

Ein Kreativpakt wird gefordert

Interview mit dem kulturpolitischen Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion

Siegmond Ehrmann

KuMi: Herr Ehrmann, die SPD-Bundestagsfraktion fordert einen Kreativpakt. Wer soll dabei mit wem paktieren und zu welchem Zweck?

Ehrmann: Der Begriff »Kreativpakt« umschreibt eine prozesshafte Initiative von Politik, Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft, der Wissenschaft und allen anderen, die ein Interesse daran haben, die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland stärker herauszuarbeiten und zu fördern. D.h. auch, der Kreativpakt steht allen offen, daran mitzuarbeiten. Das nun vorgelegte, gemeinsam von Kultur- und Kreativschaffenden und der Politik erarbeitete Konzept, ist ein Diskussionsangebot, das weiterentwickelt werden soll. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist unbestreitbar längst eine wirtschafts-, arbeitsmarkt- und technologiepolitische Schlüsselbranche an der hochproduktiven Schnittstelle zwischen Kreativität und Ökonomie. Sie wächst weiterhin dynamisch, auch während der Finanz- und Wirtschaftskrise. Der Kreativpakt versteht sich als eine Plattform, um gemeinsam nach Lösungen für Hemmnisse in dieser Entwicklung zu suchen und damit die Rahmenbedingungen zur Entfaltung der Kultur- und Kreativwirtschaft gezielt zu verbessern.

KuMi: Die wirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft wird seit 20 Jahren festgestellt und doch war der Euphorie immer auch Skepsis beigemischt. Die Probleme bei der definitiven Abgrenzung des Sektors waren offensichtlich und wenn man genauer hinsieht, zeigt sich ein differenzierteres Bild: Die großen Umsätze werden vor allem in der Software/Games-Industrie sowie dem Presse- und Werbemarkt gemacht, während die Filmwirtschaft, die Musikwirtschaft und der Kunstmarkt die hinteren Ränge bekleiden und auch keine besondere Dynamik entfalten. Mich erinnert das ein wenig an die Figur Tur Tur in Michaels Endes »Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer«. Ist die Kreativwirtschaft ein Scheinriese?

Ehrmann: In der Tat entwickeln sich die der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordneten Teil-

branchen unterschiedlich. Deshalb liegt es mir fern, ein übertrieben euphorisches Bild zu zeichnen. Man muss sich die durchaus beeindruckenden Zahlen sehr genau anschauen: rund eine Million Menschen arbeiten in den elf Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die einen Umsatz von rund 137 Milliarden Euro erzielt. Insofern spreche ich eher von einem schlummernden Riesen, dessen Potenziale wir in den nächsten Jahren zielstrebig entwickeln wollen. Es gibt nur wenige Wirtschaftssektoren in Deutschland, die eine solche Dynamik entfalten. Zudem genießen Produkte des Design, der Mode, der Architektur und des Films »made in germany« weltweit höchstes Ansehen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft unterstützt die Modernisierung und den Strukturwandel in Deutschland. Eine Industrieregion wie beispielsweise das Ruhrgebiet bekommt auf diesem Weg ein neues Gesicht. Neue Wirtschaftszweige und Wertschöpfungsketten bilden sich heraus.

Auf der anderen Seite zeigt sich eine deutlich andere Struktur der Beschäftigungsverhältnisse als in der klassischen Industrie. Hierin – und das betone ich ausdrücklich – liegen Reiz und Risiko zugleich: diese Beschäftigungsverhältnisse sind häufig befristet oder projektbezogen und selten dauerhaft ausgelegt sowie durch Tarifverträge und betriebliche Mitbestimmung geprägt. Viele Künstler und Kreative betrachten dies als Chance zur Selbstbestimmung und Weiterentwicklung. Doch der Reiz der individuellen Selbstentfaltung stößt oft und schnell auf harte Realitäten. Viele Kreative und Selbstständige müssen sich um ihr Auskommen und ihre soziale Absicherung sorgen. In dieser Hinsicht ist die Kultur- und Kreativwirtschaft Avantgarde und Labor zugleich. In dieser Branche erkennen wir sehr früh Herausforderungen für die Arbeits- und Sozialpolitik, die in einigen Jahren auch andere Branchen erreichen könnten.

Das Interessante dabei ist, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft auch jetzt schon Strategien entwickelt, damit umzugehen. Gleichwohl bleibt ein deutlicher politischer Handlungsbedarf, die gesetzlichen

Siegmond Ehrmann, MdB, ist kulturpolitischer Sprecher im Ausschuss für Kultur und Medien der SPD-Bundestagsfraktion.



Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass der Sozialstaat auch hier erfahrbar ist.

KuMi: Und dieses Potenzial soll Kulturpolitik mit ihren begrenzten Mitteln fördern?

Ehrmann: Ja, aber nicht nur die Kulturpolitik ist gefordert. Das Neuartige am Kreativpakt ist, dass er konsequent einen fach- und ressortübergreifenden Ansatz verfolgt. Gemeinsam mit den Akteuren haben wir die Felder identifiziert, in denen Handlungsbedarf besteht. So sind wir auf insgesamt sechs Themenfelder gekommen: Urheberrecht, soziale Sicherung, Kultur- und Wirtschaftsförderung, Bildungs- und Netzpolitik. Dementsprechend haben wir auch gearbeitet und Fachpolitiker der SPD-Bundestagsfraktionen aus all diesen Themenfeldern eingebunden. Diese haben dann gemeinsam mit den Kreativen zunächst ihr Themenfeld analysiert und darauf aufbauend Handlungsempfehlungen entwickelt. Das hat allen unheimlich viel Freude gemacht. Auf die Kulturpolitik bezogen, ist die Frage natürlich berechtigt. Kulturpolitik allein kann die Kultur- und Kreativwirtschaft nur bedingt voranbringen. Doch genau das ist ja auch das Reizvolle an diesem Thema. Auf diese Weise sucht sich die Kulturpolitik Verbündete in anderen Fachbereichen und macht sich auf diese Weise stark. Mit dieser Idee versteht sich der Kreativpakt auch als eine Bündelung von Interessen der Kultur- und Kreativschaffenden, denen es ansonsten bislang an gewichtigen Formen der Vertretung ihrer Interessen (aus unterschiedlichen Gründen) in Politik und Gesellschaft fehlt.

KuMi: Noch einmal zur Figur des Tur Tur. Wir wissen aus vielen Studien, dass gerade der Bereich der Kreativwirtschaft sehr kleinteilig ist. Solo-Selbstständigkeit und prekäre Existenzen prägen das Bild. Bei den atypischen Beschäftigungsverhältnissen, wie man Armut heute beschönigend nennt, soll die Kreativwirtschaft noch hinter dem Gaststättengewerbe rangieren. Ist das ein Ausdruck eines funktionierenden Marktes, eines ausgeglichenen Verhältnisses von Angebot und Nachfrage? Können wir vor diesem Hintergrund jungen Leuten noch ernsthaft eine »Karriere« in der Kreativwirtschaft empfehlen?

Ehrmann: Natürlich müssen wir die negativen Erscheinungen, insbesondere bezogen auf die wirtschaftliche und soziale Lage der Kultur- und Kreativschaffenden sehr ernst nehmen. Und das tun wir auch. Gerade deshalb haben die beiden Fragestellungen »Wie stabilisieren wir die Einkommen?« und

»Wie sichern wir die Lebensrisiken ab?« einen zentralen Platz in unserem Konzept. Die Entwicklung, die Sie in Ihrer Frage kritisch ansprechen, hat sich in den letzten Jahren durch Kürzungen in den Kultur-etats und das Auslagern von festen Stellen hin zu freier und projektbezogener Mitarbeit – Outsourcing – verschärft. Zudem hat die Digitalisierung bei allen positiven Effekten auch zu einer gravierenden Veränderung der Wertschöpfungsketten und damit zu erheblichem Kosten- und Anpassungsdruck bis hin zur Selbstausbeutung in der Kultur- und Kreativwirtschaft beigetragen. Studien der Berufsverbände und wissenschaftliche Expertisen weisen angesichts der geringen Einkünfte und fehlender Vorsorge auf die Gefahr eines enormen Armutsrisikos bei vielen Kultur-, Medien- und Kreativschaffenden hin.

Gerade deshalb haben wir es für wichtig erachtet, neben den Problemen im Bereich der sozialen Absicherung auch die wirtschaftliche Lage und damit die Einkommenssituation der Kultur- und Kreativschaffenden in den Blick zu nehmen. Das Urheberrecht, insbesondere das Urhebervertragsrecht ist hierbei ein wichtiger Hebel, um Einkommen aus der Verwertung künstlerischer und kreativer Arbeit zu ermöglichen.

Der Hauptstadtkulturfonds ist für uns ein hervorragendes Beispiel, wie eine aktivierende Kulturförderpolitik kleinteilige und innovative Projekte gezielt fördern und dadurch die Kulturlandschaft anregen und vitalisieren kann. Deshalb schlagen wir vor, zusammen mit den Ländern in zehn anderen Städten und Regionen entsprechende Förderstrukturen mit je 10 Millionen Euro Budget einzurichten.

Umso schwerer fällt es ins Gewicht, dass bei dem enormen Handlungsdruck im weiten Feld des Urheberrechts von der aktuellen Bundesregierung nichts kommt. Natürlich besteht eine der größten Herausforderung im digitalen Zeitalter darin, angemessene Vergütungsformen und -wege für die Verwertung künstlerischer und kreativer Arbeit zu

finden. Doch bloß weil es schwierig ist, darf es nicht ungelöst bleiben. Kultur- und Medienschaffende wollen von ihren kreativen Leistungen leben, die ihr Eigentum sind.

Zu empfehlen ist eine »Karriere« in der Kultur- und Kreativwirtschaft allemal, bietet sie doch ein spannendes, attraktives und innovatives Arbeits- und Berufsumfeld. Hier können Menschen auch jenseits der formalen Angestelltenkultur ihre Ideen verwirklichen, können künstlerisch und kreativ tätig sein und den sozialen Aufstieg schaffen. Auch deshalb sind Frauen in der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich häufiger selbstständig tätig, insgesamt sind die Möglichkeiten einer erfolgreichen Gründung weniger von formalen Voraussetzungen abhängig, als in anderen Branchen.

KuMi: Nun haben wir das Problem der schlechten Bezahlung und der drohenden Altersarmut nicht nur

in der Kreativwirtschaft. Viele Künstler in allen Sparten sind davon betroffen und insbesondere die kulturellen Akteure der Sozio- und OFF-Kultur, die in den letzten drei Jahrzehnten viel zur kulturellen Belebung Deutschlands beigetragen haben. Kann es sein, dass auch in der Kulturpolitik etwas aus dem Ruder gelaufen ist?

Ehrmann: Eindeutig ja. Betrachtet man die Kulturetats von Bund, Ländern und Kommunen über die letzten zehn Jahre, so lässt sich hier ein Anstieg erkennen. Das ist zunächst einmal positiv, jedoch wird sich diese Entwicklung auch aufgrund der Schuldenbremse so nicht fortsetzen und letztlich kommt bei vielen Kultur- und Kreativschaffenden – die zugegebenermaßen auch immer mehr geworden sind – nur wenig davon an. Wir haben das im Kapitel Kulturförderung genauer betrachtet und kommen zu dem Schluss, dass neben der notwendigen Förderung der kulturellen Infrastruktur auch die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren Ideen und Konzepten berücksichtigt werden müssen. Hier lässt sich eine Unwucht erkennen.

Der Hauptstadt Kulturfonds ist für uns ein hervorragendes Beispiel, wie eine aktivierende Kulturförderpolitik kleinteilige und innovative Projekte gezielt fördern und dadurch die Kulturlandschaft anregen und vitalisieren kann. Deshalb schlagen wir vor, zusammen mit den Ländern in zehn anderen Städten und Regionen entsprechende Förderstrukturen mit je 10 Millionen Euro Budget einzurichten. Zudem sollten bestehende, fest institutionalisierte Strukturen (»einmal gefördert, immer gefördert«) durch Instrumente von Governance und Kulturentwicklungsplanung diskursiv und konzeptionell betrachtet werden, auch um Freiräume für Neues und Innovatives zu gewinnen.

Diese Diskussion, die auch eine Debatte über die Ziele öffentlicher Kulturförderung beinhaltet, sollte offensiv geführt werden. Das ist vor allem auch ein Appell an die Kulturakteure selbst, gilt aber ebenso stark für diese. Dabei schreit es aus allen Ecken und Enden danach, die knapper werdenden Mittel künftig noch gezielter einzusetzen.

KuMi: Der Begriff der Kreativität hat gegenwärtig eine erstaunliche Konjunktur. Nicht nur in Deutschland, sondern auch auf europäischer Ebene wird er nachgerade als kultureller deus ex machina gehandelt, als eine Ressource, die nicht versiegt, als ein Kapital, auf das wir angewiesen sind, um im globalen »Kulturkampf« (Frédéric Martel) bestehen zu können. Die EU will die Kulturförderung zusammen mit dem MEDIA-Programm und einem neuen Garantiefonds zur Unterstützung der Kreativ-

wirtschaft in ein Programm mit dem Titel »Kreatives Europa« zusammenfassen, um Wachstum und Beschäftigung zu sichern. Wird einem da als Kulturpolitiker nicht auch angst und bange, dass die eigentlichen Ziele der Kulturpolitik, die alten Werte der Neuen Kulturpolitik wie Emanzipation, Selbstbestimmung, Humanität, Identität und natürlich auch die Frage, wie wir in Zukunft leben wollen, unter die Räder kommen?

Ehrmann: Der Hinweis auf Kreativität als Ressource oder Rohstoff ist berechtigt und wird auch im Kreativpakt gegeben. Gleichwohl bleiben die Wertvorstellungen der Neuen Kulturpolitik richtig. Kulturpolitik ist Gesellschaftspolitik: es geht um Teilhabe und die Befähigung eines jeden Einzelnen.

Die Kulturpolitiker aller Parteien haben sich im Deutschen Bundestag und im Bundesrat sehr kritisch zu der von Ihnen benannten Zusammenlegung der Förderprogramme unter dem Dach des »Kreativen Europas« geäußert. Der Eigenwert von Kunst und Kultur, die individuelle und gesellschaftliche Reflexion in künstlerischen Formen darf nicht dem Ökonomischen untergeordnet werden. Es geht in der Kultur- und Kreativwirtschaft um den schöpferischen Akt, der im Mittelpunkt steht. Das bedeutet auch, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft das selbstbestimmte Arbeiten und Leben des Einzelnen und seine Selbstverwirklichung befördert. Jedoch

Kulturförderung ist auch Katalysator für die Ideen, von denen Kultur- und Kreativwirtschaft lebt.

müssen die Rahmenbedingungen dies auch ermöglichen, sonst wird die Rede von der Selbstbestimmung zynisch. Insofern sind Ideen und Kreativität mehr noch als

andere Ressourcen mit dem Menschen verbunden und keinesfalls unerschöpflich. Diese beiden Aspekte zusammengedacht – der kreative und künstlerisch schaffende Mensch im Mittelpunkt und Kulturpolitik als Gesellschaftspolitik, kann die Diskussion über die Kultur- und Kreativwirtschaft die Kulturpolitik stärken.

Dabei darf die Kulturpolitik ihren »Markenkern« natürlich nicht vergessen. Kulturförderung, insbesondere aus öffentlichen Mitteln hat eine Verantwortung für das, was wir kulturelle Infrastruktur nennen – also Musikschulen, Bibliotheken, soziokulturelle Zentren und andere Einrichtungen, in denen sich kreative Begabungen entfalten können. Diesen Eigenwert von Kunst und Kultur zu fördern und zu schützen, ist die Aufgabe öffentlicher Kulturförderung. Gleichwohl – und darum geht es uns darüber hinaus – unterstützt und stärkt sie Kultur- und Kreativschaffende darin, ihre Projekte zu realisieren und dadurch Kultur zu schaffen. Kulturförderung ist somit auch Katalysator für die Ideen, von denen Kultur- und Kreativwirtschaft lebt.