Dr. Simone Kimpeler

Fraunhofer ISI, Karlsruhe

Es war eine spannende Veranstaltung und ich habe auch selbst viel positive und interessierte Nachfragen erhalten, die zeigen, dass noch viel Arbeit auf uns wartet! Bitte halte mich über die kommende Veranstaltung auf dem Laufenden.

Dr. habil. Alexandra Manske

Universität Hamburg

Besonders beeindruckend fand ich an der diesjährigen Jahrestagung die "Weltkarte für die Kultur- und Kreativwirtschaft", die Gadi Oron, Generalsekretär des internationalen Dachverbands der Verwertungsgesellschaften für Musikurheber (CISAC) vorgestellt hat. Sie liefert eine wichtige Grundlage für internationale Vergleiche. Die anschließenden Fachkommentare und Publikumsdiskussion haben zudem bekräftigt, was Staatssekretärin Brigitte Zypries eingangs unterstrichen hat: Dass es einer verstärkten, auch international vergleichenden wissenschaftlichen Diskussion über den gesellschaftlichen Wert der Kreativwirtschaft und über Kreativität als gesellschaftliche Ressource bedarf. Ein wichtiges Stichwort war hierbei die Frage nach den Narrativen: welche Narrative und Diskurse existieren - in der Fremd- und in der Selbstwahrnehmung? Und wie kann man diese Narrative in einen produktiven Dialog bringen? Damit wurden in meinen Augen Fragen angedeutet, die es künftig weiter auszuloten gilt.

Prof. Dr. Elmar Konrad

Hochschule Mainz

Die Fachkonferenz Kultur- und Kreativwirtschaft hat einmal mehr - gerade auch von einem Forschungsfokus aus - deutlich gemacht, welche enorme ökonomische Bedeutung und Dynamik die Kultur- und Kreativwirtschaft weltweit besitzt und wie sich hierbei Deutschland positioniert. Der sehr anspruchsvolle Diskurs im Kontext des internationalen Vergleichs und den Interdependenzen hinsichtlich der Innovationskraft der Branche haben starke Impulse für weitere Forschungsaspekte gegeben. Die Tagung hat aber auch gezeigt, dass es durch die Komplexität des Kultur- und Kreativwirtschaftssektors weiterhin noch zu Begriffsvermischungen und fehlender Trennschärfe zwischen Kunst und Kultur auf der einen Seite und Kultur- und Kreativwirtschaft auf der anderen Seite im wissenschaftlichen Diskurs kommt. Eine mehr interdisziplinäre und fachübergreifende Herangehensweise könnte sehr befruchtend sein, denn ein rein ökonomischer bzw. volkswirtschaftlicher Ansatz greift manchmal zu kurz. Gerade die betriebswirtschaftliche z.B. Innovations- aber auch Kultur-, Management- und Entrepreneurshipforschung haben in den letzten Jahren in diesem Feld wichtige Forschungsarbeit geleistet und neue Erkenntnisse geliefert.

Prof. Reinhard Strömer

Hochschule Bremen

Vielen Dank! Es war eine schöne Veranstaltung und ich hoffe, dass Du diese wichtige Arbeit im internationalen wissenschaftlichen Austausch fortsetzen kannst.

Prof. Dr. Martin Engstler

Hochschule der Medien, Stuttgart

Die Tagung hat verdeutlicht, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft auch international als zunehmend wichtiger Wirtschaftssektor und Innovationstreiber anerkannt wird und die Politik den Kreativbranchen vermehrt Aufmerksamkeit schenkt, nun auch in den USA. Die Kreativen selbst sind bereits schon auf vielfach internationaler Ebene aktiv und vernetzt, die Kleinteiligkeit der Branchen und deren Unternehmen scheint keine Internationalisierungsbarriere zu sein. Der Innovationsbeitrag der Kreativbranchen für andere Wirtschaftssektoren, die so genannte Spillover-Effekte, dürfen dabei nicht übersehen werden. Diese noch besser sichtbar zu machen und gezielt zu fördern stellt eine wichtige Fragestellung für künftige Konferenzen dar.

Prof. Dr. Nina Schneider

*Studiengangsmangement Music and Creative Industries
Popakademie Baden-Württemberg GmbH, Mannheim*

Ich möchte Ihnen für die sehr gelungene Tagung am vergangenen Freitag danken. Ich habe die Vorträge sehr genossen und viele interessante Anregungen für unseren Studiengang mitnehmen können.

Matthias Hornschuh

Komponist für film / tv / radio, Köln

Ich glaube, das war ein sehr gelungener Tag! Auch ich habe die Beteiligung als rege, engagiert und interessiert erlebt, und ich würde nicht sagen, dass das in diesem Umfang selbstverständlich ist.

Christina Schepper-Bonnet

Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft, Wirtschaftsförderung, Kultur- und Kreativwirtschaft

Es war wirklich eine sehr interessante und reichhaltige Veranstaltung. Und trotz des straffen Zeitplans war ich keine Sekunde der Informationen oder Diskussionen müde - im Gegenteil: Die moderierten Podien mit den kurzen Einschätzungen zum Vorgetragenen haben die Tragweite des Inputs jeweils noch deutlicher gemacht und vor allem auch die außenwirtschaftswissenschaftlichen Anschlussdiskurse verdeutlicht.

Lars Röher

Geschäftsbereich Kultur und Tourismus, Landeshauptstadt Dresden

Vielen Dank noch einmal aus Dresden für die wirklich gelungene Veranstaltung am vergangenen Freitag. Neue Sichtweisen und Tools zur Messung der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft im internationalen Diskurs lassen darauf hoffen, dass das Thema weiter vorankommt und entsprechende Früchte trägt. Ich wollte anfragen, ob es kurzfristig möglich einen Teil der Fachvorträge als pdf zur Verfügung zu stellen resp. einen Factsheet der VA zusammenzustellen, da wir morgen eine Fishbowl-Diskussion zur Kulturhauptstadtbewerbung Dresden für 2025 unternehmen und hier ganz besonders die Kultur- und Kreativwirtschaft als Treiber dieses Prozesses verstanden wissen wollen.

Joachim Kobuss

DesignersBusiness®, Berlin

Sehr interessant war der Einblick in die US-amerikanische Kulturforschung und deren Bewertungsansätze. Ebenso die globale Übersicht zur Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft und der globale Innovations-Index. Die an den Vorträgen anschließenden Podiumsdiskussionen haben wesentlich zum Verständnis beigetragen.

Das im letzten Vortrag am Nachmittag vorgestellte EFI-Gutachten zur Innovation durch Kultur- und Kreativwirtschaft ist – aus meiner Sicht – ein guter Ansatz. Allerdings ist im Vortrag und in der anschließenden Diskussion deutlich geworden, dass es noch Probleme mit den begrifflichen Abgrenzungen und Interpretationen gibt.

Nadine Weise

CultureConsult Leipzig

Auf der Konferenz wurde eindrücklich deutlich, dass die Branche mittlerweile international eine feste Wirtschaftsgröße ist. Deutlich wurde aber auch, dass es weit mehr als reine ökonomische Aspekte sind, die dazu geführt haben. Die Messung des gesamtgesellschaftlichen Nutzens wird die nächste große Herausforderung - von monetären Spillover-Effekten auf andere Branchen, dem Innovationsgehalt auf technischer und nicht-technischer Ebene aber auch der Messung weicher Faktoren, wie Image- oder Lebensqualitätssteigerung, durch die vielfältigen Produkte und Dienstleistungen der Branche. Darauf bin ich sehr gespannt und komme gerne wieder.

Katharina Uppenbrink

Initiative Urheberrecht Berlin

Vielen Dank für die äußerst vielseitigen und absolut notwendigen Vorträge und Diskussionen bei der „Fachkonferenz Kultur- und Kreativwirtschaft 2016“ – wir freuen uns schon auf die Fortsetzung!

Claudia Graband

Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH

Herzlichen Dank für die Einladung zu der interessanten Konferenz! Ich würde mich sehr für die Konferenzdokumentation interessieren.

5 Medienresonanz

5.1 GEMA

27. September 2016, CISAC präsentiert globale Studie zur Kultur- und Kreativwirtschaft auf internationaler Wissenschaftskonferenz

Die Frage, welche neueren Konzeptionen zur Kultur- und Kreativwirtschaft es im internationalen Raum gibt und welche Erkenntnis die Fachgemeinschaft in Deutschland insbesondere zu den Schlüsselthemen Digitalisierung und Innovation daraus ziehen kann, stand im Mittelpunkt einer Konferenz am 23. September, zu der das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes ins Bundeswirtschaftsministerium eingeladen hatte. Vorgestellt wurden die international wichtigsten Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft, welche Wissenschaftler, Regierungs- und Branchenvertreter anschließend gemeinsam diskutierten.

Kultur- und Kreativwirtschaft als Wachstumsmotor

Der internationale Dachverband der Autoren-Verwertungsgesellschaften CISAC (Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs) war als einzige Nichtregierungsorganisation mit einem Vortrag vertreten. Generalsekretär Gadi Oron präsentierte die gemeinsam mit EY erstellte Studie Cultural Times (2015), die erste Weltkarte zur Kultur- und Kreativwirtschaft. In geographische Zonen unterteilt zeigt die Studie auf, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren Sektoren Bildende Kunst, AV/Film, Presse, Medien, Literatur, Design, Architektur, Videospiele und Werbung einen massiven Beitrag zur Weltwirtschaft leistet und eine zentrale Antriebskraft für die digitale Wirtschaft ist:

Der Studie zufolge beträgt der Anteil der Kultur- und Kreativindustrie an der globalen Wirtschaftstätigkeit drei Prozent (2250 Mrd. US\$) im Jahr 2014 und übersteigt damit das Bruttoinlandprodukt von Indien (1900 Mrd. US\$). Das entspricht dem anderthalbfachen der Telekommunikationsdienste (1570 Mrd US\$).

Die Branche generiert weltweit 29,5 Mio. Arbeitsplätze. Dies entspricht einem Prozent der globalen Erwerbsbevölkerung und übertrifft die Gesamt-Beschäftigtenzahl der Automobilindustrie in Europa, Japan und den USA zusammen (25 Mio.). Die Beschäftigung von Frauen liegt in der Kultur- und Kreativwirtschaft tendenziell höher als in anderen Branchen.

Kulturelle und kreative Inhalte fördern darüber hinaus neue Geschäftsmodelle und Innovationen im Online-Bereich. Ihr direkter Beitrag zum weltweiten Internet-Handel belief sich im Jahr 2013 auf fast 200 Mrd. US\$.

Strategieziele zur Förderung der weltweiten kreativen Gemeinschaft

Im Ergebnis zeigt die Studie die Korrelation zwischen Urheberschutz, Kultur- und Kreativindustrie und wirtschaftlicher Entwicklung auf. Laut CISAC ergeben sich daraus entsprechende Schlussfolgerungen: Erstens seien rechtliche Rahmenbedingungen zum Schutze des Urheberrechts und Sicherung einer gerechten Urhebervergütung als Grundlage zur Förderung des Weltwirtschaftswachstums und zur Schaffung von Arbeitsplätzen essentiell. Zweitens sei es notwendig, eine bessere Partizipation von Kreativen an der Wertschöpfung in der digitalen Wirtschaft zu ermöglichen, indem das Ungleichgewicht ausbalanciert wird, das durch den Wertetransfer als Folge der Privilegierung von Online-Plattformen zu Lasten der Kulturschaffenden entstehe. Drittens sei eine umfassende Talentförderung wesentlich, damit die kreative Gemeinschaft auch weiterhin Innovationen liefern und Antrieb für zukunftsfähige Entwicklungen bleibe.

Internationales Umfeld

Die internationale Sicht auf die Kultur und Kreativwirtschaft wurde ergänzt durch zwei Vorträge von Vertreterinnen aus den Vereinigten Staaten. Bonnie Nichols (National Endowment for the Arts) stellte den NEA Guide to the U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account (2013) und den Arts Data Profile #9. The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account: 1998-2013 (2016) vor. Elizabeth Colger (U.S. Bureau of Economic Analysis) präsentierte eine Auswertung mit dem Titel Arts and Culture Grow at Faster Pace as BEA Takes its First Inflation-Adjusted Look (2016). Mit diesen Erhebungen wurde der Sektor in den USA erstmals statistisch erfasst.

Zum Thema Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft stellte Sacha Wunsch-Vincent von der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) den von der Cornell University, INSEAD and WIPO gemeinsam erstellten Global Innovation Index 2016 vor. (2016). In das Jahresgutachten der Expertenkommission für Forschung und Innovation ([EFI](#)) führte Christian Handke von der Erasmus-Universität Rotterdam ein. Die Kommission besteht aus sechs Wissenschaftlern, die im Auftrag der Bundesregierung einmal im Jahr ein Gutachten zu Forschung, Innovation und technologischer Leitungsfähigkeit Deutschlands vorlegt.

Ein Bericht in englischer Sprache befindet sich auf der Website der CISAC.

5.2 CISAC

CISAC Presents Landmark Cultural Times Study at 2016 Berlin Research Symposium on Cultural and Creative Industries. Hosted by the German Ministry of Economics, the Event Debated the Role of Culture in the Global and Domestic Economy

On 23 September, CISAC Director General Gadi Oron presented the results of the EY-prepared study “Cultural Times – The First Global Map of Cultural and Creative Industries” at the 2016 Berlin Research Symposium on Culture and Creative Industries (CCIs) upon the

invitation by the German government and CISAC member society GEMA. Hosted by the Federal Government's Centre for Excellence for the Cultural and Creative Industries as part of the Initiative for Cultural and Creative Industries at the Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, the symposium united creative industry, media, economic and scientific experts and professionals.

The day was organised into two sections; theoretical concepts and reports in the morning with the effect on cultural industries in the afternoon. During opening remarks, cultural research expert Michael Söndermann declared, "Government needs scientific input when we have to make decisions." He noted that CCIs are underestimated sectors with an importance that needs increased visibility and a strengthened international component. More specifically, he stated, "We need to establish a link between the creative industries and established sectors." The Federal Commissioner for Culture and Media Head of Office Günter Winands then put protection to the centre of the discussion, particularly with the challenges of technology, saying, "What we can do is come up with the right framework to make sure that [creation] is possible and creators are remunerated the right way."

When Söndermann introduced the agenda, he underscored the importance of CISAC's fact-based study "in order to provide an impetus internationally". The international confederation "shows that the developed and developing world are faced with the same challenges."

Providing the global view, Gadi Oron addressed attendees by providing the economic the evidence measured at a worldwide scale in the Cultural Times study. The 120-page study, launched in December 2015 at a press conference with UNESCO, established the data that explained the scope and value of the global creative industries. The results convey to policy-makers the importance of copyright-driven industries and the necessity to have strong laws to protect creation. Gadi Oron noted that in today's challenging market conditions "a lot of value is captured by intermediaries but is not shared. In that context, it is important to show the economic importance of the creative sector, in order to promote supportive policies."

Drawing the link regarding the economic benefit of CCIs, Gadi Oron underscored that "protecting creators is also about stimulating the economy" while drawing attention to the issue of transfer of value in the digital market and its negative effects. He declared, "We face powerful forces that constantly try to lower copyright protection to better serve their interests. We are witnessing a systemic and coordinated attack on copyright and creators' rights that are portrayed as a 'hindrance to innovation' when in reality, creation is innovation."

Oron underscored that the nature of the study was unprecedented in scope, coverage, integration of "enormous amounts of data, with personal stories" and its attempt to estimate the impact of CCIs to the global economy for the first time. "The results of this research was astounding, with CCIs providing jobs for almost 30 million people while generating 2,215 billion euros in revenues. This study showed the direct correlation between copyright protection, CCIs and economic development as well as the necessity for legal frameworks to protect and support them. Doing so would build an environment where investors know they can invest in culture and receive a return on investment."

Starting the panel discussion on the study's implications in Germany, Cornelia Dümcke of Culture Concepts reinforced the presentation, "We have to establish a framework where the diversity of culture is preserved. We have to overcome any inequality in the markets to

establish a level playing field.” The conversation in Germany had overlooked the value of CCIs, yet this trend has reversed with a newfound economic focus on these industries in recent years. Andreas Johannes Wiesand of Cultural Compendium continued discussing protection of creators. He stated, “There is an unequal situation in regards to employees in these various areas of cultural industries. What we can learn from this is that the share of employees in precarious job situations is much higher as compared to the rest of society. This should be reason for us to work harder and to deal with this to find solutions.” Finally, composer Matthias Hornschuh brought up disruption in the industries, confirming that “Value is created but not fed back. We have to urgently act and create a regulatory framework. We need to develop legal tools and instruments that go across boundaries.”

The presentation and panel discussion concluded with a Q&A session. During the session, several comments surrounded the surprise of learning that Asia-Pacific was measured as larger than Europe in size. In recent years, China had changed their approach to copyright protection after learning that the country has a local interest. Matthias Hornschuh reinforced China’s call to reinforce and protect domestic-produced creation. Andreas Johannes Wiesand echoed this, saying the “rethinking” process had taken place in the United States in the past.

Concluding, Gadi Oron provided attendees in Berlin with one key takeaway, “You see what supportive government legislation can do for the economics of cultural industries. When the government decides to support these industries, there are rewards not only in terms of culture, but also economic.”

Read the “Cultural Times – The First Global Map of Cultural and Creative Industries” study at worldcreative.org.

5.3 Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft

(kultur-kreativ-wirtschaft.de, Text PID/Geisen)

26.9.2016, Internationale Konferenz zur Kultur- und Kreativwirtschaft

Welche Konzepte zur Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es aktuell auf internationaler Ebene und welche Erkenntnisse kann die Fachgemeinschaft in Deutschland daraus gewinnen? Welche Ansätze bieten sich, um die eigenständige Innovationsrolle des Wirtschaftszweiges zu verdeutlichen? Und: Ist es möglich, im Rahmen kreativer Produktionsprozesse innovativ zu sein oder bleibt dies allein Technologieunternehmen überlassen?

Diese Fragen standen bei einer internationalen Fachkonferenz im Mittelpunkt, zu der das Kompetenzzentrum der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung am 23. September geladen hatte. Im Rahmen der Veranstaltung tauschten sich Angehörige von Regierungsorganisationen, Wissenschaftler und Branchenvertreter rund um den Status Quo und die Chancen der "Creative Industries" im 21. Jahrhundert aus. Die Konferenz fand im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie in Berlin statt.

Kultur- und Kreativwirtschaft als Wachstumsmotor

Selbstverständlich fanden auf der Fachkonferenz in Berlin auch die Stimmen der Urheber Gehör. Gadi Oron, Generalsekretär des internationalen Dachverbands der Verwertungsgesellschaften für Musikurheber (CISAC, International Confederation of Societies of Authors and Composers) stellte die Studie "Kulturzeit - Die erste Weltkarte für die Kultur- und Kreativwirtschaft" vor. In der von CISAC und der Beratungsgesellschaft EY erarbeiteten Analyse wurden erstmals globale Daten zur Wirtschaftskraft aus allen Sektoren der Kultur- und Kreativbranche umfassend aufgeschlüsselt.

Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft einen massiven Beitrag zur Weltwirtschaft leistet. Sie stellt zudem eine zentrale Antriebskraft für Wachstum und Beschäftigung dar, macht Städte attraktiver und verbessert die Lebensqualität sowohl in Industrieländern als auch in Schwellenländern. Die Gesamteinnahmen des Wirtschaftszweigs beziffert "Kulturzeit" mit 2.250 Milliarden US-Dollar - das entspricht 3 Prozent des Weltwirtschaftsprodukts. Durch ihre enorme Wirtschaftskraft sorgt die Kultur- und Kreativwirtschaft weltweit für 29,5 Millionen Arbeitsplätze. Das sind mehr Stellen, als die Automobilindustrie in Europa, Japan und den Vereinigten Staaten zur Verfügung stellt. Darüber hinaus stellt die Studie fest, dass die von der Branche erschaffenen kulturellen und kreativen Inhalte neue, innovative Geschäftsmodelle im Online-Sektor begünstigen. Der direkte Beitrag zum globalen Internet-Handel wird mit rund 200 Milliarden US-Dollar beziffert.

Um den wichtigen Wirtschaftsfaktor Kultur- und Kreativwirtschaft auch zukünftig zu unterstützen, formuliert "Kulturzeit" zudem eine Reihe von Strategiezielen. Dazu gehören die Schaffung rechtlicher Rahmenbedingungen zur Sicherung einer gerechten Urhebervergütung, eine bessere Beteiligung von Kreativen an der Wertschöpfung in der digitalen Wirtschaft sowie eine umfassendere Talentförderung.