

Fördersituation der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Bundesländern

Bericht der Ad-hoc Arbeitsgruppe „Kulturwirtschaft“ für die Wirtschaftsministerkonferenz am 14./ 15. Dezember 2009 in Lübeck

1. Einleitung

Die Wirtschaftsministerkonferenz hat erstmals in ihrer Herbstsitzung 2003 eine länderoffene Arbeitsgruppe beauftragt, Vorschläge, insbesondere zur Abgrenzung des Begriffs "Kulturwirtschaft" und zum Aufbau einer bundesweiten Kulturwirtschafts-Datenbank zu unterbreiten. In der Herbstsitzung 2007 wurde der Auftrag an die länderoffene Ad hoc Arbeitsgruppe dahingehend konkretisiert, dass sich die Arbeitsgruppe unter Beteiligung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie auf eine länderübergreifend einheitliche Definition und Abgrenzung der Begriffe Kultur- und Kreativwirtschaft auf Basis der amtlichen Statistiken einigen sollte und sich nachfolgend dem Erfahrungsaustausch zur Anpassung von Förderinstrumenten sowie der Entwicklung von Handlungsempfehlungen für die Kultur- bzw. Kreativwirtschaft widmet.

Zur Frühjahrssitzung 2008 wurde seitens der Ad hoc Arbeitsgruppe die Einigung auf eine einheitliche wie auch europaweit anschlussfähige Definition und Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft vorgelegt und von der Wirtschaftsministerkonferenz beschlossen. Mit der vereinbarten Definition und Abgrenzung ist erstmals in Deutschland eine Vergleichbarkeit der Wirtschafts- und Beschäftigungsdaten der Kernbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft zwischen den Ländern gegeben.

Ebenfalls in 2008 vergab die Bundesregierung im Rahmen ihrer Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft ein Gutachten zur Erhebung der Förderbedarfe der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der kulturwirtschaftlichen Daten auf nationaler Ebene.

Auf Initiative einiger Länder wurde zusätzlich Ende 2008 ein Pilotprojekt „Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kultur- und Kreativwirtschaft“ vergeben, welches die Erstellung eines Leitfadens zu den statistischen Grundlagen sowie die Aufbereitung der Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft einiger Länder umfasste und damit eine wichtige Grundlagen für die Fortschreibung und Aktualisierung der Daten in den Ländern schaffte. Der Leitfaden liegt nunmehr vor, bietet Modelle für unterschiedliche Datenverfügbarkeiten und soll allen Bundesländern, Regionen und Städten zur Aufbereitung und Fortschreibung kulturwirtschaftlicher Daten zur Verfügung gestellt werden.

Mit dem Leitfaden, der Anwendung des Grundmodells in dem Bundesbericht sowie in der Auswertung für die Länder wurde eine Basis für die einheitliche Darstellung und Fortschreibung der Wirtschafts- und Beschäftigungsdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland gelegt.

2. Synopse zu Förderinstrumenten für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Die beigegefügte Synopse über den Status der länderseitigen Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft wie auch die ausführlicheren anschließenden Reports von 13 Ländern (ohne Niedersachsen/ Saarland/ Thüringen) machen deutlich, dass sich einige Bundesländer bereits über einen längeren Zeitraum mit dem Thema Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigen, während andere das Thema – abgesehen von den Bereichen Film/ Medien und Design – nach und nach erschließen und sich in der Regel zunächst auf die Heranführung der Kleinunternehmen an die fördernden Institutionen wie auf Sensibilisierung bei Förder- und Finanzinstitutionen für die Bedarfe der Kultur- und Kreativwirtschaft konzentrieren.

Zu den Herausforderungen der Förderpolitik im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen:

- 94% der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland sind Kleinunternehmen, in einzelnen Ländern liegt die Zahl sogar deutlich darüber,
- Deutliche Zunahme der freiberuflich Tätigen und Mikrounternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in den vergangenen Jahren, die durch die bisherige Kommunikation der Länder kaum mehr erreicht werden,

- Vernetzungsdefizite zwischen Kleinunternehmen wie auch kleinen und mittelständischen Unternehmen auf der einen Seite und potentiellen Nachfrageunternehmen auf der anderen Seite,
- Wenig teilmarktübergreifender Austausch und Wissenstransfer,
- Wenig teilmarkt- bzw. zielgruppenbezogene Kommunikation der Förderinstrumente.

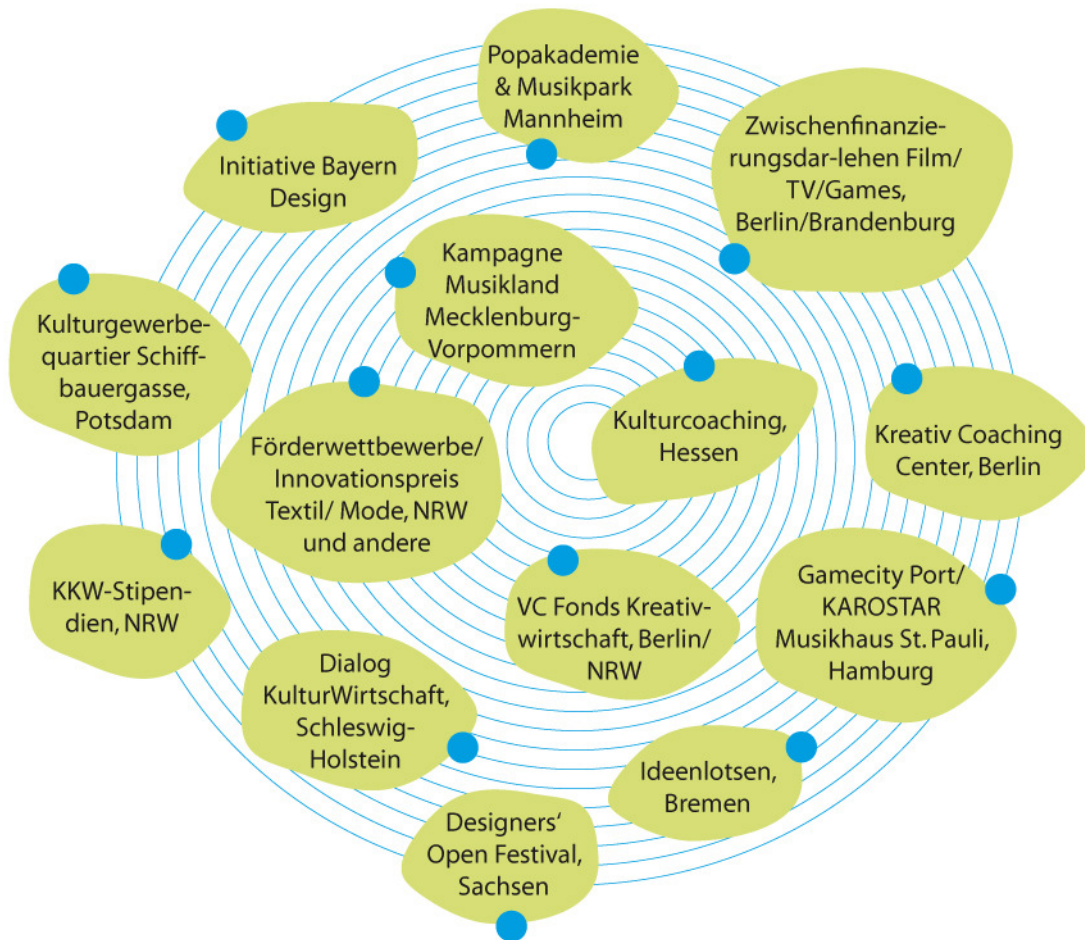
Charakteristika der Kultur- und Kreativwirtschaft¹

Die nachfolgende Grafik zeigt die Besonderheiten des Querschnittssektors Kultur- und Kreativwirtschaft auf und veranschaulicht, warum neben der Öffnung der allgemeinen Wirtschaftsförderinstrumente auch spezielle Ansätze – zumindest in der Kommunikation und Vernetzung– sinnvoll sein können:



¹ Vgl. CBC Studie für BMWI/ BKM 2009, Seite 86

Anbei vorab eine Auswahl an Best Practise Beispielen zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft aus den Bundesländern, die in den nachfolgenden Reports ausführlicher beleuchtet werden:



Der Bericht enthält in dem folgenden Kapitel außerdem Informationen zu den vorhandenen und geplanten Förderinstrumenten zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft auf der Ebene der einzelnen Bundesländer.

3. Reports der Bundesländer zu Förderinstrumenten für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Vorbemerkung:

Die inhaltliche Verantwortung für die nachfolgenden Beiträge liegt bei den jeweiligen Bundesländern.

BADEN-WÜRTTEMBERG

Organisatorische Aufstellung

In Baden-Württemberg wird die Kultur- und Kreativwirtschaft im Wirtschaftsministerium schwerpunktmäßig in den Referaten Dienstleistungswirtschaft/ Finanzierung der Wirtschaft sowie Telekommunikation, Medien und Wissensgesellschaft bearbeitet. Darüber hinaus wird die Kultur- und Kreativwirtschaft als eine typische Querschnittsbranche in die Mittelsstands- und Gründungspolitik sowie in die Clusterpolitik und das Standortmarketing von den hierfür jeweils zuständigen Referaten einbezogen. Eine ressortübergreifende Abstimmung erfolgt mit dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, des Weiteren die laufende Abstimmung mit der MFG Medien- und Filmgesellschaft.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

In Baden-Württemberg erwirtschafteten im Jahr 2006 in der Kultur- und Kreativwirtschaft 151.000 Erwerbstätige in über 28.000 Unternehmen rund 18 Mrd. Euro Umsatz. Damit erreicht die Zahl der Selbständigen und Unternehmen in den 11 Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 6,6% an der Gesamtwirtschaft des Landes; der Umsatzanteil erreicht 2,2% und der Anteil der Erwerbstätigen 3,6% an der Gesamtwirtschaft des Landes. In ergänzenden kulturwirtschaftlichen Teilmärkten sind in Baden-Württemberg fast 3.700 Erwerbstätige im Kunsthandwerk, rund 1.500 in der Herstellung von Musikinstrumenten und über 35.859 Erwerbstätige im Druckgewerbe beschäftigt.

Ausrichtung der Förderpolitik

Baden-Württemberg unterstützt Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft schwerpunktmäßig mit Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur und der Rahmenbedingungen, der Information und der Aus- und Weiterbildung sowie mit den Programmen der einzelbetrieblichen Mittelstandsförderung. In den letzten Jahren wurden Einrichtungen gegründet oder ausgebaut, die Unternehmen, Freiberuflern oder Existenzgründern langfristig als Multiplikatoren, Gründerzentren oder Aus- und Weiterbildungseinrichtungen zur Verfügung stehen. Beispiele sind Design Center Stuttgart, Filmakademie Baden-Württemberg, Musikpark Mannheim oder Popakademie Baden-Württemberg.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Die wichtigsten Mittelstandsförderprogramme, mit denen auch Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft unterstützt werden, sind:

- GuW-Gründung und Festigung, Starthilfe Baden-Württemberg
- GuW-Mittelstandskredit, Liquiditätshilfeprogramme
- Bürgschaftsprogramme der Bürgschaftsbank Baden-Württemberg und der L-Bank. Spezielles Angebot für die Filmwirtschaft
- Beteiligungsangebote der MBG Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg GmbH und der L-Bank (u.a. Risikokapitalfonds, seed-fonds Baden-Württemberg, L-EA Venture Fonds und L-EA Mittelstandsfonds)
- Geförderte Beratungsangebote für mittelständische Industrie-, Handwerks- und Dienstleistungsangebote, z.B. Verlagsgewerbe
- Bundesweite Gründerinnenagentur (bga), die von der Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge (ifex) Baden-Württemberg geleitet wird und zu deren Schwerpunktthemen die Kultur- und Kreativwirtschaft zählt
- Innovationsgutscheine für kleine Unternehmen zur Planung, Entwicklung und Umsetzung neuer Produkte, Produktionsverfahren oder Dienstleistungen (Designstudien, Service Engineering)
- Förderprogramm Coaching (ESF, RWB, 2007-2013)
- Förderprogramm Veranstaltungen (ESF, RWB, 2007-2013), z.B. zur Stärkung der Innovationsfähigkeit von KMU

- Außenwirtschaftsförderung, z.B. Exportberatungs- und Exportförderprogramm, Gruppenbeteiligungen an Auslandsmessen, Markterschließungsmaßnahmen im Ausland.

So hat beispielsweise das RKW Baden-Württemberg im Zeitraum 2003 bis 2008 ca. 450 Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit insgesamt 41.000 Beschäftigten im Rahmen der Mittelstandsförderung des Landes individuell betreut und beraten. Dazu gehören die bis zu fünftägige Beratung in der Vorgründungsphase, die zweitägige Kurzberatung zu allgemeinen betriebswirtschaftlichen Themen für bestehende Unternehmen und das über ESF geförderte Landescoaching bis zu 15 Tagen pro Themenbereich für Innovation, systematische Personalentwicklung und Unternehmensübergaben. Die Verteilung auf die einzelnen Teilmärkte spiegelt eine im Jahr 2006 von der GMA durchgeführte telefonische Befragung in der Region Stuttgart wider. Die Zahl der Betriebe des Teilmarktes Software/Games rangiert deutlich an erster Stelle, gefolgt vom Bereich Werbung und der Designwirtschaft.

Seit Mitte 2005 werden für Gründungen in den Freien Berufen Erst- und Kurzberatungen des Instituts für Freie Berufe an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg e.V. (IFB) im Rahmen der Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge (ifex) des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg gefördert. Die Beratungen finden in Form von Sprechtagen und Messeteilnahmen in Baden-Württemberg sowie durch telefonische bzw. schriftliche Bearbeitung von Anfragen am Sitz des IFB statt. Im Jahr 2008 wurden ca. 100 Sprechtage und über 1000 telefonische und schriftliche Beratungen durchgeführt. Ca. die Hälfte der Sprechtage fand in Stuttgart statt, die weiteren in Freiburg, Heilbronn, Karlsruhe, Mannheim und Reutlingen. Ca. 10% der Beratenen sind der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen. Aufgrund der positiven Resonanz wird das Angebot weitergeführt.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Nach Teilmärkten

- Musikwirtschaft
 - Der Musikpark Mannheim unterstützt als Gründer- und Dienstleistungszentrum junge Unternehmen der Musikwirtschaft mit der Bereitstellung von Büros und Gemeinschaftseinrichtungen (z.B. Tonstudio) sowie mit einem branchen- und gründungsspezifischen Beratungs- und Qualifizierungsangebot.
 - Die Popakademie Baden-Württemberg ist eine in ihrer Konzeption deutschlandweit einzigartige Ausbildungs- und Beratungseinrichtung für Popmusik (siehe Best Practise-Beispiel)
- Buch- und Pressemarkt
 - Stuttgarter Buchwochen und Karlsruher Bücherschau sowie Kalenderschau
- Film- und Rundfunkwirtschaft
 - Die MFG Medien- und Filmgesellschaft GmbH Baden-Württemberg hat die Aufgabe, den Medienstandort Baden-Württemberg und die Filmkultur zu stärken und zu fördern: die MFG Medienentwicklung unterstützt die IT- und Medienwirtschaft mit über 100 regionalen und überregionalen Projekten in den Schwerpunkten Innovationsförderung und Technologietransfer, Cluster- und Netzwerkmanagement, Öffentlichkeitsarbeit, Informationsbereitstellung sowie Standortentwicklung und -marketing. Die MFG Filmförderung unterstützt den Filmstandort Baden-Württemberg und die Clusterentwicklung Filmwirtschaft.
 - Aufgabe der Filmakademie Baden-Württemberg ist die projektbezogene Ausbildung, die Forschung und Entwicklung im Bereich Filmgestaltung und Medienproduktion.
 - fmX, Internationale Konferenz für Animation, Effekte, Echtzeit und Content, Trickfilmfestival, Landesmedienpreis der Landesanstalt für Kommunikation
- Markt für darstellende Künste
 - Die Akademie für Darstellende Kunst Baden-Württemberg rundet mit ihrem Konzept der interdisziplinären Ausbildung im Schnittpunkt von Bühne und Film das Ausbildungsangebot des Landes im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ab. Die enge Verknüpfung von Theater und Film ist durch den intensiven Austausch mit der benachbarten Filmakademie gewährleistet.
 - Das Festspielhaus Baden-Baden besitzt nationale und internationale Ausstrahlung und ist zu einem wichtigen Wirtschafts- und Imagefaktor für die Stadt Baden-Baden geworden.

- Designwirtschaft
 - Das ohne eigene wirtschaftliche Interessen arbeitende Design Center Stuttgart ist das Kompetenzzentrum des Landes Baden-Württemberg für Design und kreative Dienstleistungen. Das Design Center Stuttgart gibt dem Mittelstand Impulse, die professionelle Gestaltung von Produkten, Dienstleistungen, Prozessen und Unternehmensauftritten zu nutzen.
- Software-/ Games-Industrie
 - Softwarezentren unterstützen Gründer und junge Unternehmen im IT-Bereich.

Teilmarktübergreifende Maßnahmen

- Das Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe ist eine weltweit einzigartige Kulturinstitution. Es reagiert auf die schnelle Entwicklung der Informationstechnologien und den Wandel der sozialen Strukturen. In seiner Arbeit vereint das ZKM Produktion und Forschung, Ausstellungen und Veranstaltungen, Vermittlung und Dokumentation.
- Das Projekt „Kulturland Baden-Württemberg“ hat das Ziel, mit einer verbesserten Kooperation ein konzertiertes Marketing von regionalen öffentlichen und privaten Kultur- und Tourismuseinrichtungen sowie Unternehmen herbeizuführen. Das Spektrum der Angebote reicht von Jazzfestivals über klassische Konzerte bis hin zu Filmfestspielen, Kunstausstellungen, Veranstaltungen in Freilichtmuseen oder Theateraufführungen.
- Baden-Württemberg ist Mitglied im Internationalen Netzwerk „Districts of Creativity“ und richtet vom 30. November bis 3. Dezember 2009 – im Europäischen Jahr der Kreativität und Innovation – das Creativity World Forum aus.

Handlungsbedarf bei Förderinstrumenten? Welche neuen Förderinstrumente sind geplant?

Baden-Württemberg wird das bestehende und bewährte Instrumentarium der Mittelstandsförderung für die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft noch stärker nutzbar machen. Noch bestehende Hemmnisse im Zugang und in der Nutzung der Programme sollen beseitigt und Defizite der Unternehmen in der Kenntnis der Förderprogramme durch Bereitstellung von Informationen abgebaut werden. Neue einzelbetriebliche Förderinstrumente für die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind auf Landesebene derzeit nicht geplant.

Best Practise Beispiele

Filmakademie Baden-Württemberg

Zweck und Aufgabe der 1991 gegründeten Filmakademie Baden-Württemberg GmbH in Ludwigsburg ist die projektbezogene Ausbildung, die Forschung und Entwicklung im Bereich Filmgestaltung sowie Film- und Medienproduktion. Die im Jahr 2000 gegründete Film- und Medienfestival gGmbH fördert insbesondere die Durchführung herausragender Film- und Medienereignisse wie die Europäische Kurzfilmbiennale Ludwigsburg, das Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart und den deutschen Wirtschaftsfilmpreis.

Die Filmakademie gehört zu den renommierten Ausbildungsstätten für Film und Medien in Deutschland und genießt auch international einen guten Ruf. An der Filmakademie in Ludwigsburg ist als Pendant zur französischen Filmhochschule La Fémis, Paris, seit 2001 zusätzlich die Deutsch-Französische Filmakademie/Masterclass, ein einjähriges Weiterbildungsprogramm für Stoffentwicklung, Finanzierung, Produktion, Vertrieb und Marketing für den europäischen Filmmarkt, angesiedelt. 2002 wurde das Institut für Animation, Visual Effects und digitale Postproduktion als selbständiger Teil der Filmakademie Baden-Württemberg gegründet. Das Institut veranstaltet jährlich die weltweit beachtete fmx, Internationale Konferenz für Animation, Effekte, Echtzeit und Content.

Popakademie Baden-Württemberg und Musikpark Mannheim

Der Musikpark Mannheim unterstützt als Gründer- und Dienstleistungszentrum der Musikwirtschaft junge Unternehmen der Branche durch die Bereitstellung von Büros und Gemeinschaftseinrichtungen (z.B. Tonstudio) sowie ein branchen- und gründungsspezifisches Beratungs- und Qualifizierungsangebot. Ende 2007 waren insgesamt 47 Unternehmen mit 120 Arbeitsplätzen, davon

16 Ausbildungsplätze im Musikpark ansässig. Die Zusammensetzung der Unternehmen ist vielfältig und deckt die gesamte Verwertungskette der Musikwirtschaft ab. Etliche Unternehmen haben neben dem Musikwirtschaftsbezug auch eine Verbindung zur IT-Branche. Mehreren Existenzgründern des Musikparks ist es schon nach drei Jahren gelungen, sich in erheblich größere Räumlichkeiten außerhalb des Musikparks zu expandieren.

Die Popakademie Baden-Württemberg ist eine in ihrer Konzeption deutschlandweit einzigartige Ausbildungs- und Beratungseinrichtung für Popmusik und Musikwirtschaft. 2006 konnte der planmäßige Aufbau des Studienbetriebs (Studiengänge „Musikbusiness“ und „Popmusikdesign“) auf drei Jahrgänge abgeschlossen werden. Im Wintersemester 2007/08 waren ca. 180 Studierende eingeschrieben. Im Jahr 2007 wurden im Bereich der berufsbegleitenden Fort- und Weiterbildung 21 Seminare mit über 240 Teilnehmern angeboten.

Inzwischen hat sich das so genannte Mannheimer Modell (Musikpark, Popakademie und kommunale Popförderung) etabliert und Mannheims Stellung in der Bundesrepublik als Popstadt mit einem wirtschaftlichen Kompetenzcluster gefestigt. Durch das enge räumliche und fachliche Zusammenwirken der Popakademie mit dem Musikpark werden Synergieeffekte erzielt. So können die Studenten der Popakademie im Rahmen ihrer Ausbildung das Tonstudio, die Proberäume und die Veranstaltungsflächen des Musikparks mitnutzen. Nach erfolgreichem Studienabschluss besteht für sie die Möglichkeit, sich im Musikpark in dem ihnen bereits vertrauten Umfeld selbständig zu werden. Nach Schätzung der Stadt Mannheim wurden durch die Popakademie im Jahr 2006 ca. 12 und danach jährlich ca. 4 bis 5 Existenzgründungen angestoßen. Die enge Kooperation des Musikparks mit der Popakademie ist zudem Anziehungspunkt für die Ansiedelung weiterer Firmen aus der Musikwirtschaft – u.a. private Radiosender mit rund 50 Mitarbeitern.

BAYERN

Organisatorische Aufstellung

Angelegenheiten der Kultur- und Kreativwirtschaft werden in Bayern von verschiedenen Ressorts betreut. Für den erwerbswirtschaftlichen Bereich der „Kultur- und Kreativwirtschaft“ liegt die Gesamtkoordination federführend beim Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie. Speziell für den Teilbereich Medienwirtschaft liegt die Zuständigkeit bei der Bayerischen Staatskanzlei. Das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst stellt ebenfalls ein umfangreiches Förderinstrumentarium für die Kulturwirtschaft bereit - sowohl die Unterstützung kultur- und kreativwirtschaftlicher Tätigkeit mit Gewinnerzielungsabsicht als auch die die Unterstützung sonstiger Aktivitäten von nichtstaatlichen Trägern der Kulturarbeit in Bayern betreffend. Letzteres geht zwar über die hier angewandte Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft hinaus, ist, was, die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Erzielung von Umsätzen mit Kulturarbeit angeht, aber ebenfalls von wirtschaftlicher Bedeutung.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

In Bayern waren im Jahr 2006 mit insgesamt rund 52.900 Unternehmen 8,6 % aller bayerischen Unternehmen in der Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft registriert. Diese Unternehmen beschäftigten dabei knapp 175.200 sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter, was einem Anteil von 4,3% aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten in Bayern entspricht.

Um eine umfassende und detaillierte Darstellung der Strukturen des Kultur- und Kreativwirtschaftsbereichs und seiner einzelnen Teilbranchen zu ermöglichen, soll in Bayern noch in dieser Legislaturperiode ein umfassender Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht erstellt werden. Dabei soll das vorhandene Datenmaterial gründlich aufbereitet werden und gegebenenfalls auch weitergehende Erhebungen durchgeführt werden.

Ausrichtung der Förderpolitik

In Bayern existiert ein umfangreiches Förderinstrumentarium zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Unterstützungsmöglichkeiten sind teilweise speziell auf die entsprechenden Zielgruppen ausgerichtet (z. B. Atelierförderprogramm), teilweise handelt es sich um generelle Förderprogramme, die auch den Erwerbstätigen in der Kreativ- und Kulturwirtschaftsbranche offen stehen (z. B. Coachingprogramm für Existenzgründer).

Generell rückt das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft zunehmend stärker in den Fokus bei der zukünftigen wirtschaftspolitischen Ausrichtung des Landes Bayern. Auf Grundlage des geplanten umfassenden Kultur- und Kreativwirtschaftsberichts soll daher auch die mittel- und langfristige Strategie zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern weiterentwickelt und ausgebaut werden.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Sämtliche branchenunabhängige Förderprogramme der Bayerischen Staatsregierung stehen auch Unternehmen und Gründern der Kultur – und Kreativwirtschaft offen. Hierzu zählen auch Bürgschafts- und Darlehensprogramme.

- Bürgschaftsprogramme und Haftungsfreistellungen der LfA, www.lfa.de
- Kreditprogramme
 - Startkredit, Startkredit 100
 - Investivkredit, Investivkredit 100
 - Universal-, Regional-, Ausbilderkredit
 - Mittelstandskreditprogramm
- Existenzgründung
 - Informationsportal für Existenzgründer: www.startup-in-bayern.de
 - Bayerisches Coachingprogramm für Gründer in der Vorgründungsphase

- Gründeragenturen als erste Anlaufstellen
- Messebeteiligungsprogramm
- Markterschließungs- und Kooperationsprojekte
 - Individuelle Beratung „Go International“ zur Markterschließung
 - Bayern Fit for Partnership
 - Delegations- / Unternehmerreisen, Delegationsbesuche
- Netzwerke
 - Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern
 - Wirtschaftsverbände
 - Existenzgründernetzwerk
 - Internationale Netzwerke
 - Bayerische Auslandsrepräsentanzen

Der Freistaat Bayern wird auch künftig das bewährte Förderinstrumentarium für die Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft bereitstellen. Der Schwerpunkt zukünftiger Handlungsaktivitäten wird daher weniger auf die Schaffung neuer Förderprogramme für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, sondern vielmehr darauf gelegt werden, durch gezielte Informationsaktivitäten eine hohe Inanspruchnahme bestehender Unterstützungsleistungen zu gewährleisten. Zudem soll die Vernetzung und Stärkung der Organisation der Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter forciert werden.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

- Darlehen/Zuschüsse
 - Filmfernsehfonds Bayern
 - Bayerischer Bankenfonds (beschränkt auf Film- und Fernsehbereich)
 - Designförderung
 - Katalogförderung/Debütantenförderung (Förderung der ersten Einzelausstellung junger bildender Künstler)
 - Ankaufprogramm für Werke bayerischer Künstler
 - Förderung von Ausstellungen und Symposien
 - Atelierförderprogramm
 - Förderung von Privatmusikinstitutionen
 - Förderung einer „Bayerischen Akademie des Schreibens“
 - Paris / USA – Stipendien für junge Künstler
 - Arbeitsstipendien für Schriftstellerinnen und Schriftsteller und literarische Übersetzer
 - Filmtheaterförderung
- Messen, z.B. Hong Kong Music Fair (s. auch Best-Practise-Beispiel)
- Plattformen /Cluster
 - Plattform „Bayern Design“
 - Cluster „Medien“ (Teilcluster „Audiovisuelle Medien“, „Druck- und Printmedien“)

- Wettbewerbe/Preise
 - Bayerischer Staatspreis für Nachwuchsdesigner
 - Bayerische Kunstförderpreise
 - Preis an einen bayerischen Kleinverlag
 - Jean-Paul-Preis (Literaturpreis)
 - Programmprämien für Kinos
 - Bayerischer Filmpreis
 - Bayerischer Fernsehpreis
 - Internationaler Buchpreis „CORINE“
 - Bayerischer Printmedienpreis

- Broschüren/ Kulturwirtschaftsberichte/ Internetseiten
 - „Kulturstaat Bayern“
 - „Aviso“ (Informationszeitschrift zu kulturwirtschaftlichen Belangen)
 - Interpellation zur Kulturwirtschaft 2001 in Bayern
 - Kreativ – und Kulturwirtschaftsbericht (geplant)
 - Diverse Broschüren zum Thema „Design“
 - Internetseite Kulturwirtschaft, www.stmwfk.bayern.de, Rubrik „Kunst“

- Internationale Netzwerke z.B. Internationale Bodensee Konferenz

Best-Practise-Beispiele

Preis an einen bayerischen Kleinverlag

Der mit 5.000 Euro dotierte Preis wird erstmals im November 2009 verliehen als Anerkennung für Verlage, die mit Mut zum unternehmerischen Risiko hochqualitative Nischen im Buchmarkt besetzen. Der Preis wird vom Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst in Kooperation mit dem Börsenverein, dem Landesverband Bayern und dem Literaturhaus München verliehen. Die Initiative des Ministeriums hat bereits zu Synergien geführt: Über das vom Ministerium dotierte Preisgeld hinaus spendiert der Börsenverein dem ausgezeichneten Verlag einen Stand auf der Münchner Bücherschau und zwei kostenlose Fortbildungen.

Messebeteiligung an der „Hong Kong Music Fair“

Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie erfasst in seinen außenwirtschaftlichen Fördermaßnahmen auch die Unternehmen aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Bereits zum zweiten Mal präsentierten sich 2009 neun Unternehmen der bayerischen Musikwirtschaft auf der Hong Kong Music Fair im Rahmen einer Bayerischen Gemeinschaftsbeteiligung. Die bayerische Beteiligung wurde von der Bayern International GmbH in Zusammenarbeit mit der IHK organisiert. Teilnehmen konnten alle Hersteller von Musikalien, Musikelektronik, Musikinstrumente, Musikzubehör und Musikverlage aus Bayern. Im Anschluss an die Musikmesse wurde den Ausstellern eine Unternehmerreise – als „Fact Finding Mission“ - nach Guangzhou in der Volksrepublik China angeboten.

BRANDENBURG

Organisatorische Aufstellung

Die Federführung für die Kultur- und Kreativwirtschaft auf der Ebene der Landesregierung des Landes Brandenburg ist bei dem Ministerium für Wirtschaft verankert. Für den nicht gewerblichen Teil liegt die Verantwortung im Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur. Beide Häuser stimmen sich in nahezu allen Belangen eng untereinander ab.

Enge Arbeitsstrukturen zwischen beispielsweise der Wirtschafts- sowie Filmförderung, der Landesbank, der IHK, der Stadt Potsdam sowie weiteren Akteuren existieren ebenfalls bereits und werden weiter im zielorientierten Rahmen ausgebaut.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

Die Kultur- und Kreativbranchen des Landes Brandenburg gelten als die Märkte der Zukunft; die im Jahr 2006 mit rund 3.500 Unternehmen und mit knapp 14.000 Erwerbstätigen über ein hohes Maß an wirtschaftlichen Potenzialen verfügen - darunter seit Jahren kontinuierlich steigende Zahlen von freiberuflich Tätigen. Mit einer Bevölkerungsdichte von 86 Einwohnern je km² ist Brandenburg nach Mecklenburg-Vorpommern das am dünnsten besiedelte Bundesland. Schon deshalb zählt die Brandenburger Kulturwirtschaft zwangsläufig zu den kleineren regionalen Kulturmärkten in Deutschland. Dennoch können sich die Zahlen sehen lassen und Wachstumspotenziale sind vorhanden.

	Unternehmen	Umsätze in Mio. €	Erwerbstätige	Darunter SV-Beschäftigte	Geringfügig Beschäftigte
Musikwirtschaft u. Kunstmarkt	231	21	750	519	111
Darstellende Künste	374	31	852	478	164
Rundfunkwirtschaft	289	41	869	580	38
Buchmarkt	235	54	651	416	105
Filmwirtschaft	397	75	1.845	1.448	246
Design	471	75	1.216	745	396
Architekturmarkt	624	90	1.965	1.341	256
Werbewirtschaft	698	123	1.683	985	909
Pressemarkt	351	144	2.181	1.830	499
Software-/ Gamesindustrie	531	156	2.797	2.266	257
Sonstige	149	27	326	177	53
Gesamt (Doppelzählung)	4.350	838	15.135	10.785	3.033
Gesamt (ohne Doppelzählung)	3.467	717	13.344	9.877	2.587

In der gesamten Querschnittsbranche wurden im Jahr 2006 knapp 800 Mio. Euro erwirtschaftet. Der regionalisierte Umsatz weist rund 1.900 Mio. Euro aus.

Von den Beschäftigtenzahlen steht die Software/Gamesbranche mit knapp 2.800 Erwerbstätigen und einem Anteil von rund 20 Prozent an der Spitze der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft. Neben der Gamesindustrie liegt bei der Umsatzentwicklung mit enormen Steigerungsraten auch die Designbranche im Spitzenfeld.

Die Film- und Rundfunkwirtschaft zählen ebenfalls zu den wichtigen Beschäftigungsmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Brandenburg.

Die Branche hat in Brandenburg in den letzten Jahren erhebliche Zuwächse erfahren, auch wenn das Land im Bundesvergleich noch unterhalb dem Durchschnitt liegt: In den Jahren 2000 bis 2006 ist die Unternehmenslandschaft in der Kulturwirtschaft um 16,3 % gewachsen, in den Kreativwirtschaftsteilmärkten um 19,3 %. Damit wächst diese Querschnittsbranche fast doppelt so schnell wie die gesamte Wirtschaft im Land Brandenburg (rd. 10% zwischen 2000 und 2006).

Ausrichtung der Förderpolitik

Im Land Brandenburg existieren vielfältige Unterstützungsinstrumentarien. U.a. werden Zuschüsse, Darlehen sowie Zwischenfinanzierungsinstrumente im Land Brandenburg als monetäre Förder- und Finanzierungsinstrumentarien angeboten. An vielen Programmen können auch Kultur- und Kreativschaffende partizipieren. Der spezifische Förder- bzw. Unterstützungsbedarf der Kultur- und Kreativwirtschaft ist aus Sicht des Wirtschaftsministeriums bisher noch nicht explizit erfasst. Überlegungen existieren, weitere Öffnungen/ Erweiterungen von Förderungsprogrammen vorzunehmen.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Folgende allgemeine **Wirtschaftsförderinstrumente** können durch die Kultur- und Kreativbranche genutzt werden:

- Zuschüsse
 - - Richtlinie im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe (GA-G und GA-I / EFRE 2007-2013)
 - - Forschung und Entwicklung
 - - Innovations- und Außenwirtschaftsassistenz/-assistentinnen für KMU
 - - Management, Marketing, Messen und Markterschließung (M4)
 - - Impulsprogramm
 - - Nachhaltige Stadtentwicklung - Förderung von KMU
 - - Richtlinie zur Förderung von Kompetenzentwicklung in Kunst und Kultur (ESF 2007-2013)
- Darlehen
 - - GA-Nachrangdarlehen
 - - Gründungs- und Wachstumsfinanzierung
 - - Brandenburg-Kredit für den Mittelstand
- Beteiligungen
 - - BC Brandenburg Capital GmbH
 - - BFB Beteiligungsfonds Brandenburg GmbH
 - - KapitalBeteiligungsgesellschaft für das Land Brandenburg GmbH – KBB
 - - Seed Capital Brandenburg GmbH – SCB
 - - Risikokapitalfonds für kleine und mittlere Technologieunternehmen
 - - Hasso Plattner Ventures Management GmbH

Im Jahr 2006 sind vorwiegend Förderanträge im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe eingereicht und bewilligt worden, darunter waren die Teilmärkte Filmwirtschaft, Pressemarkt sowie Software/Games am stärksten vertreten. Bei einem Investitionsvolumen in Höhe von rd. 8,7 Mio. EUR wurden rd. 3 Mio. EUR Zuschüsse bewilligt (Zahlen lt. Investitionsbank des Landes Brandenburg).

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

- **Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH**
 - Speziell die Filmwirtschaft kann über die o.g. Instrumentarien hinaus Förderungen beim Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH beantragen. Stoff- u. und Projektentwicklungen, Produktion, Verleih und Vertrieb werden in Projektpaketen gefördert. Außerdem werden Präsentationen von Filmen auf Messen und Festivals unterstützt und seit gut zwei Jahren bietet das Medienboard ein Pilotprogramm für die Förderung von Gamesentwicklungen (s. auch Berlin).

- **Zwischenfinanzierung von TV- und Filmproduktionen**
 - Mit der Zwischenfinanzierung wird eine Unterstützung den Produktionsunternehmen der Film- und TV-Branche, insbesondere bei unzureichender Liquiditätsversorgung durch den Geschäftsbankensektor geboten. Es ist ein Programm, das die ILB in Zusammenarbeit mit der IBB aufgelegt hat. Antragsberechtigt sind Produktionsunternehmen (im Einzelfall auch Games-Pilotprojekte) mit Sitz in Brandenburg und Berlin oder deutsche Produktionsgesellschaften, die einen wesentlichen Teil in der Medienregion Berlin-Brandenburg realisieren (s. auch Berlin).
- **IQ-Kulturgewinn**
 - Das Qualifizierungsprojekt „Kulturgewinn“ bietet Coachingmaßnahmen für Kulturschaffende für ein sehr geringes Teilnehmerentgelt an. Projektträger ist der iq consult e.V., der aus Geldern des Landes Brandenburg und des Europäischen Sozialfonds finanziert wird. Innerhalb des ersten Jahres wurden über „Kulturgewinn“ mehr als 50 Kulturschaffende beraten und gecoacht, die meisten von ihnen begleitete der Verein über mehrere Monate und bei verschiedenen Projektideen.
 - Ein besonderes Ergebnis des Projektes ist der in Deutschland einzigartige Hörspielbahnhof im Kaiserbahnhof Joachimstahl.

Best Practise Beispiele

Medienstadt Babelsberg

Die Hauptstadtregion hat sich in den letzten Jahren zum Filmstandort Nummer 1 in Deutschland entwickelt. Dazu hat wesentlich die Filmförderung beider Länder in Kombination mit der positiven Entwicklung der Medienstadt Babelsberg beigetragen. An diesem Standort konzentriert sich im Film und TV-Bereich die Medienbranche im Land Brandenburg. Das fx.Center und das Zentrum für Film und Fernsehen wurden vor rund 10 Jahren mit Mitteln des Landes Brandenburg und der Stadt Potsdam errichtet. Dadurch konnten durch mietgünstige kleine Gewerbeeinheiten vielfältige Medienschaffende in die Medienstadt gezogen werden.

Die Errichtung des neuen Guido-Seeber-Haus, das ebenfalls mit Unterstützung des Landes und der Stadt Potsdam errichtet wurde, dient der weiteren Ansiedlung von innovativen KMU. Entscheidender Standortvorteil der Medienregion ist, dass sich das kreative Personal immer mehr in der Hauptstadtregion konzentriert, ein vielfältiges Ausbildungsangebot, das derzeit konzeptionell weiter ausgebaut wird, sowie ein gut durchmischtes kreatives Umfeld vorhanden ist.

Kulturgewerbequartier Schiffbauergasse

Die Schiffbauergasse umfasst mehrere Kultureinrichtungen – vom städtischen Theater, über Freie Träger der Soziokultur, bis hin zu Kulturinitiativen, Kunstgalerien, Tanzschulen und anderen kreativen Angeboten sowie Unternehmen, die der Kreativbranche zuzuordnen sind (Software/Design). Das Projekt ist als ganzheitliches Areal für die Kultur- und Kreativbranche (öffentlich und gewerblich) geplant und umgesetzt worden.

KUNST-FABRIK Cottbus

Das Modellprojekt der KUNST.FABRIK in Cottbus verfolgte das Ziel, durch die Vernetzung von Ressourcen und Kompetenzen aus Kunst und Kultur die wirtschaftliche Entwicklung, insbesondere im Cottbuser Raum, zu stärken. Rund 60 Künstler/innen sowie 20 kleine und mittelständische Unternehmen konnten während des Projektzeitraumes die Angebote für ihre Kompetenzentwicklung und Professionalisierung nutzen. Auch nach der Projektphase werden in diesem Sinne Allianzen zwischen Kunst und Wirtschaft in der Praxis umgesetzt.

BREMEN

Organisatorische Aufstellung

Um die Aktivitäten im Aufgabenbereich Kultur- und Kreativwirtschaft im Land zusammen zu führen, arbeiten die Ressorts in einer gemeinsamen Arbeitsstruktur. Auf diese Weise können wirtschaftliche Aspekte genauso berücksichtigt werden, wie städtebauliche und kulturelle. Die Verzahnung der Aktivitäten und ein strukturierter Informationsaustausch führen zu einer höheren Effizienz und der Vermeidung von Reibungsverlusten. Ziel ist es, in Bremen eine ressortübergreifende Strategie zur Kultur- und Kreativwirtschaft zu etablieren.

Zur Zeit arbeitet Bremen an einem neuen Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier werden neben der empirischen Betrachtung die bisherigen Studien zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft zusammengefasst. Parallel werden Aktivitäten wie Netzwerktreffen und strategiebildende Maßnahmen weiterentwickelt, Plattformen aufgebaut, so dass nicht nur Berichte existieren sondern gleichzeitig eine lebendige Struktur in Bremen entwickelt wird.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

Mit insgesamt 716,6 Mio. Euro und 9.762 Erwerbstätigen im Jahr 2006 leistete die Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen einen wesentlichen Beitrag zur regionalwirtschaftlichen Entwicklung. Im Vergleich mit dem Ernährungsgewerbe und der Tabakverarbeitung wurden im Jahr 2006 annähernd gleiche Beschäftigungszahlen erreicht (Beschäftigte in Betrieben mit mehr als 50 tätigen Personen = 8545 Personen). Dies macht die außerordentliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft transparent. Die Umsätze der Kultur- und Kreativwirtschaft sind mit 640 Mio. Euro sogar höher als in der Verarbeitung von Kaffee und Tee.

Die damit verbundene Beschäftigung machte einen Anteil von 3,3% der in Bremen insgesamt Erwerbstätigen aus. Im Bundesschnitt (2008) lag der Erwerbstätigenanteil auch bei 3,3%. Der Umsatzanteil mit 2,5% übertraf allerdings das Bremer Ergebnis.

Mit einem Anteil von rund einem Drittel (27%) der Umsätze und der Erwerbstätigen (33%) ist der Teilmarkt der Software/ Gamesindustrie am stärksten im Wirtschaftsbereich Kultur- und Kreativwirtschaft vertreten.

Ausrichtung der Förderpolitik

Das Land Bremen verfolgt folgende Ziele im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft:

- **Entwicklung neuer am Markt erfolgreicher Produkte**
Förderung der Zusammenarbeit von wirtschaftsnahen, marktorientierten Dienstleistungsunternehmen der Kreativwirtschaft (Design, Werbung, Marketing, Architektur, PR, Fotografie, Film- und Medienwirtschaft) mit Unternehmen der „klassischen“ Branchen (im Bereich der Schwerpunktthemen der Bremischen Wirtschaft und Wissenschaft, z. B. Luft- und Raumfahrt, Robotik, Umweltwirtschaft).
Hier sollen die entsprechenden Akteure der Kreativwirtschaft als „Innovationstreiber“ mittels Beratung dazu beitragen, innovative Ideen zu generieren und erfolgreich am Markt zu positionieren.
- **Aus Kreativen werden Unternehmer**
Professionalisierung von Unternehmen (Bereiche der „kreativen Szene“ mit Marktpotenzial, z.B. Hochschulabsolventen und Jungunternehmer aus dem kreativen Umfeld, Gestalter, Freie Architekten, Videokünstler etc.) mit dem Ziel, mehr unternehmerische Wertschöpfung aus dem kreativen Potenzial dieser Unternehmen zu generieren. Die kreative Szene wird als ein aus unterschiedlichen Branchen bestehender eigenständiger und als eine sich in der Entwicklung befindliche „Community“ gesehen.
- **Moderne Stadtentwicklung**
Attraktivität für den Wirtschafts- und Lebensstandort ausbauen und qualifiziertes Personal in Bremen halten. Den Standort durch ein urbanes, innovatives, aufgeschlossenes Klima insgesamt attraktiver für Hochqualifizierte und Unternehmen machen, im Sinne der Entwicklung „kreativer Milieus“. Mit dem wirtschaftsförderpolitischen Ansatz können

entsprechende Prozesse initiiert, begleitet und einzelne Projekte umgesetzt werden. Es bedarf darüber hinaus jedoch einer langfristigen ressortübergreifenden Strategie.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Das Land unterstützt Kultur- und Kreativunternehmen im Rahmen seiner vielfältigen Förderprogramme wie z. B. Innovations-, Investitions-, Beratungs- und Existenzgründungsförderung, Krediten, Beteiligungen oder Bürgschaften.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

▪ **Plattform Wilhelm-Wagenfeld Haus**

Es besteht eine enge Kooperation zwischen dem Design Zentrum und dem Wilhelm Wagenfeld – Haus. Ziel ist es, im Rahmen des Profils des Hauses ein Programm anzubieten, das überregionale Aufmerksamkeit hervorruft und den Dialog zwischen Unternehmen und kreativen Partnern unterstützt. Dabei sollen neben herausragenden nationalen und internationalen Beispielen regionale Akteure der Kreativwirtschaft einbezogen werden, um das Wilhelm-Wagenfeld-Haus zu einer Kommunikationsplattform der Kreativwirtschaft zu entwickeln.

▪ **„Ideenlotsen“ Gründungs- und Professionalisierungsberatung für kreative Unternehmen**

Im Frühjahr 2007 wurde ein Beratungsprogramm zur Management- und Organisationsentwicklung der Kreativwirtschaft mit dem Schwerpunkt E-Entertainment und E-Culture aufgelegt. Das Unternehmen CBC (Creative Business Consult) wurde mit der Umsetzung des Programms beauftragt. Im Rahmen der Beratungen und Workshops werden Unternehmensprozesse analysiert und Unternehmensstrategien entwickelt. Im Gegensatz zu anderen Beratungsangeboten steht weniger die Vermittlung von Wissen im Vordergrund, sondern die eigene Reflektion und die praktische Unterstützung des Markteintritts. In einem Zeitraum von rund einem Jahr sind über 150 Erstberatungen und 83 Einzel-Coachings durchgeführt worden. Im Ergebnis sind 53 Arbeitsplätze entstanden. Das Projekt soll fortgesetzt werden. Neben regionalen Erfolgen konnte mit diesem Instrument auch eine hohe Aufmerksamkeit auf Bundesebene erzielt werden.

▪ **Einzelbetriebliche Förderung von Forschung, Entwicklung und Innovation**

Mit der Förderung von Forschung, Entwicklung und Innovation sollen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen des Landes bei der Erhöhung ihrer Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit unterstützt werden. Sie sollen angeregt werden, über die Entwicklung innovativer Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen ihre technologische und wirtschaftliche Kompetenz durch Innovationssprünge zu erweitern, um hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen und zu sichern. Die Förderung soll helfen, das technische und wirtschaftliche Risiko zu mindern, zu Kooperationen mit bremsischen Forschungseinrichtungen animieren und die Unternehmen zu größeren Anstrengungen in Forschung und Entwicklung anzuregen.

▪ **Beratungsinitiative (Dialogförderung)**

Seit Anfang 2008 wird ein Beraterpool eingesetzt, der die Zusammenarbeit zwischen kreativen wirtschaftsnahen Dienstleistern und den Unternehmen klassischer Branchen intensivieren und neue Geschäftsmodelle stimulieren soll. Im Rahmen dieser Beratungen wird das Portfolio der Unternehmen analysiert, konkrete Maßnahmen zur Innovation identifiziert und eine Umsetzung vorbereitet.

▪ **Clustermanagement und Netzwerkaktivitäten**

Seit Anfang 2008 ist eine „Community-Managerin“ beauftragt, den Bereich Medien- und Kreativwirtschaft analytisch und konzeptionell zu betreuen. Dabei werden Kontakte zu Unternehmen aufgebaut, Kooperationen zu Wissenschaftseinrichtungen vermittelt und Veranstaltungen organisiert, um die Bedarfe der Kreativwirtschaft und der Anwenderbranchen zu analysieren und Unterstützungsmaßnahmen abzustimmen. Das Management soll die Zugänge zu Förderprogrammen des Bundes und der EU erleichtern. Aufbau und die Pflege der Kontakte zu den kreativen Unternehmen werden „über Formate wie den Web 2.0 Montag“, die etablierten „Nordmedia Talks“, die „IT & Medien Stammtische“, I2B Veranstaltungen sowie Informationsveranstaltungen und Symposien realisiert. Darüber hinaus soll über das Community-Management das Image Bremens als Standort der Medien- und Kreativwirtschaft auch außerhalb Bremens gestärkt werden.

- **Mikrodarlehen**

Für kleine Unternehmen der Kreativwirtschaft werden unbürokratisch niederschwellige, kurz- und mittelfristige Finanzierungsmöglichkeiten für Projekte in Form von Mikrokrediten bereitgestellt, um die Unternehmen bei der Überbrückung von Investitions- und Liquiditätsgapen zu unterstützen.

Für alle Aktivitäten der Kreativwirtschaft wird aufgrund der begrenzten finanziellen Ressourcen verstärkt auf Kooperation und die Nutzung von Synergien gesetzt. Alle Aktivitäten bedürfen einer zentralen strategischen und operativen Steuerung, um über eine zunehmende Verzahnung der Aktivitäten die notwendigen Synergien erarbeiten zu können.

Best Practise Beispiele

Urban Screen – Vom Videokünstler zur Agentur

Das Unternehmen Urban Screen bietet mit der sog. Lumentekur das Angebot Architektur passgenau mit Videos und filmischen Sequenzen zu bespielen. Das Projekt ist bundesweit einzigartig und findet große Resonanz bei Kultur und Wirtschaft.

Creative City Challenge (Interreg IV B North Sea Region)

Ziel des Projekts ist das Identifizieren, Entwickeln und Testen von Instrumenten im Bereich Kreativwirtschaft zur Schaffung wettbewerbsfähiger und innovativer Regionen um die Nordsee.

Zur Förderung von Kreativität und Innovationen in der Nordsee-Region hat das Projekt drei Handlungs-Ebenen: Das einzelne kreative Unternehmen, die Vernetzung und Zusammenarbeit kreativer Unternehmen untereinander und mit traditionellen Wirtschaftsbereichen und die Einbindung der Kreativwirtschaft in die Stadtentwicklung. Neben dem internationalen Erfahrungsaustausch beinhaltet das Projekt zahlreiche Angebote und Pilotanwendungen um die Führungsstrukturen in jungen Unternehmen zu festigen und neue Geschäftspartner zu finden. Ebenso ermöglicht es Maßnahmen, um weniger innovative Wirtschaftsbereiche für neue Produkte und Verfahren zu öffnen.

HAMBURG

Organisatorische Aufstellung

Auf Verwaltungsseite sind in Hamburg fast alle für die Betreuung der Kulturwirtschaft relevanten Einheiten seit 2008 in der Behörde für Kultur, Sport und Medien zusammengefasst. Eine aufwendige, ressortübergreifende Koordinierung entfällt somit. Für bestimmte Handlungsfelder - z.B. für die Bereiche Qualifizierung oder Finanzierungsinstrumente - wird anlass-/maßnahmenbezogen mit den zuständigen Resorts Kontakt aufgenommen.

Darüber hinaus sind für Teilbranchen - teilweise auf Basis von Public-Private-Partnership (PPP)-Modellen - Netzwerke aufgebaut worden. Hierzu zählen beispielsweise

- die Initiative Hamburg@work, der neben der Stadt gut 600 Unternehmen der IT- und Medien-Branche angehören und die sich ca. je zur Hälfte aus öffentlichen und privaten Mitteln finanziert;
- hamburgunddesign: die Initiative der Stadt ist die zentrale Anlauf-, Koordinierungs- und Serviceeinrichtung für die Branche;
- die FilmFörderung Hamburg/Schleswig-Holstein GmbH, der Nukleus des Netzwerkes der Film- und Fernsehschaffenden und ihrer einschlägigen Dienstleister in Hamburg und Schleswig-Holstein;
- die Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft, der sowohl große, international agierende Musikunternehmen wie auch zahlreiche kleine Firmen sowie Freiberufler angehören und die sich als Ansprechpartner für die übergreifenden Themen der Hamburger Musikwirtschaft versteht.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

In 2006 waren rund 13.300 steuerpflichtige Unternehmen der Hamburger Kreativwirtschaft registriert. Die Umsätze der Hamburger Kreativwirtschaft lagen in 2006 bei 15,1 Mrd. €. In 2006 waren zudem rund 61.000 Menschen sozialversicherungspflichtig in den Kreativwirtschaftsbranchen beschäftigt.

Ausrichtung der Förderpolitik

In Hamburg sind in den letzten Jahren für die Kreativwirtschaft folgende Ziele erfolgreich verfolgt worden:

1. Stärkung der Teilbranchen.
2. Ausbau der branchenübergreifenden Aktivitäten

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Neben den genannten speziellen Förderinstrumenten können Unternehmen der Kreativwirtschaft auch auf die Angebote der allgemeinen Wirtschaftsförderung zurückgreifen. Hierzu zählen u.a.

- Ausfallbürgschaften
- Beteiligungskapital der BTG Beteiligungsgesellschaft Hamburg mbH
- Programm für Existenzgründung und Mittelstand
- Förderprogramm der Innovationsstiftung
- Gründerfonds
- Ideenfonds
- Hamburger ExistenzgründerInitiative

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Stärkung der Teilbranchen

- **Audiovisuelle Medien, u.a.**
 - Förderinstrumentarium der Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein
 - Location Büro
 - Filmfest Hamburg
 - Gründung einer länderübergreifenden Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
 - NewTV-Förderung
- **Musikwirtschaft, u.a.**
 - Gründerzentrum (Karostar - s.a. Bestcase Study)
 - Gemeinsame kulturelle und wirtschaftliche Förderung der Branche: Live Concert Account, RockCity Hamburg e.V., Clubkombinat Hamburg e.V., Reeperbahn Festival, Reeperbahn Campus, Initiative Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM)
- **Games-Branche, u.a.**
 - Förderprogramm für die Erstellung von Prototypen
 - Gemeinschaftsstände auf Messen
 - Spezifische Vernetzungsinstrumente („Speed-Dating“)
 - Kooperationen mit den Hochschulen in Form von Ringvorlesungen
- **IT-Branche, u.a.**
 - Gemeinschaftsstand auf der CeBIT von Unternehmen, Hochschulen und Verwaltung
 - Thematische Arbeitskreise bei Hamburg@work, z.B. Security
 - Hamburger IT-Strategietage für IT-Anwenderunternehmen
- **Design, u.a.**
 - Regelmäßige Branchentreffs und Veranstaltungen der Initiative hamburgunddesign

Branchenübergreifende Aktivitäten

Übergreifende Themen und Maßnahmen orientieren sich an den konkreten Bedarfen der Beteiligten und werden schwerpunktmäßig an Schnittstellen mit hohem Synergiepotential organisiert. Beispielhaft zu nennen sind

- **Veranstaltungen**
 - Hamburger Mediendinner
 - Internationaler Mediendialog Hamburg
 - Hamburger IT-Strategietage für IT-Anwenderunternehmen
 - Neptun Crossmedia Award
 - Bitfilm-Festival
 - Workshop Games & Film
 - Workshop Games & Werbung
 - Arbeitskreise Future Logistics und AV-Medien bei Hamburg@work
 - Netzwerkübergreifende Kommunikation, z.B. in Newslettern, auf Websites
- **Services**
 - Delegationsreisen, z.B. im Rahmen des Projekts „TIMES China-Network“
 - Medienstiftung Hamburg Schleswig-Holstein zur Förderung der Aus- und Weiterbildung
 - Service Digitale Arbeit, als Informations- und Beratungsstelle

Handlungsbedarf bei Förderinstrumenten?/ Welche Förderinstrumente sind geplant?

Unter anderem sollen die Anstrengungen im Bereich der Ausbildung und Qualifizierung weiter forciert werden. So wird der Mediacampus Finkenau weiter ausgebaut und mit den Medienschwerpunkten anderer Hochschulen und privater Einrichtungen, wie der Miami Ad School, weiter vernetzt.

Fortgesetzt wird auch die Entwicklung weiterer Themenimmobilien. Derzeit wird gemeinsam mit der Branche ein Designzentrum „designxport“ entwickelt.

Die Instrumente der Musik- bzw. Musikwirtschaftsförderung werden ergänzt bzw. überarbeitet, z. B. im Bereich Live-Musik-Clubs und Ausbau relevanter Teilmärkte.

Zur besseren Koordination der Teilbranchen ist die Gründung der Hamburg Kreativ GmbH eingeleitet worden. Nach gegenwärtigem Stand wird ihr Aufgabenprofil folgende Punkte umfassen:

- Ansprechpartner für Kreative, insbesondere für diejenigen, die sich von den vorhandenen Netzwerken nicht angesprochen und nicht vertreten fühlen.
- Marketing für das Kreativcluster
- Übergreifende Vernetzung der Teilmärkte der Hamburger Kreativwirtschaft
- Unterstützung bei der Suche nach Räumlichkeiten
- Information über Aus- und Fortbildungsangebote
- Entwicklung weiterer branchenspezifischer Förderangebote

Best Practise Beispiele

KAROSTAR Musikhaus St. Pauli

Der KAROSTAR ist als Themenimmobilie/Gründerzentrum für Unternehmen mit Schwerpunkt Musikwirtschaft konzipiert. Der Wirtschaftsbereich ist durch eine polare Struktur von wenigen international agierenden Majors auf der einen Seite und einer Vielzahl kleiner und Kleinstunternehmen auf der anderen Seite gekennzeichnet. Er ist weiterhin geprägt von einer sehr hohen Innovationsdynamik sowie von starken Interdependenzen mit anderen Bereichen der Kulturwirtschaft. In diesem komplexen ökonomisch-kulturellen Feld bietet der KAROSTAR eine spezifische Entwicklungsplattform für Kooperationen und Innovationen.

Das KAROSTAR Musikhaus St. Pauli ist ein innovatives Projekt zur Förderung von Unternehmen und benachteiligten Quartieren sowie von Unternehmenskultur und Unternehmensbewusstsein. Der KAROSTAR stellt mit 33 Büros, Produktionsstudios und Läden für junge Unternehmen ein besonderes Projekt dar, dessen Ansatz über den üblicher Gründerzentren hinausgeht.

Das Gebäude und dessen Infrastruktur sowie das Umfeld des Projektes sind ausgerichtet auf die spezifischen Strukturen und Bedürfnisse von Kleinunternehmen in der Musikwirtschaft. Das KAROSTAR Musikhaus bietet optimale Arbeitsbedingungen für junge Unternehmen und Gründer aus der Musikbranche:

- günstige Mieten,
- einen szenenahen Standort,
- die Imagewirkung einer gemeinsamen Adresse,
- eine gemeinsam genutzte Infrastruktur, vom Konferenzraum bis zum zentralen Treffpunkt mit Küche - und
- nicht zuletzt ein anregendes Umfeld mit Unternehmen aus der eigenen Branche.

Das Projekt fördert damit Selbsthilfe und Selbstorganisation der beteiligten Unternehmen. Mit dem Projekt wird die Fitness und das Clusterpotenzial kleiner und jungen Unternehmen im Bereich der Musikwirtschaft verbessert.

„Gamecity Port“

Im April 2008 wurde mit dem Gamecity Port die erste Themen-Immobilie speziell für Unternehmen aus dem Bereich der Games-Industrie eröffnet. Damit hat Hamburg als erstes Bundesland auf die besonderen Bedürfnisse dieser Wachstumsbranche reagiert. In zahlreichen

Gesprächen mit Vertretern der ansässigen Unternehmen wurden die gewünschten Rahmenbedingungen für eine solche Immobilie ermittelt.

Neben dem Wunsch nach einem kreativen Standort in der Nähe des Schanzen- und Karoviertels waren vor allen Dingen preisgünstige Mieten sowie eine hohe Flexibilität bei der Vertragsgestaltung gefragt.

Hintergrund ist, dass die Unternehmen der Spielebranche zum Teil projektabhängig arbeiten und dementsprechend Teams bilden, die die gestellten Aufgaben in einer vorgegebenen Zeit lösen. Wegen dieser schwankenden Anzahl von Projektbeteiligten ist auch der Raumbedarf unterschiedlich. Mithin ist eine stark flexible Immobilie von Nöten.

Gamecity Port kommt diesen Wünschen entgegen indem den Unternehmen eine nur einmonatige Kündigungsfrist eingeräumt wird. Damit ist gewährleistet, dass auch in Zeiten einer Auftrags-Flaute die Unternehmen nicht durch ihre Mietkosten „überlastet“ werden. Ferner sind die Büroschnitte jeweils relativ klein, so dass auch Kleinstunternehmen/Selbständige hier ein preisgünstiges Büro finden können.

In der Lerchenstraße 28, in Hamburg, stehen auf ca. 450qm insgesamt 16 Büros zu günstigen Konditionen zur Verfügung. Junge Selbstständige aus der Games-Szene aller Plattformen haben dort mindestens drei Jahre Zeit, den "Port" als Starthilfe für ihren Sprung in die erfolgreiche Unternehmerschaft zu nutzen. Der Gamecity Port ist ein Projekt der Gunske Höfe GmbH, einer Tochter der steg Hamburg mbH, die auch den Betrieb der Immobilie übernimmt.

Das Projekt ist als sehr erfolgreich zu bezeichnen. Alle Räume sind vermietet. Darüber hinaus wurde der Gamecity Port als „Ausgewählter Ort 2008“ ausgezeichnet. Der Gamecity Port gehört damit offiziell zu den „365 Orten im Land der Ideen“ der Initiative Deutschland – Land der Ideen e.V. und ihrem Projektpartner Deutsche Bank.

BERLIN

Organisatorische Aufstellung

Die Federführung für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin liegt bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen. Gesteuert werden die Aktivitäten über den regelmäßig tagenden Lenkungskreis, in dem Branchenvertreter und Vertreter der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und der Senatskanzlei sowie die Marketinggesellschaften eingebunden sind. Der Lenkungskreis beschließt die branchenbezogenen Maßnahmenpläne.

Mit der Landesinitiative Projekt Zukunft besteht eine operative Ebene, die sich seit 2004 intensiv mit Strategien, Maßnahmen und Projekten im Kreativbereich beschäftigt. Projekt Zukunft erarbeitet Strategievorschläge für den Standort, initiiert innovative Projekte und setzt diese in Public-Private-Partnerships um. Die Landesinitiative versteht sich als Bindeglied zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung. Ziel ist es, die Rahmenbedingungen für die Wachstumsfelder der Informationstechnologie, der Telekommunikation, und der Kultur- und Kreativwirtschaft zu verbessern.

In einigen Teilbranchen sind Institutionen und Netzwerke aufgebaut worden, die als Bindeglied zwischen Verwaltung/ Politik und den häufig kleinteilig strukturierten Branchen fungieren: Medienboard/ Create Berlin/ Berlin Music Commission/ Games Network.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

Der Kreativ-Sektor ist einer der Wachstumsbereiche der Berliner Wirtschaft, mit rund 17,5 Mrd. € Umsatz jährlich und rund 23.000 Unternehmen. Die wirtschaftliche Lage Berlins konsolidiert sich zusehends. Die Anzahl der Unternehmen im Kreativbereich stieg von 2000 bis 2006 um 33% (+ 5.700 Unternehmen), die Umsätze im gleichen Zeitraum um 25% (+3,5 Mrd. €) und jeweils deutlich stärker als auf nationaler Ebene.

Wachstumsraten in Berlin im Vergleich zur nationalen Ebene, 2000 bis 2006:

Unternehmen:	+33%	vs.	+10%
Umsätze:	+25%	vs.	+4,5%
Beschäftigte:	-8%	vs.	-7%

Entgegen dem Wachstum bei Umsätzen und Unternehmen entwickelte sich die Anzahl der Beschäftigten im Zeitraum 2000 bis 2006 in Berlin rückläufig (-8%), wobei dieser Trend in allen deutschen Metropolregionen zu beobachten ist. Von 2005 bis 2007 konnte der Beschäftigtenrückgang größtenteils durch neue sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse und eine steigende Anzahl an Freiberuflern und Selbständigen aufgefangen werden. Zu verdanken ist das insbesondere der Werbebranche, dem Teilmarkt Software/ Telekommunikation sowie den kreativen Kernbereichen in fast allen Teilmärkten. Hier entstehen seit Jahren zusätzliche Arbeitsplätze.

Mit rund 160.500 Erwerbstätigen ist die Kreativwirtschaft ein wichtiger Arbeitsmarktfaktor in Berlin. Bei den Erwerbsformen dominieren noch sozialversicherungspflichtige Beschäftigte mit 48% (Tendenz: sinkend), dicht gefolgt von den Freiberuflern und Selbständigen mit 44% (Tendenz: steigend) und einem 8% gen Anteil an geringfügig Beschäftigten (Tendenz: sinkend).

Ziel des Landes ist es, die Anzahl der Erwerbstätigen in der Berliner Kreativwirtschaft bis 2015 auf 200.000 zu steigern und das Wachstum der Unternehmen so zu unterstützen, dass diese jährlich rund 20 Mrd. € Umsatz erwirtschaften.

	Unternehmen	Umsätze	Erwerbstätige	darunter Beschäftigte (SVP + GF)	Anteil SV	Anteil Freiberuflich
Buch & Presse	5.252	4.563.389	30.102	22.329	18.112	7.773
Film & Rundfunkwirtschaft	2.104	2.372.951	36.300	13.920	12.467	22.380
Kunstmarkt	1.844	421.920	6.624	4.653	3.810	1.971
Software/ Games/ TK	2.894	6.746.687	28.578	22.727	21.743	5.851
Musikwirtschaft	1.632	970.235	13.741	5.890	4.510	7.851
Werbemarkt	2.552	1.125.476	18.814	8.696	6.899	10.118
Architektenbranche	2.992	539.501	7.905	4.700	4.162	3.205
Designwirtschaft	2.441	380.547	1.827	1.493	1.213	334
Markt für Darstellende Künste	1.222	423.445	16.624	5.439	4.148	11.185
Gesamt	22.934	17.544.150	160.515 100%	89.847	77.065 48%	70.668 44%

Ausrichtung der Förderpolitik

Das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft ist seit 2004 auf der politischen Agenda des Landes. Politik und Unternehmen haben wesentlichen Anteil daran, dass Berlin inzwischen international als Talent- und Kreativmetropole anerkannt ist.

Mit der Veröffentlichung des ersten Kulturwirtschaftsberichts in 2005 begannen verstärkt branchenbezogene Roundtable-Gespräche und die Unterstützung von Netzwerkaktivitäten im Kreativbereich. 2006 wurde Berlin von der UNESCO als „City of Design“ ausgezeichnet. 2007 entstand das Informationsportal „Creative City Berlin“ mit umfassenden teilmarktbezogenen Informationsangeboten. Das Außenwirtschaftsförderprogramm wurde seit 2004 konsequent auf die Kreativbereiche ausgeweitet, und die Basis für die Erschließung neuer Märkte gelegt. Mit dem Kreativ Coaching Center und einem auf kreative Branchen fokussierten Beteiligungskapitalfonds wurden neue sektorbezogene Förderinstrumente entwickelt.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

- Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“
 - Gewerblich
 - Infrastruktur
 - Clusterförderung

Die Stärkung von Netzwerken innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft erfolgt u.a. über die GA-Clusterförderung bis zu 500 T€ innerhalb von drei Jahren. Bisher haben die Netzwerke Create Berlin e.V. sowie die Berlin Music Commission eine Clusterförderung erhalten. Weitere Netzwerke arbeiten an Anträgen für die GA-Clusterförderung.

- Landesbürgschaften/ Bürgschaften der Bürgschaftsbank Berlin Brandenburg/ Bürgschaft ohne Bank (BoB)
- Beteiligungen
- Darlehensprogramme Berlin- Familie: Berlin Start/ KMU- Fonds etc.
- Mikrodarlehen im Rahmen des KMU- Fonds

- Beratungskostenzuschüsse für KMU
- Profit- Programm
- Innovationsassistent
- Außenwirtschaftsförderprogramm

Über das Außenwirtschaftsförderprogramm wurden und werden zahlreiche Gemeinschaftsmessestände und Präsentationen im In- und Ausland von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft gefördert:

Musik:	Midem, Cannes South by South West Festival, Austin-Texas
Design:	Salone de Mobile, Mailand Asia Tour: Tokyo/ Seoul/ Taiwan
Mode:	Rendezvous Femme, Paris/ CPH Vision, Copenhagen
Verlage	London Book Fair, London
Games:	dmexco, Köln
Software/ IT:	Cebit, Hannover
Kunst:	Art Basel, Basel Art Fair Istanbul, Türkei Seoul Art Fair, Süd-Korea

Aus den klassischen Mittelstandsprogrammen des Landes (u.a. GA-Zuschussprogramm/ Profit-Innovationsförderprogramm/ Darlehensprogramme/ Innovationsassistent) werden jährlich Fördermittel in Höhe von rund 60 Mio. € für die Kultur- und Kreativwirtschaft bewilligt. Jährlich fließen rund 30% des Volumens der Berliner Wirtschaftsfördermittel in die Kultur- und Kreativwirtschaft. In 2008 wurde zusätzlich das Volumen der Filmfördermittel/ Standortmarketingmaßnahmen der Förderinstitution Medienboard Berlin Brandenburg GmbH um 3 Mio. € aufgestockt.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Nach Förderinstrumenten

Kofinanzierung von **Infrastrukturförderprojekten** über die in der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen angesiedelte Landesinitiative Projekt Zukunft. Darüber werden u.a. das DMY International Design Festival, Innovationsprojekte wie der design reaktor berlin, Professionalisierungsmaßnahmen im Musikbereich, die Berlin Fashion Week, Modewettbewerbe und Literaturfestivals in Höhe von rund 1 Mio. € jährlich kofinanziert.

Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH

Speziell die Filmwirtschaft kann über die o.g. Instrumentarien hinaus Förderungen bei der Medienboard GmbH beantragen. Stoff- u. und Projektentwicklungen, Produktion, Verleih und Vertrieb werden in Projektpaketen gefördert. Außerdem werden Präsentationen von Filmen auf Messen und Festivals unterstützt und seit gut zwei Jahren bietet Medienboard ein Pilotprogramm für die Förderung im Bereich Digital Content.

2005 ist das Programm "**Zwischenfinanzierung von Filmproduktionen**" in einem Konsortium der Investitionsbanken der Länder Berlin und Brandenburg aufgelegt worden. 50% der Anträge auf Zwischenfinanzierungsdarlehen (Nachwuchsproduzenten/ Koproduktionsanteile/ Verleih- und Vertriebsgarantien) wurden positiv beschieden. Bisher ist eine Darlehenssumme von rund 8 Mio. € vergeben worden, wobei noch keine Ausfälle zu verzeichnen waren. Eine Ausweitung der Zwischenfinanzierungsdarlehen auf den digitalen Contentbereich ist vorgesehen.

Nach Schaffung des **Wachstumskapitalfonds Kreativwirtschaft** in 2008 mit einem Volumen von 30 Mio. € und dem Kreativ Coaching Center sollen zunächst keine weiteren auf Kultur- und Kreativwirtschaft fokussierten Förderprogramme aufgelegt werden, sondern bestehende Förderprogramme auf die Bedarfe der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgeweitet werden.

2009 hat das Land Berlin damit begonnen, **themenbezogene Wettbewerbsaufrufe** für die Kultur- und Kreativwirtschaft durchzuführen. Im ersten Quartal 2009 fand ein Wettbewerb fokussiert auf innovative Serious Games- Anwendungen statt, in Planung sind aktuell ein Wettbewerb zu innovativen Visual Effekts – Anwendungen sowie ein weiterer im Modebereich, der Nachwuchsdesignern den

Start in das Modebusiness erleichtern soll. Weitere branchen- oder themenbezogene Wettbewerbe sind in Planung.

Nach Teilbranchen

- **Designwirtschaft**
 - Designförderprogramm 2000 - 2006
 - Create Berlin Netzwerk
 - Plattform: DMY International Design Festival
 - Broschüren über Design aus Berlin, mehrsprachig
 - Auslandspräsentationen: Mailand/ Seoul/ Tokyo/ Taiwan/ Mailand/ Shanghai Expo
- **Modewirtschaft**
 - Plattformen: Mercedes Benz Fashion Week/ Showroom-Meile
 - Broschüren über Mode aus Berlin, mehrsprachig
 - Mode- Award geplant für 2009 Auslandspräsentationen: Paris/ Kopenhagen
 - Auslandspräsentationen: Paris/ Kopenhagen
- **Film- und Fernsehwirtschaft**
 - Medienboard Berlin Brandenburg GmbH
 - Plattform: Medienwoche
 - Zwischenfinanzierungsdarlehen für Film- und Fernsehwirtschaft
 - Visual Effects Wettbewerb
- **Musikwirtschaft**
 - Berlin Music Commission
 - Plattform: Popkomm bzw. Alltogethernow
 - Berlin Music Week ab 2010
 - Auslandspräsentationen: Cannes/ Austin, USA/ Shanghai
- **Games/ Web 2.0**
 - Interactive Berlin Portal
 - Plattform: Gamestage
 - Pilotprogramm Digital Content über Medienboard GmbH
 - Serious Games Netzwerk in Planung
 - Messepräsentation: dmexco, Köln
- **Kunstmarkt**
 - Auslandspräsentationen: Seoul/ Basel/ Istanbul
 - Broschüre Kunstmarkt Berlin
 - Preise ArtForum
- **Buch- und Pressemarkt**
 - Broschüre Buch- und Verlagsbranche in Berlin
 - Auslandspräsentation: London
 - Wettbewerb E- Books/ E- Publishing

Teilmarktübergreifende Maßnahmen

- Lenkungskreis Kommunikation, Medien, Kulturwirtschaft
- Kulturwirtschaftsberichte
- Kreativzentren: Bechsteinhaus, etc.
- Creative City Berlin- Portal
- Zukunftsgespräche
- Studie Weiterbildungsbedarfe in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Kreativ Coaching Center
- VC Fonds Kreativwirtschaft
- Wettbewerbe im Rahmen der Initiative „Berlin – Made to Create“

Handlungsbedarf bei Förderinstrumenten/ Welche Förderinstrumente sind geplant?

- Unterstützung bei der Schaffung dezentraler Anlaufstellen für die steigende Anzahl an Mikrounternehmen und Freiberuflern

- Ausbau der Coachingangebote im Kreativbereich
- Förderinstrumente adressatengerechter kommunizieren
- Unterstützung beim Aufbau von Kreativzentren in Berlin
- Ausbau branchenübergreifender Aktivitäten

Best Practise Beispiele

Kreativ Coaching Center

Seit Beginn 2008 existiert neben dem Coachingangebot für technologieorientierte Gründer in Berlin auch ein Coachingprogramm für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, da die Ausgangssituation (unzureichendes Geschäftskonzept/ unzureichende unternehmerische und kaufmännische Kompetenz) bei Unternehmen dieses Sektors vergleichbar ist.

Im Rahmen des Coachingmodells werden Existenzgründer sowie junge und etablierte Unternehmen mit überdurchschnittlichem Wachstumspotenzial bei betriebswirtschaftlichen Fragestellungen unterstützt. Dies geschieht über Coachingleistungen, aber auch ein umfangreiches adressatengerechtes Seminarangebot sowie Infoveranstaltungen. Nach Identifikation der Engpässe wird das Unternehmen von einem oder mehreren externen Beratern beim Problemlösungsprozess begleitet.

Jährlich werden rund 40 Coachingprojekte mit durchschnittlich 5 Beratertagen durchgeführt. Das Kreativ Coaching Center hat die Aufgabe als „Knotenpunkt“ im Berliner Beratungs- und Coachingnetzwerk zu wirken. Aufgrund der großen Nachfrage nach Coachingleistungen wird das Angebot des Kreativ Coaching Centers künftig weiter ausgebaut werden.

Mikrodarlehen

Seit 2008 besteht im Rahmen des KMU- Fonds des Landes Berlin die Möglichkeit, schnell und unbürokratisch ein Mikrodarlehen von bis zu 10.000/ 25.000 € zu beantragen. Die Antragstellung für Mikrodarlehen wurde stark vereinfacht und ist auf Basis einer Checkliste möglich. Gefördert werden kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie Freiberufler. Die Mikrodarlehen können sowohl für Existenzgründungen, Erweiterungen als auch für Neuansiedlungen und Betriebsübernahmen eingesetzt werden. 16% der Mikrodarlehen des Landes Berlin gehen bisher an Unternehmen und Freiberufler der Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin. Durch zusätzliche Kommunikationsmaßnahmen soll die Nutzung der Mikrodarlehen für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft intensiviert werden.

HESSEN

Organisatorische Aufstellung

Der Aufgabenbereich „Kultur- und Kreativwirtschaft“ ist im Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr- und Landesentwicklung im Städtebaureferat angesiedelt (Federführung); Berichterstattung und einzelne Projekte werden in Kooperation mit dem Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst bearbeitet.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

Vorangegangene Kulturwirtschaftsberichte berichteten zunächst über sechs Teilmärkte, dazu gehören Literatur,- Buch,- und Pressemarkt, Kunstmarkt (einschließlich Design und Kunsthandwerk), Film-, TV- und Videowirtschaft, Kulturelles Erbe, Musikwirtschaft und die Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst. In 2007 wurde eine Neugliederung vorgenommen, die nun Design, Werbung und PR separat betrachtet und die Software- und Gamesbranche mit einbezieht (Kultur- und Kreativwirtschaft).

Im Jahr 2006 verzeichnete die hessische Kulturwirtschaft in der engen Abgrenzung einen Umsatz von rund 17 Mrd. Euro, was einem Anteil von 4,1% an der Gesamtwirtschaft Hessens entsprach. Hingegen erwirtschaftete die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft einschließlich der freiberuflichen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler im Jahr 2006 in Hessen einen Gesamtumsatz von rund 21,35 Mrd. Euro.

Im Jahr 2006 waren in der Kulturwirtschaft Hessens im engeren Sinn rund 111.000 Personen tätig (100.258 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und rund 10.700 Künstler), in der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt 127.000.

Die marktorientierte Kulturwirtschaft stellte im Jahr 2006 rund 10% aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Hessen. Erweitert man die Betrachtungsebene um die Kreativwirtschaft, so gab es in Hessen im Jahr 2006 insgesamt rund 37.000 derartige Unternehmen, das sind 15% aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Hessen. Die Anzahl der Unternehmen dieses Bereichs stieg dabei bis zum Jahr 2006 beständig an und erhöhte sich 2006 gegenüber dem Jahr 2000 um rund 5.400. Das ist ein Zuwachs von 17,2 %.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Die Standardprogramme für kleine und mittlere Unternehmen stehen auch Firmen und Gründern aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft offen: Diese Unternehmen partizipierten im Jahr 2000 an der Gründungs- und Betriebsberatung sowie an Bürgschaften und Beteiligungen mit rund 0,2 Mio. Euro: Dies gilt auch für Strukturmaßnahmen, aber in geringerem Umfang, da die Mehrzahl der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft Dienstleister sind und ihren Sitz in den Großstädten außerhalb der hessischen Vorranggebiete haben.

- Bürgschaften und Garantien des Landes Hessen für die gewerbliche Wirtschaft
- Zuschüsse zur Förderung betrieblicher Investitionen im Rahmen der regionalen Entwicklung
- Innovationsförderung (Innovationsassistenten)
- Gründungs- und Wachstumsfinanzierung (Darlehen)
- Gründungs- und Mittelstandsförderung (Gründerzentren)
- Gründerwettbewerb "promotion Nordhessen" (Gründer aus allen Branchen)
- Gründungsoffensive „GO“ Odenwald-Bergstraße
- Förderung von Informations- und Kommunikationstechnologie
- Innovationsförderung (Innovative Einzelvorhaben, Studien)
- Förderung des Technologietransfers
- Beteiligung an Messen und Ausstellungen

Kleine und mittlere Unternehmen bzw. Einzelpersonen oder Künstler, insbesondere aus der Filmwirtschaft, aber auch aus anderen Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft, erhalten Förderung für die Beteiligung an Messen – z.B. an der IBC International Broadcast Convention Amsterdam. An der Messeförderung können auch Galerien partizipieren, da diese wesentlich zur Vermarktung kultureller Güter beitragen.

Die Förderung der Rahmenbedingungen im Sinne von lokaler und regionaler Standortverbesserung geschieht über Programme der Städtebaus (StadtSanierung, Soziale Stadt, Stadtumbau in Hessen, Aktive Kernbereiche in Hessen), der Dorf- und Regionalentwicklung sowie durch die Förderung von Kulturtourismus und freien Kulturinitiativen als vor-professionellen Zusammenschlüssen. Dabei nimmt die Förderung von kultur- und kreativwirtschaftlichen (Zwischen-) Nutzungen von vorrangig Gebäudeleerstand eine besondere Bedeutung ein, da sich die Anwesenheit der kreativen Szene als wesentliches Moment der Belebung und Stabilisierung von Problemquartieren erwiesen hat. Ferner werden Sanierungsmaßnahmen an kulturell bedeutsamen Bauwerken in historischen Altstadtkernen gefördert.

Innerhalb von Initiativen der Europäischen Union zur Zusammenarbeit von europäischen Regionen (Interreg-Projekte) oder im Rahmen der UNESCO-Weltkulturerbe-Anerkennungen werden ebenfalls Projekte im Kulturtourismusbereich gefördert, z.B. der Regionalpark Rhein-Main oder die „Route der Industriekultur“ im Rhein-Main-Gebiet sowie die „Weltkulturerbe-Initiative Mittelrheintal“.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Kultur- und kreativwirtschaftliche Unternehmen, intermediäre Organisationen und einzelne Kulturschaffende sind zudem Adressaten von speziellen Programmen, institutionellen Förderungen und Einzelförderungen. Von diesen werden einige durch das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst vergeben. Für Teilbranchen spezifische Programme bestehen für Film und Design:

- **Filmförderung - "Hessen Invest Film"**
Ziel des Schwerpunktes Film ist die Stärkung des Film- und Medienstandortes Hessen, d.h. die Verbesserung der Standortbedingungen und der Auftragslage für die Filmproduktion in Hessen. Innovative Kräfte in der hessischen Film- und Medienbranche werden unterstützt. Finanziert werden deutsche und internationale Kinofilme, die einen wirtschaftlichen Erfolg erwarten lassen, und hochwertige Fernsehfilme wie TV-Movies, Dokumentarfilme, Animationsfilme sowie Formatentwicklung.
- **Rat für Formgebung/German Design Council**
- **Kassler Werkakademie für Gestaltung** (Lehrgänge für Handwerksgestaltung)
- **Deutscher Schuh- und Lederwarenpreis** - Produktgruppe Lederwaren
- **Staatspreis Kunsthandwerk**
- **Gestaltungspreis** (gemeinsam mit dem Hessischen Handwerkstag)
- **Soziokulturelle Zentren** erhalten institutionelle Förderung im Sinne von Förderung des kulturellen Angebotes. Dort, wo sie jungen Talenten die erste Bühne bieten und auch in den Bereichen Veranstaltungstechnik und Catering den Weg in die Selbständigkeit erleichtern, wirken diese Zuschüsse wie eine Gründerzentrenförderung.

Best Practise Beispiele

Kulturcoaching

Das RKW Hessen führt an Standorten, an denen junge Kreative ohnehin anzutreffen sind (Kulturzentren, Gründerzentren), ein maßgeschneidertes Kulturcoaching als Qualifikation und Beratung für Gründer, Freelancer und junge Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft durch. Vor Ort arbeitet ein interdisziplinär zusammen gesetztes Beraterteam über mehrere Monate mit einer Gruppe aus unterschiedlichen Teilbranchen zusammen. Der Vorteil der Gruppenberatung über einen längeren Zeitraum liegt sowohl im Erfahrungsaustausch als auch in der Gelegenheit, ein passantes Netzwerkaufbau zu betreiben. Auf diese Weise ist in einem Fall auch schon der Nukleus einer Initiative für ein neues selbst organisiertes Gründerzentrum entstanden.

Die Beratung umfasst das einzelne Gründervorhaben und den Erfahrungsaustausch zwischen den Teilnehmern; der Netzwerkaufbau geschieht informell. Das Arbeiten in Netzwerken und die projektgebundene Zusammenarbeit sind Wesensmerkmale und ökonomische Notwendigkeit der Freelancerszene. Auf diese Weise ist neben dem Transfer von aktuellem Know-how auch sicher gestellt, dass sich Kooperationen zwischen Freelancern bilden können. Diese sind Voraussetzung dafür, dass Aufträge abgearbeitet werden können, deren Umfang die Kapazität des Einzelnen übersteigen würde, die jedoch lukrativer als kleinere Aufträge sind.

Theorie-Praxis-Netzwerk „Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen“

Im Jahr 2007 starteten das Land Hessen und die Schader-Stiftung zum Thema „Kulturwirtschaft fördern – Stadt entwickeln“ eine Workshopreihe gemeinsam mit sechs Kommunen, die besondere Ansatzpunkte in diese Richtung aufwiesen. Dort wurde am Beispiel der jeweiligen Stadt diskutiert, wie Städte ihr Potenzial an Kultur- und Kreativwirtschaft erkennen und fördern können, wie die Raumansprüche von Gründern und Selbständigen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem in vielen hessischen Städten vorhandenen Gebäudeleerstand zum Nutzen für Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung verschränkt werden können. Daraus ergaben sich in den beteiligten Städten neue Ideen für die eigene Entwicklung. Diese Workshopreihe wird verstetigt und das gegründete Netzwerk weiter ausgebaut.

Zwischennutzung von landeseigenen Immobilien

Als erstes Beispiel für die Nutzung leer stehender Landesimmobilien wurde in 2008 ein seit mehreren Jahren leer stehendes Gebäude im Frankfurter Bahnhofsviertel per Zwischennutzung in ein von den Nutzern (basis e.V.) selbst verwaltetes kultur- und kreativwirtschaftliches Gründerzentrum/Atelierhaus mit 80 Arbeitsräumen und mehreren Präsentationsräumen mit bescheidenen Mittel der neuen Nutzung angepasst. Das Land vermittelte, Unterstützung und Finanzierung kam von den Ämtern für Kultur, Stadtentwicklung und Bauaufsicht.

Es ist beabsichtigt, in weiteren Städten mit Institutionen, die in entsprechende Fachrichtungen ausbilden, bei nachgewiesenem Bedarf durch potenzielle Nutzer – wie im oben skizzierten Fall – die Nutzung weiterer vorübergehend entbehrlicher Landesimmobilien zu prüfen.

MECKLENBURG-VORPOMMERN

Organisatorische Aufstellung

Die Aufgaben der Entwicklung und Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. deren Teilbranchen sind innerhalb der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern in verschiedenen Ressorts angesiedelt. Die Betreuung und Förderung der Investitionen und Anliegen der Unternehmen und der wirtschaftsnahen Akteure der Branche sowie die wirtschaftliche Filmförderung (Filmproduktionen, Drehortservice/Filmlocation) erfolgt durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus. Das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur steht für die Bereiche der öffentlichen und gemeinnützigen Kunst- und Kulturförderung sowie für den Bereich der kulturellen Filmförderung. Die Themen der Medien- und Rundfunkpolitik sind der Staatskanzlei zugeordnet.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

Nach dem bundesweit gültigen Abgrenzungsmodell der Kultur- und Kreativwirtschaft in 11 Teilmärkte waren im Jahr 2006 1.875 steuerpflichtige Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern tätig. Der Anteil der Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft liegt bei 3,9 Prozent. Diese erwirtschafteten im Jahr 2006 einen Umsatz von 376 Mio. Euro (1,1 Prozent Anteil). Von 9.000 Erwerbstätigen sind rund 7.000 sozialversicherungspflichtige Menschen in diesem Wirtschaftszweig beschäftigt. Verglichen mit anderen Bundesländern besitzt diese Branche in Mecklenburg-Vorpommern noch keinen herausragenden standortbestimmenden Stellenwert.

Teilmärkte	Unternehmen	Umsatz in Mio. Euro	Erwerbstätige	SV- Beschäftigte	geringfügig Beschäftigte
Musikwirtschaft	54	17	168	114	27
Buchmarkt	137	46	698	561	279
Kunstmarkt	91	7	159	68	28
Filmwirtschaft	133	17	262	129	288
Rundfunkwirtschaft	115	18	305	190	6
Darstellende Kunst	174	22	460	286	161
Designwirtschaft	298	37	807	509	212
Architekturmarkt	398	67	1.619	1.221	149
Pressemarkt	153	16	1.536	1.383	1.263
Werbemarkt	452	82	1.529	1.077	582
Software-/Games- Industrie	309	93	2.178	1.869	125
Sonstiges	-	-	200	200	51
Insgesamt	1.875	376	8.940	7.064	2.955
Anteil an Gesamtwirtschaft	3,5 %	1,1 %	1,6 %	1,4 %	4,3 %

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Die vorhandenen Förderprogramme und -instrumente können durch fast alle Teilmärkte und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Anspruch genommen werden. Es gibt nur wenige Teilmärkte wie das Verlagswesen und die Rundfunkwirtschaft, die von der Förderung der gewerblichen Wirtschaft aus der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ ausgenommen sind.

Gewerblichen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft stehen die nachfolgenden Programme der Unternehmensfinanzierung und -förderung in Mecklenburg-Vorpommern zur Verfügung:

- **Investitionsförderung**

Investitionen der gewerblich tätigen Unternehmen der Branche über die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“

- **Unternehmensfinanzierung**
 - Zwischenfinanzierungsprogramm zur Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“
 - Ergänzungsfinanzierungsprogramm zur Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“
 - Bürgschaften über die Bürgschaftsbank Mecklenburg-Vorpommern
 - Beteiligungen durch die Beteiligungsgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern
 - Kleindarlehen für KMU
 - Mikrodarlehen für Existenzgründerinnen / -er
- **Beratungsprogramme**
 - Förderung des Unternehmergeistes
 - Beratungskostenzuschüsse für KMU
 - Mentoring-Programm für Existenzgründerinnen / -er
- **Sonstige Programme**
 - Förderung von unternehmensbezogenen und regionalen Netzwerken
 - Technologie- und Innovationsförderung
 - Verbundforschung von Wissenschaft und Wirtschaft
 - Messförderung (mit Einschränkungen)
 - Förderung von kulturellen Kleinprojekten zur Mobilisierung des bürgerschaftlichen Engagements

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

- **Designwirtschaft**
 - Wettbewerb und Preis „Lilienthal-Designpreises“
 - Wettbewerb und Preis „Lilienthal-Designförderpreises“
 - Wettbewerb und internationaler Modedesignpreis „The Baltic Fashion Award“
 - Förderung des Designzentrums Mecklenburg-Vorpommern
- **Wirtschaftliche Filmförderung**
 - Förderung der Produktion von Filmen am Standort MV durch Zuschüsse
 - Förderung des landesweiten Servicebüros „FilmlocationMV“
- **Kulturelle Filmförderung**
 - Förderung von Drehbuch- und Stoffentwicklung
 - Förderung von Filmproduktionen
 - Abspielförderung
- **Rundfunkwirtschaft / Medienwirtschaft**
 - Förderung des Lokalfernsehens
 - Förderung von Projekten zur Stärkung und Verbesserung der Medien- und IT-Kompetenz
 - Förderung verschiedener Medienpreise
 - Förderung der Breitbandversorgung

Wo besteht Handlungsbedarf? Sind neue Förderinstrumente geplant?

Besonders dringlich ist, dass es zu mehr Zusammenarbeit, Netzwerkarbeit und zu strategischen Partnerschaften zwischen den Akteuren und Unternehmen der Branche im Land kommt. Als weiterer wichtiger Punkt ist der Ausbau der Marketingkooperation mit Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zu nennen. Dafür bedarf es eines überregionalen Beratungs- und Kulturmanagements, das sowohl den privatwirtschaftlichen, den öffentlichen und gemeinnützigen Kultur- und Kunstsektor miteinander verzahnt.

In Mecklenburg-Vorpommern haben die erwerbswirtschaftlich tätigen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft Zugang zu fast allen Förderprogrammen der KMU-Förderung. Die Zugangsvoraussetzungen sind vergleichbar mit denen anderer Wirtschaftszweige. Die Auflage weiterer Förderprogramme und -instrumente ist vorerst nicht geplant.

Best Practise Beispiele

„Musikland Mecklenburg-Vorpommern“

Seit 2005 werden Marketingmittel und zusätzliche Fördermittel für die Dachmarke „Musikland Mecklenburg-Vorpommern“, einer Arbeitsgemeinschaft der bedeutendsten Musikfestivals des Landes, im Verbund eingesetzt. Der Zusammenschluss hat eine sichtbare Steigerung des Besucheraufkommens bewirkt. Mecklenburg-Vorpommern konnte sich als Musik- und Festivalstandort stärker in Norddeutschland und auf nationaler Ebene etablieren. Von der Etablierung dieser Dachmarke profitieren Wirtschaftszweige, die Kunst- und Kulturlandschaft und auch das Image des Landes nachhaltig.

Gutshäuser und historische Altstädte werden gemeinsam mit Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft über **Programme der Stadtentwicklung revitalisiert**. Eine wachsende Zahl von Liegenschaften im ländlichen Raum wird nach Jahren des Leerstands inzwischen als Medienzentren, Akademien, Event- und Veranstaltungszentren, von Werbeagenturen, Filmproduzenten, Architektenbüros und Designern genutzt (www.flyingdog.de/ www.kap-arkona.de). Dem Leerstand in Innenstädten wird versucht durch multifunktionale Nutzungskonzepte entgegenzuwirken. Erfolgreiche Beispiele dafür finden sich in Greifswald, Wismar, Stralsund und Schwerin.

NORDRHEIN-WESTFALEN

Organisatorische Aufstellung

Federführend ist das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie (Referat „Kreativwirtschaft“). Von hier aus wird auch das Clustermanagement Kultur- und Kreativwirtschaft gesteuert. Weitere Schwerpunkte setzt die Staatskanzlei (Kulturabteilung). Eingebunden sind insbesondere die Ministerien für Bauen und Verkehr sowie das Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist seit den 90 Jahren ein Schwerpunkt in der Wirtschaftspolitik Nordrhein-Westfalens. Der 5. Kulturwirtschaftsbericht wurde 2007 veröffentlicht. Die Kultur- und Kreativwirtschaft des Landes hat sich in den letzten drei Jahrzehnten zu einem bedeutsamen Branchenkomplex entwickelt.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen (2006)

	Unternehmen	Anteil an Unternehmen insgesamt (in %)	Umsatz (in Mio.)	Anteil am Umsatz insgesamt (in %)	Erwerbstätige	Anteil an Erwerbstätigen insg. (in %)
Kulturwirtschaft	36.140	5,5	23.526	1,8	132.144	2,1
Kultur- und Kreativwirtschaft	48.005	7,3	33.446	2,6	205.249	3,3

Ausrichtung der Förderpolitik

Die Kulturwirtschaftspolitik orientiert sich zum einen am Prinzip „Stärken stärken“. Deshalb ist z.B. das Clustermanagement auf bestimmte Schwerpunkte der Kreativwirtschaft ausgerichtet. Andererseits soll kreativen Ansätzen in der Breite die Chance zur Verwirklichung gegeben werden, was sich u.a. im Wettbewerb CREATE niederschlägt. Neben gezielten Fördermaßnahmen wie z.B. die Förderung der Kulturhauptstadt 2010 oder den NRW.BANK.Kreativitätswirtschaftsfonds kann die Kultur- und Kreativwirtschaft auf ein breites Angebot übergreifender Fördermaßnahmen zurückgreifen.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

▪ Clustermanager

- In NRW sind seit dem letzten Jahr in wichtigen Branchen Clustermanager installiert worden, um deren Vernetzung und wirtschaftliche Dynamik zu steigern. Das Clustermanagement „Kultur- und Kreativwirtschaft“ hat im Juli 2009 seine Arbeit aufgenommen.
- Der Clustermanager soll die Entwicklung in der Kreativwirtschaft mit den Schwerpunkten Kunstmarkt, Werbewirtschaft, Designwirtschaft (einschl. Modedesign) und Musikwirtschaft, Buchverlage in Abstimmung mit den hier arbeitenden Akteuren vorantreiben. Es sind übergreifende Visionen und Entwicklungsziele für das Cluster zu formulieren. Weitere Aufgaben sind die Vernetzung und Professionalisierung der im Cluster arbeitenden Akteure und ihre Unterstützung bei nationalen und internationalen Kooperationen bzw. dem Schritt auf Auslandsmärkte.
- Ziel des aus den EFRE-Mitteln finanzierten Auftrags ist es, einen maßgeblichen Beitrag zur Verbesserung der Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit der nordrhein-westfälischen Wirtschaft zu leisten.

▪ Förderwettbewerb Create.NRW

- Nach einem ersten Förderaufruf im Jahr 2008 wurden fünf Projekte der insgesamt 55 eingegangenen Projektskizzen von einer unabhängigen Jury zu weiteren Förderung

empfohlen. Von den 67 Beiträgen des Jahres 2009 hat sich die Jury für sieben Projekte entschieden

- Die Förderungen werden entweder nach den Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen für Forschung, Innovation und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen oder nach § 44 LHO bewilligt. Reine Investitionsprojekte werden nach dem „Regionalen Wirtschaftsförderungsprogramm NRW – Infrastrukturrichtlinie – (RWP)“ gefördert.
- Wettbewerbssieger sind u.a. Projekte aus der Musik-, der Games-, der Galerie-, der Medien- und der Designbranche. Die Projekte sind oftmals als Querschnitts- oder Netzwerkprojekte angelegt, die z.B. mehrere Kultur- und Kreativbranchen vernetzen oder auf die Zusammenarbeit mit Partnern angelegt, die nicht oder nur bedingt zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen.

▪ **Übergreifende Fördermaßnahmen**

- Im flächendeckenden Netz von STARTERCENTERN werden den Gründern der Kreativwirtschaft eine betriebswirtschaftliche Erstberatung zur Unternehmensgründung und weiterführende Kontakte geboten.
- Das Beratungsprogramm Wirtschaft dient Entwicklung, Prüfung und Umsetzung von Gründungskonzepten.
- Im Rahmen der Auslandsmesseförderung können sich Kleingruppen von drei bis zehn beteiligten Unternehmen selbstständig auf Auslandsmessen präsentieren.
- Mikrodarlehen, die von der NRW.Bank auch an Kleinstunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft vergeben werden.
- Mit dem NRW.BANK.Kreativwirtschaftsfonds kann die Eigenkapitalbasis von Kreativunternehmen gestärkt werden.

Best Practise-Beispiele

Schwerpunkt „Kulturhauptstadt 2010“

Als erste Kulturhauptstadt überhaupt widmet sich **RUHR.2010 GmbH** dem Thema Kreativwirtschaft. Das Kulturhauptstadtjahr 2010 wird als Impulsgeber für die Kultur- und Kreativwirtschaft des Ruhrgebiets genutzt. RUHR.2010 bringt Akteure der Kreativwirtschaft als Moderator und Impulsgeber mit den verschiedenen Ressorts der Stadt, die die Wachstumsbedingungen der Kreativwirtschaft optimieren können, zusammen. Zusammen mit EU-Ziel 2-Mitteln unterstützt das Land Nordrhein-Westfalen die Kulturhauptstadt Europas 2010 insgesamt mit rund 120 Millionen Euro. Dabei geht es insbesondere darum, den „kreativen Kern“ der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region nachhaltig zu stärken. Unter dem Motto „Kultur durch Wandel - Wandel durch Kultur“ zeigt die Region ihre Stärken und fördert die Entwicklung kreativer Quartiere, um Künstlern und Kreativen angemessenen Wohn- und Wirkungsraum zu bieten. Das Projekt „**Kreativ.Quartiere**“ von RUHR.2010 wird ausgewählte städtische Initiativen in der Metropole Ruhr vorstellen – Orte, die modellhaft den urbanen Entwicklungsprozess einer Metropole im Werden sichtbar und erlebbar machen. Ein herausragendes Beispiel für die aufstrebende Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet sind die Planungen für die Nutzung des U-Turms und seines Umfeldes. Der denkmalgeschützte **U-Turm** der ehemaligen Dortmunder Union Brauerei wird in ein Zentrum für Kunst und Kreativität umgewandelt. In dieser Funktion soll er sich international profilieren und seine Strahlkraft für die Metropole Ruhr beweisen. Im Schlußschluss können Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Kreativitätszentren demonstrieren, wie man sich in hoher Flexibilität auf wandernden Märkten mit wandelnden Trends bewegt und was wissensbasierte Ökonomie mit internationalem Maßstab bedeutet. Die Landesregierung fördert über die Kulturabteilung der Staatskanzlei daher auch kulturelle Projekte, die an der Schnittstelle zur „Kreativen Ökonomie“ liegen wie beispielsweise das **2010lab.com**. Das Kultur-Online-Portal www.2010lab.tv startet anlässlich des Europäischen Kulturhauptstadtjahres 2010. Es wird eine sparten- und themenübergreifende Plattform im Internet, die Kunst, Kultur, Kreativität und deren Akteure vermittelt und eine neue, digitale, künstlerische Kommunikationsform darstellt. Zudem werden die Auswirkungen auf zukünftige Entwicklungen urbaner Ballungsräume debattiert. Das 2010lab wird das erste mehrsprachige interaktive Kultur WebTV für Europa und sich mit Themenfeldern bzw. Schnittstellen wie Metropole Ruhr, Künstler.Kreative, Kunst.Kapital, Zukunft.Kultur, Zukunft.Bildung und Internationales befassen.

Musik- und Veranstaltungswirtschaft

Das Projekt „From good to geate - Center of Excellence“ ist ein Projekt mit 5 Kooperationspartnern, das die Entwicklung des Clusters Musik- und Veranstaltungswirtschaft in der Region Köln vorantreiben soll. Vor allem werden die Schwerpunkte Kooperation, Innovation, Marketing und Vernetzung bearbeitet. Das Center of Excellence ist öffentlich zugänglich und dient als Forum für die gesamte Kreativwirtschaft, insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen.

Innovationspreis textil + mode

Die deutsche Textil- und Modeindustrie prämierte am 17. April 2008 zum ersten Mal junge Textil- und Modedesigner sowie Gestalter mit dem Innovationspreis textil + mode. Der Gesamtverband zeichnete in Kooperation mit dem Land und Sponsoren die besten Nachwuchskräfte der Branche mit dem bundesweit höchstdotierten Förderpreis aus. Aufgrund der positiven Resonanz wird der Innovationspreis mit Unterstützung des Landes auch in den Jahren 2009 bis 2011 in Düsseldorf verliehen werden. Die Preisvergabe soll neben der Nachwuchsförderung auch das öffentliche Interesse an der deutschen Textil- und Modeindustrie steigern sowie die deutsche Mode als Kulturgut vermitteln.

Design

Das Weltkulturerbe „Zeche Zollverein“ wird als Designstandort fortentwickelt. Hier befindet sich das Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen und. Für den 17./18. September 2009 werden hier mit Unterstützung des Landes erneut die folgenden Veranstaltungen ausgerichtet: Verleihung des Design-Preises Nordrhein-Westfalen, Designtag Nordrhein-Westfalen, Deutscher Designerkongress.

KWW-Stipendien

Das Land Nordrhein-Westfalen vergibt 2009 zum zweiten Mal acht neu eingerichtete Stipendien an der Schnittstelle von Kunst, Wissenschaft und Wirtschaft in den Bereichen „Mixed Media / Neue Medien“ und „Interdisziplinäre Projekte“. Die „**KWW-Stipendien**“ nehmen gerade erst entstehende Entwicklungen in der internationalen Kunst auf. Im Zusammenspiel von bisher ungesesehenen Ideen und Verbindungen entsteht ein neues Zusammenwirken der Potentiale von Kunst, Wissenschaft und Wirtschaft. Die Projektbewerbungen für diesen Stipendienbereich können dabei sowohl von Künstlern wie auch von Wissenschaftlern mit künstlerischem Hintergrund stammen. Wegen ihres innovativen Charakters mit Forschungszuschnitt werden die Stipendienprojekte vom Ministerpräsidenten des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen einer zunächst auf drei Jahre befristeten Förderung in der **Stiftung Künstlerdorf Schöppingen** unterstützt.

Landesausstellung MANU FACTUM

Die Landesausstellung **MANU FACTUM** dient der Ermittlung von acht bis neun Preisträgern aus verschiedenen Werkbereichen (Schmuck, Gerät aus Metall, Holz, Textil/Leder, Keramik, Stein, Glas und Fotografie/Papier). Diese alle zwei Jahre stattfindende Leistungsschau für Kunsthandwerker in Nordrhein Westfalen ist „die“ Plattform, Kreativität und handwerkliches Können im Hinblick auf eigenständige Ideen, Formgestaltung und Ausführung zu präsentieren. Der Staatspreis für das Kunsthandwerk ist der bedeutendste und mit insgesamt 45.000 € am höchsten dotierten Preis seiner Art in Deutschland. Er wird seit 1963 alle zwei Jahre verliehen mit dem Ziel, das Kunsthandwerk zu fördern.

RHEINLAND-PFALZ

Organisatorische Aufstellung

Mit den verschiedenen Aspekten der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigen sich in Rheinland-Pfalz neben dem Wirtschaftsministerium das Kulturministerium und das Finanzministerium (Abteilung Bauen) sowie die Zentralstelle IT-Management, Multimedia, eGovernment und Verwaltungsmodernisierung im Innenministerium und die Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (www.zirp.de), eine öffentlich-private Partnerschaft zwischen Landesregierung und rund 70 Mitgliedern aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kultur. Hierbei werden sowohl die erwerbswirtschaftlichen als auch die nicht erwerbswirtschaftlichen Teile der Kultur- und Kreativwirtschaft beleuchtet. Alle Beteiligten gemeinsam führen bis zum Frühjahr 2010 eine Veranstaltungsreihe unter dem Titel „Kunst-Kultur- und Kreativwirtschaft“ durch. Ziel der Reihe ist die Benennung von Entwicklungspotenzialen

Daten Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

Im Jahr 2006 waren in Rheinland-Pfalz 8.255 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft registriert, die einen Umsatz von 3,6 Milliarden Euro erwirtschafteten. Damit entfielen 2,1 Prozent des von den umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen/Selbständigen in Rheinland-Pfalz erwirtschafteten Umsatzes auf die Kultur- und Kreativwirtschaft, das war genau der Durchschnitt aller Flächenländer. Die Zahl der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Erwerbstätigen wird auf rund 35.000 geschätzt.

Ausrichtung der Förderpolitik

In den vergangenen Jahren war die Förderung vor allem auf die Teilmärkte Design und Medien ausgerichtet.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

- **Multimedaiinitiative**

Im Rahmen der Multimedaiinitiative rlpinform werden die Entwicklungsvoraussetzungen am Medien/IT-Standort Rheinland-Pfalz weiter ausgebaut, um Beschäftigung und Wachstum zu sichern. Zentral ist dabei, eine Vernetzung vor Ort in den Regionen herzustellen. Daher investiert rlpinform in Kommunikationsplattformen und regionale Arbeitsgruppen. In den Regionen des Landes haben sich inzwischen vier feste Initiativen unter Einbeziehung von Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Politik gebildet, die Themen und Projekte vorantreiben.

- **Multimedawettbewerb**

Der Vernetzungsgedanke wird auch vom Multimedawettbewerb getragen, den rlpinform im 2-Jahres-Turnus ausrichtet. Der in diesem Jahr ausgeschriebene Wettbewerb greift das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft in besonderer Weise auf. In Kooperation mit der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz hat rlpinform unter dem Leitsatz „Die Idee inspiriert, IT fasziniert – Jungunternehmer mit Kreativität“ rheinland-pfälzische Studierende dazu aufgerufen, zu zeigen, wie mit den Möglichkeiten der Informationstechnologie kreative Produkte und Dienstleistungen angeboten werden können. Gefragt sind Geschäftsideen und Konzepte für kreative Kleinunternehmen. Im Vordergrund stehen das kreative Produkt bzw. die kreative Dienstleistung sowie der IT-gestützte Businessplan, der mit Hilfe von Unternehmen oder Experten erstellt werden kann. Die ZIRP vergibt zusätzlich einen Sonderpreis an bestehende Unternehmen aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft.

- **Designförderung**

Ziel der Aktivitäten im Bereich Designförderung ist es, günstige Rahmenbedingungen für einen funktionierenden Designmarkt in Rheinland-Pfalz zu schaffen. Das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Design als Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor soll gefördert werden. Ein besonderes Anliegen des Ministeriums ist es dabei, den Dialog zwischen Unternehmen und Gestaltern anzuregen.

Als wesentliche Maßnahme zur Designförderung wurden die Preise für Produkt- und Kommunikationsdesign ins Leben gerufen.

- **Designforum descom**

Design als Wettbewerbsfaktor in das Bewusstsein der rheinland-pfälzischen Wirtschaft zu rücken, Hilfestellungen zu geben, den Dialog zwischen den Branchen anzuregen und die rheinland-pfälzische Designlandschaft attraktiv und aussagekräftig darzustellen: das ist das Ziel des Designforums Rheinland-Pfalz descom. descom ist am Institut für Mediengestaltung der Fachhochschule Mainz angesiedelt und wird vom Wirtschaftsministerium gefördert.

- **Ausweitung der Mittelstandsberatungsprogramme auf Designberatungen**

Ab 2008 wurde der Beratungsschwerpunkt ausgebaut und professionalisiert. Ziel ist es, erstmalig zertifizierte Design-Beratungen für die mittelständische Wirtschaft im Rahmen des Mittelstandsberatungsprogrammes anzubieten.

Daneben erfolgt durch das Ministerium eine projektbezogene Unterstützung von Designinitiativen sowie die Verstärkung bzw. zielgerichtete Ergänzung des Aus- und Weiterbildungsangebots in Rheinland-Pfalz.

Wo besteht Handlungsbedarf bei Förderinstrumenten?/ Welche Förderinstrumente sind geplant?

Die Förderpolitik ist grundsätzlich darauf ausgerichtet, dass die Förderprogramme sektorübergreifend von möglichst vielen Branchen genutzt werden können.

SACHSEN

Organisatorische Aufstellung

Auf Verwaltungsseite sind in Sachsen vor allem das Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit in enger Zusammenarbeit mit dem Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst mit der Kultur- und Kreativwirtschaft befasst. Dabei ist das Thema im Wirtschaftsressort im Referat Mittelstandspolitik; Handel, Handwerk, Dienstleistungen, Freie Berufe eingebunden. Die Filmwirtschaft ist darüber hinaus in der Sächsischen Staatskanzlei im Referat Medien, Medienrecht angesiedelt. Die ressortübergreifende Kooperation erfolgt bislang anlass- bzw. maßnahmenbezogen. Derzeit gibt es angesichts der gewachsenen Bedeutung von Kultur- und Kreativwirtschaft Überlegungen ein spezielles Gremium der Zusammenarbeit zu etablieren.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

In 2006 waren in Sachsen rund 8.500 steuerpflichtige Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft registriert. Diese Unternehmen beschäftigen 31.500 sozialversicherungspflichtige Arbeitnehmer und erwirtschafteten einen Umsatz von rund 3 Mrd. Euro.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft zählt zu den dynamischsten Zweigen der sächsischen Wirtschaft. So stieg allein in den Jahren 2002-2006 die Zahl der Unternehmen in diesem Teil um 17 Prozent.

	Unternehmen	Umsatz in Mio. €	Erwerbstätige	Darunter SV-Beschäftigte
Designwirtschaft	1.569	329	5.434	3.865
Architekturmarkt	1.183	159	3.600	2.417
Pressemarkt	189	423	3.307	3.118
Rundfunkwirtschaft	71	141	3.294	3.223
Buchmarkt	870	221	2.611	1.741
Musikwirtschaft	449	178	2.218	1.769
Filmwirtschaft	566	161	1.893	1.327
Markt für darstellende Künste	790	160	1.270	480
Kunstmarkt	657	65	978	321
Software-/Games-Industrie	1.033	729	9.173	8.140
Kunsthandwerk	554	298	4.458	3.904
Werbemarkt	786	209	1.840	1.054
Sonstige	190	36	557	409
Gesamt	8.907	3.109	40.633	31.768
Mit Doppelzählung	426	92	662	278
Gesamt ohne Doppelzählung	8.481	3.017	39.971	31.490

Ausrichtung der Förderpolitik

Grundsätzlich stehen die bestehenden Förderinstrumente des Freistaates Sachsen allen Teilbranchen der Kulturwirtschaft offen. Allerdings ist die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft oftmals nicht gesondert ausgewiesen und budgetiert, z.B. in der nichtinvestiven Mittelstandsförderung. Die Designförderung bildet hier seit Jahren eine Ausnahme.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Die Technologieförderprogramme zielen auf die Förderung von Forschungs- und Entwicklungsprojekten mit innovativem technologieorientiertem Inhalt (einschließlich Technologietransfer und Innovationsassistentenförderung) ab, die der Entwicklung von neuen oder neuartigen Produkten und Verfahren auf dem Gebiet von Zukunftstechnologien dienen.

Gleichwohl ist die Förderung durchaus auch für Unternehmen offen, die gemäß Definition im sächsischen Kulturwirtschaftsbericht der Kultur- und Kreativwirtschaft angehören.

Beispiele aus der Praxis sind über die FuE-Richtlinie geförderte Projekte zur Entwicklung einer Geige aus einem neuartigen Kohlenfaserstoffverbund bzw. zur Entwicklung eines Glockenspieles.

Die Technologietransferförderung ist gerade für Unternehmen einschlägig, die nicht selbst FuE betreiben. Hier wird z.B. der Einkauf von technologischem Know-How unterstützt. Einen Branchenausschluss gibt es nicht.

Auch nicht-technologieorientierten Innovationen wird in Sachsen Aufmerksamkeit geschenkt. Unter anderem wurde vor einiger Zeit ein Ideenwettbewerb „Kooperationen zwischen Kultur und Wirtschaft“ veranstaltet und die daraus entstandenen Projekte über den ESF finanziert.

Ferner bietet die Investitionsförderung verschiedene Möglichkeiten für die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft. So gibt es in Sachsen ein Investitionszuschussprogramm für kleine Unternehmen bis 20 Beschäftigte. Im Rahmen der „Gründungs- und Wachstumsfinanzierung“ (GuW-Programm) besteht die Möglichkeit, mit zinsgünstigen Darlehen bis zu 75% der Gesamtinvestitionen (bei Kreditbeträgen bis zu 1 Mio. EUR kann der Finanzierungsanteil bis zu 100% der förderfähigen Kosten betragen) und bis zu 100% des Betriebsmittelbedarfs zu finanzieren. Der Höchstbetrag der Förderung beträgt in der Regel 5 Mio. EUR.

Eine weitere Fördermöglichkeit, von der besonders auch die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft partizipieren können, ist das SAB-ESF-Mikrodarlehen. Existenzgründer und junge kleine und mittlere Unternehmen erhalten hier einen finanziellen Anschlag für Investitionen und Betriebsmittel. Für diese Zwecke können Sie in den ersten drei Jahren nach Geschäftsaufnahme ein zinsgünstiges Darlehen über maximal 20.000 Euro direkt bei der Sächsischen Aufbaubank (SAB) beantragen.

In den Richtlinien des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit zur Mittelstandsförderung – Verbesserung der unternehmerischen Leistungsfähigkeit ist seit Januar 2007 erstmals geregelt, dass jedes sächsische KMU im Außenwirtschaftsbereich Förderungen beantragen kann. Bis Ende 2006 gab es hier dahingehend Einschränkungen, dass lediglich produzierende Unternehmen als förderfähig galten.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Branchenbezogene und -übergreifende Maßnahmen orientieren sich an den Bedarfen der Beteiligten und werden schwerpunktmäßig an Schnittstellen mit hohem Synergiepotential organisiert. Beispielhaft zu nennen sind

- Designers' Open
- Tag des Designs
- Kulturblog.sachsen.de – Die Kulturwerkstatt
- Branchentreff „Film-Sommer Sachsen“
- Imagekampagne des Kunsthandwerks „Die Kunst zum Leben“
- Landesmusikakademie Colditz (ab Januar 2010)
- Netzwerkübergreifende Kommunikation, z.B. in Newslettern, auf Websites
- Podiumsdiskussionen

Wo besteht Handlungsbedarf?/ Welche Förderinstrumente sind geplant?

Grundsätzlich bestehen viele Möglichkeiten der Förderung von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Oftmals liegt dem scheinbaren Mangel an Fördermöglichkeiten nur ein Informationsdefizit bei den KMU bzw. eine zu geringe Sensibilität der fördernden Einrichtungen für die Belange der Kultur- und Kreativwirtschaft zugrunde. Beidem versucht man zu begegnen. So gibt es eine gemeinsame Veranstaltungsreihe der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen und der Sächsischen Aufbaubank, bei der in Workshops die Institutionen und Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den Fördermöglichkeiten des ESF für die Kultur- und Kreativwirtschaft informiert werden.

Ferner gibt es in Sachsen hervorragende Beratungsprogramme, die auch für ein Coaching der KMU der Kultur- und Kreativwirtschaft genutzt werden können.

Aktuell sind keine neuen Förderinstrumente des Freistaates Sachsen für den Kultur – und Kreativbereich geplant.

Best Practise Beispiele

Kulturblog.sachsen.de- die Kulturwerkstatt

Vor dem Hintergrund der Empfehlungen der Enquete Kommission Kultur in Deutschland des Deutschen Bundestages und der Notwendigkeit der Erarbeitung kulturpolitischer Leitlinien für den Freistaat Sachsen entstand die Idee, einen kulturpolitischen Dialog mit dem Ziel ins Leben zu rufen, für den Freistaat Sachsen erstmals seit dem Jahr 2000 kulturpolitische Leitlinien vorlegen und verabschieden zu können. Damit soll ein Rahmen definiert werden, innerhalb dessen sich Kultur in Sachsen unter den Prinzipien der Dezentralität, der Subsidiarität und der Pluralität in den kommenden Jahren entwickeln kann.

In fünf Veranstaltungen im **theater oben des Schauspielhauses Dresden** hat sich die Veranstaltungsreihe »kulturblog.sachsen.de - Die Kulturwerkstatt« mit den Themenbereichen: Kultur und demographischer Wandel, Kulturwirtschaft, kulturelle Bildung, Kulturentwicklung in einer globalisierten Welt und Kulturmarketing beschäftigt. Die Veranstaltungsreihe ist fachkompetent besetzt und erfährt einen großen Zuspruch.

Designers` Open

Das Festival für Design versteht sich als Kommunikationsplattform und Forum der Branche. Zum fünften Mal in Folge findet auch 2009 die Designers` Open, in Leipzig statt.

Ziel ist es, jungen kreativen Designern, Absolventen, Berufsanfängern, Newcomern den Weg in das Designbusiness aufzuzeigen und zu erleichtern. Die Designers` Open ist Forum und Marktplatz der Branche. Hier werden Neuentwicklungen und unkonventionelle Ideen dem Markt präsentiert. Die Rahmenprogramme bieten thematisch bezogene Inhalte vom Business to Business Workshops/ Vortragsprogrammen bis hin zu praxisnahen Projekt- und Produktvorstellungen. Die Veranstaltung ist publikumsoffen und will den Handel, das Handwerk wie auch den Endkunden ansprechen, das Potenzial der Designbranche abzurufen. Es geht darum, spartenübergreifende Netzwerke zu gründen und bestehende auszubauen. Design wird zunehmend ein wichtiges Bindeglied in der Wertschöpfungskette. Um dies zu erkennen und entsprechend zu kommunizieren- dafür steht die Designers` Open.

Der große Zuspruch und das wachsende öffentliche Interesse an dieser Veranstaltung bestätigt die Initiative der Veranstalter. Ein solch wirtschafts- und kommunikationsförderndes Festival steht im Zeichen des Wachstums und der jährlichen Wiederholung in Leipzig.

SACHSEN- ANHALT

Organisatorische Aufstellung

In Sachsen-Anhalt wird die Kreativwirtschaft im Ministerium für Wirtschaft und Arbeit im Referat Handwerk, Freie Berufe, Handel, Dienstleistungen, Kreativwirtschaft bearbeitet (eine Mitarbeiterin). Darüber hinaus wird die Kreativwirtschaft als Querschnittsbranche in die Mittelstands- und Gründungspolitik und das Standortmarketing einbezogen. Die ressortübergreifende Abstimmung erfolgt im "Interministeriellen Arbeitskreis Kreativwirtschaft" (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit, Staatskanzlei, Kultusministerium, Investitions- und Marketinggesellschaft des Landes Sachsen-Anhalt).

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Kulturwirtschaft ist in Sachsen-Anhalt in den vergangenen Jahren zu einem wesentlichen wirtschafts- und beschäftigungspolitischen Faktor geworden. Im Kulturwirtschaftsbericht 2006 und im entsprechenden Teil der Clusterpotenzialanalyse 2008 wurden die Chancen und Defizite der sich herauskristallisierenden Branchen Designwirtschaft und Medienwirtschaft herausgearbeitet. In 2007 waren in Sachsen-Anhalt 2.754 steuerpflichtige Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft registriert. Diese Unternehmen beschäftigen 9.670 sozialversicherungspflichtige Arbeitnehmer und erwirtschafteten einen Umsatz von 557,5 Mio. Euro.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

- **Infrastrukturförderung**
Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur"
 - Unternehmensförderung
 - Infrastrukturförderung

 - **Technologie- und Innovationsförderung**
 - Forschung, Entwicklung und Innovation
 - Schutz und Verwertung von Innovationen
 - Förderung von Innovationsassistenten und des Personalaustausches
 - Wissens- und Technologietransfer
 - Forschungsscheck

 - **Mittelstandsförderung/Mittelstandsinitiative**
 - **Sachsen-Anhalt IDEE - Das IB-Innovationsdarlehen**
Ausgaben für die Markteinführung eines Produktes, Verfahrens oder einer Dienstleistung aus einem FuE-Prozess bis zur Generierung der für den Kapitaleinsatz ausreichenden Umsätze
 - **Sachsen-Anhalt IMPULS - Das IB-Mittelstands- und Gründerdarlehen**
Darlehen für Betriebsausgaben nach Existenzgründungen und für die Vorfinanzierung von Aufträgen
 - **Sachsen-Anhalt IMPULS MEDIEN - Das IB-Mittelstands- und Gründerdarlehen für die Medienwirtschaft NEU!**
 - **Sachsen-Anhalt MUT - Die IB-Auftragsvorfinanzierung**
Darlehen für Betriebsausgaben nach Existenzgründungen und für die Vorfinanzierung von Aufträgen
 - **Sachsen-Anhalt WACHSTUM - Das IB-Mezzaninedarlehen**
Ausgaben im Zusammenhang mit Auftragsvorfinanzierungen
Ausgaben von Existenzgründern innerhalb von 3 Jahren nach Gründung für anderweitige Betriebsausgaben für maximal 6 Monate
 - **Beratungshilfeprogramm**
spezifische Beratungen mit dem Ziel der Sicherung und Neuschaffung von Arbeitsplätzen
- o. g. Programme stehen Freiberuflern offen.
- **Messebeteiligungen**
 - **Sachsen-Anhalt AUSBILDUNG** - Zuschuss zur Verbundausbildung und zum externen Ausbildungsmanagement
 - **Sachsen-Anhalt WEITERBILDUNG** - Zuschuss zur Qualifizierung von Beschäftigten

- **Gründer**
 - **KfW-StartGeld**
Unterstützung von Gründern mit geringem Finanzierungsbedarf bis zu drei Jahren nach Aufnahme der Geschäftstätigkeit. Eine Kreditvergabe ist nur möglich, wenn der Finanzierungsbedarf 50.000 Euro nicht übersteigt.
 - **ego.-START**
Förderung von wissens- und technologiebasierten Unternehmensgründungen
Es wird auch gefördert: Produktdesign für die Gestaltung von Industrieprodukten sowie einer damit verbundenen Beratungsleistung bis zu 75 % des förderfähigen Ausgaben (max. 20.000 €)
 - **ego.-PLUS**
Mezzaninedarlehen für wissens- und technologiebasierte Unternehmensgründungen
 - **ego.-KONZEPT**
Zuwendungen für Maßnahmen und Einzelprojekte zur Sensibilisierung, Motivierung und Unterstützung von Existenzgründern
 - **Business-Angels-Netzwerk Sachsen-Anhalt**
unterstützt die Gründung und das Wachstum von innovativen Ideen
 - **Businessplanwettbewerb Sachsen-Anhalt**
Der Businessplanwettbewerb Sachsen-Anhalt richtet sich landesweit an innovative Gründungen und junge Unternehmen. Teilnehmen kann jeder, der in Sachsen-Anhalt eine gute Geschäftsidee hat, ein Unternehmen gründen will oder innerhalb der letzten 2 Jahre gegründet hat.
 - **KfW-IB-Beratungssprechtage**
Fundierte Beratung für eine maßgeschneiderte Finanzierung - mit diesem Ziel bieten KfW und IB an sieben Standorten in Sachsen-Anhalt eine Finanzierungsberatung an.
 - **„business-arte“, Qualifizierungsprogramm für Absolventen der Kreativwirtschaft**
Projekthalt:
Potentialerschließung für Gründungen von HS-Absolventen mit hoher Entwicklungsperspektive und Innovationsgehalt in der Kreativwirtschaft durch vorbereitende Qualifizierung, individuelles Coaching und Hilfestellung bei der Konzepterstellung sowie Sicherung der Marktetablierung und Nachhaltigkeit der vollzogenen Gründungen durch begleitende Qualifizierung/Coaching, Projekt- und Netzwerkarbeit unter Einbeziehung der bestehenden Gründernetzwerke an den Hochschulen sowie von Indikatoren wie Multimediazentrum, Designhaus und Weinbergcampus.

Diese Programme stehen den Freiberuflern offen.

- **Sonstige**
 - Sonderprogramm zum Aufbau der Informationsgesellschaft in Sachsen-Anhalt
Entwicklung, Einführung und Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien
Förderfähig: Projektgemeinschaften
 - Förderung der interregionalen Zusammenarbeit
Fördermittel u. a. für Studien, Recherchen, Seminare, Workshops, Konferenzen, Studienaufenthalte, Informations- und Öffentlichkeitsmaßnahmen, Vermarktungsstrategien Pilot- und Demonstrationsprojekte sowie für die Initiierung von Netzwerken
Förderfähig: natürliche und juristische Personen des privaten Rechts (keine KMU).

Spezifische Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

- **Medien**
 - **Sachsen-Anhalt IMPULS MEDIEN**
Mit Sachsen-Anhalt IMPULS MEDIEN wird in Sachsen-Anhalt ansässigen Medienschaffenden ein Darlehen Verfügung gestellt, mit dem Investitionen, Betriebsausgaben und auch immaterielle Wirtschaftsgüter, wie beispielsweise der Kauf von Rechten und Drehbüchern, finanziert werden können.
Bei einer maximalen Laufzeit von 15 Jahren und einer Darlehenssumme von 25.000 Euro bis zu 3,0 Millionen Euro kann so die Finanzierung von Medienprojekten abgesichert.

- **Film- und Medienprojekte -Mitteldeutsche Medienförderung GmbH**
Förderung von großen internationalen Filmproduktionen und kleineren Projekten (z.B. Festivals oder auch die Teilnahme von jungen Filmschaffenden) Hierbei werden die Vorbereitung, Herstellung, Verbreitung und Präsentation von Film-, Fernseh-, Video-, Computer- und weiteren audiovisuellen Medienproduktionen unterstützt, sofern sie wirtschaftlich erfolgversprechend sind. Gefördert werden Film- und Medienprojekte in Thüringen, Sachsen-Anhalt und Sachsen.
- **Förderung offener Kanäle und Hörfunksender**
Aufbau und Betrieb Offener Kanäle sowie nichtkommerzieller lokaler Hörfunksender in Sachsen-Anhalt, die Entwicklung rundfunktechnischer Infrastruktur und medienpädagogische Projekte
Die Förderung der Offenen Kanäle und nichtkommerziellen lokalen Hörfunksender erfolgt in Form einer Fehlbedarfsfinanzierung. Die Förderung der und funktechnischen Infrastruktur sowie medienpädagogischer Maßnahmen erfolgt nach Maßgabe der Medienanstalt Sachsen-Anhalt.
- **Multimedia-Richtlinie**
Förderung der informations- und kommunikationstechnischen Strukturen zur Nutzung elektronischer Medien an den allgemeinbildenden und berufsbildenden Schulen in Sachsen-Anhalt
- **Qualifizierung**
 - „business-arte“, Qualifizierungsprogramm für Absolventen der Kreativwirtschaft
Projekthalt:
Potentialerschließung für Gründungen von HS-Absolventen mit hoher Entwicklungsperspektive und Innovationsgehalt in der Kreativwirtschaft durch vorbereitende Qualifizierung, individuelles Coaching und Hilfestellung bei der Konzepterstellung sowie Sicherung der Marktetablierung und Nachhaltigkeit der vollzogenen Gründungen durch begleitende Qualifizierung/Coaching, Projekt- und Netzwerkarbeit unter Einbeziehung der bestehenden Gründernetzwerke an den Hochschulen sowie von Indikatoren wie Multimediazentrum, Designhaus und Weinbergcampus.

Best-Practise-Beispiel

Internetauftritt/ Broschüre „Wegweiser Designwirtschaft Sachsen-Anhalt“

Die Broschüre und Website bieten einen Überblick über das Leistungspaket der Designer im Land Sachsen-Anhalt, über Ausbildungswege und Möglichkeiten der Förderung sowie über Events, Awards und News zum Thema „Design“.

Grundlage der Bemühungen ist es, die Designbranche stärker in den Fokus des Landesmarketings zu rücken. Vorrangiges Ziel des Internetauftrittes ist es, die Vernetzung und Förderung der in der Designwirtschaft Tätigen/Aktiven weiter voranzutreiben und Synergien für gemeinsame Projekte mit einheimischen Unternehmen zu schaffen. Bisher haben 72 Unternehmen der Designwirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt von der Möglichkeit gebrauch gemacht und sich im Branchenverzeichnis eingetragen.

Das Projekt wird fortwährend aktualisiert und auch in den kommenden Jahren weitergeführt. Die Plattform soll 2010 auf die gesamte Kreativwirtschaft ausgeweitet werden.. Im Fokus stehen die Förderung von Kontaktbildung sowohl unter den Kreativen selbst als auch zu potenziellen Auftraggebern.

<http://www.kreativ-sachsen-anhalt.de>

SCHLESWIG-HOLSTEIN

Organisatorische Aufstellung

Das Thema Kulturwirtschaft wird in Schleswig – Holstein federführend in der Kulturabteilung, angesiedelt in der Staatskanzlei, in enger Abstimmung mit dem Wirtschaftsministerium bearbeitet.

Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2006

2006 gab es 5960 Unternehmen und Selbständige, was einem Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft Schleswig-Holsteins von 5,7 % entspricht. Die Anzahl der Erwerbstätigen (Selbständige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) belief sich 2006 auf 20467 Personen (2,3 % Anteil an der Gesamtwirtschaft), davon 14.507 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (entspricht 1,9 % Anteil an der Gesamtwirtschaft). Dazu kommen 7631 geringfügig Beschäftigte (4,4 %) und knapp 2000 Personen (3,1%), die im Nebenjob in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Schleswig-Holstein tätig sind. 2006 wurde ein Umsatz von 2,2 Mrd. € erwirtschaftet (1,8 % bezogen auf Gesamtwirtschaft).

Teilmarkt	Selbständige u. Unternehmen	Umsatz in Mio. €	sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Erwerbstätige**
Musikwirtschaft	211	64	511	722
Buchmarkt	480	267	1 296	1776
Kunstmarkt	449	97	95	544
Filmwirtschaft	422	262	264	686
Rundfunkwirtschaft	529	44	214	743
Darstellende Künste	373	58	570	943
Designwirtschaft	989	317	1287	2276
Architekturmarkt	1171	240	1799	2970
Pressemarkt	733	411	2243	2976
Werbemarkt	996	408	2202	3198
Software/ Games	820	306	5085	5905
Sonstiges	164	43	529	693
Mit Doppelzählung	7337	2516	16095	23432
Doppelte WZ	1377	341	1588	2965
Kultur- und Kreativwirtschaft	5960	2175	14507	20467
Anteil an Gesamtwirtschaft	5,7 %	1,8 %	1,9 %	2,3 %

*WZ 2003

**Erwerbstätige umfassen alle Selbständigen und sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten

Ausrichtung der Förderpolitik

Schleswig-Holstein hat erstmals 2004 einen Kulturwirtschaftsbericht vorgelegt, der deutlich machte, dass in Schleswig-Holstein ein begrenztes Potenzial im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft besteht. Dieses gilt es stärker zu entwickeln. Auf der Nutzbarmachung und verbesserten Kommunikation bestehender Förderoptionen wird dabei das Hauptaugenmerk liegen.

Instrumente der allgemeinen Wirtschaftsförderung

Für die Förderung von Unternehmensinvestitionen und Existenzgründungen steht in Schleswig-Holstein ein breites Förderinstrumentarium zur Verfügung, das allerdings in der Regel nicht nach einzelnen Branchen differenziert. Spezielle Fördermöglichkeiten für die Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es bei den Instrumenten der Wirtschaftsförderung daher nicht. Den Unternehmen der Kulturwirtschaft stehen – soweit eine nachhaltige gewerbliche Tätigkeit vorliegt – alle Instrumente der betrieblichen Förderung zur Verfügung. Dieses gilt für die unentgeltliche Beratungsleistung der Förderberatung Wirtschaft bei der Investitionsbank (einschl. Existenzgründerinnenberatungsstelle)

und Bürgschaften der Bürgschaftsbank, Darlehen und Sonderdarlehen der Investitionsbank sowie ggf. auch Beteiligungen der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaft. Wesentlicher Bestandteil der Wirtschaftsförderung ist die Einzelbetriebliche Investitionsförderung aus der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ und dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE). Sofern gewerbliche Unternehmen der Kulturwirtschaft Investitionen vornehmen, die zu dauerhaften sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen führen oder die solche Arbeitsplätze erhalten, und sofern die von diesen Unternehmen angebotene Dienstleistung oder das produzierte Gut überregional abgesetzt werden, kann eine Förderung der Investitionen mit den o. g. Fördermitteln in Frage kommen.

Weitere zentrale Instrumente der Wirtschaftsförderung, die bei Vorliegen der entsprechenden Fördervoraussetzungen auch den Unternehmen der Kulturwirtschaft zur Verfügung stehen, sind:

- Bürgschaftshilfen des Landes und der Bürgschaftsbank Schleswig-Holstein GmbH
- Zinsgünstige Darlehen und Sonderdarlehen mit eigenkapitalähnlichem Charakter der Investitionsbank Schleswig-Holstein
- Beteiligungen der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaft
- Förderung von Existenzgründungen durch Programme der Investitionsbank, der Bürgschaftsbank und der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaft

Die Finanzierungsprodukte der Investitionsbank, der Bürgschaftsbank und der MBG sind auch für Angehörige Freier Berufe geöffnet (Kriterium: gewinnorientiert).

In Schleswig-Holstein gibt es keine Programme, die sich speziell an Kleinunternehmen wenden. Die Programme Starthilfe (für Existenzgründer) und KMUdirekt der Investitionsbank (IB) sind jedoch für kleinere Finanzierungsabschnitte konzipiert, bei denen auf eine direkte Mitwirkung der Hausbank verzichtet wird (Hausbankfunktion).

Angesichts der vielfältigen Instrumente und Programme der betrieblichen Förderung, der Existenzgründung und der dargestellten Ansätze im ZPW erscheinen der Landesregierung spezielle Fördermöglichkeiten für Unternehmen der Kulturwirtschaft derzeit nicht notwendig. Hemmnisse im Bereich des Zugangs und der Nutzung der bestehenden Förderangebote sollen durch Beratung und Information abgebaut werden.

Spezielle Förderinstrumente für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Im Rahmen des Zukunftsprogramms Wirtschaft, in dem die wirtschafts- und regionalpolitischen Fördermittel des Landes für die Programmjahre 2007 – 2013 gebündelt werden, wurde 2007 in Schleswig-Holstein die Möglichkeit geschaffen, **Netzwerke zwischen Kultur und Wirtschaft zu fördern**.

Die Netzwerke sollen beide Sektoren stärker miteinander verknüpfen und kulturwirtschaftliche Aktivitäten bündeln. Im Schnittfeld beider Bereiche sollen, das kulturwirtschaftliche Potenzial aktiviert werden, das endogene kulturwirtschaftliche Potenzial gestärkt und kulturspezifische Standortfaktoren zur Attraktivitätssteigerung des Landes entwickelt werden.

Gefördert werden die Vorbereitung, Steuerung und Durchführung von Netzwerkaktivitäten, insbesondere Maßnahmen für die Verbesserung der wirtschaftlichen Orientierung im Kulturbereich insbesondere wenn sie

- zur Entwicklung kulturbezogener Tätigkeiten und Dienstleistungen bzw. zur Standortverbesserung beitragen,
- den Aufbau von Strukturen und Techniken, die der Unterstützung der Kulturwirtschaft oder der Erschließung gemeinsamer Handlungsfelder von Hochschulen und Kultureinrichtungen für die Sicherung des kulturellen Erbes dienen oder
- Produkt- und Marketingentwicklungen im Kulturbereich zur Verbesserung der Eigenwirtschaftlichkeit der einzelnen Einrichtungen.

Filmwirtschaft

Für die **Teilbranche Filmwirtschaft** existiert ein kulturwirtschaftlich ausgerichtetes Förderprogramm. Es ist durch die Fusion der Filmförderungen von Hamburg und Schleswig-Holstein (FF HSH) entstanden. Das Fördervolumen ist seither deutlich gewachsen, was der Produktionswirtschaft in Schleswig-Holstein überproportional zugute kommt. Das Budget der FF HSH liegt derzeit bei 11 Mio. €.

Ein wichtiges Kriterium für die Förderung ist die Produktion und Beschäftigung vor Ort. Die Regionaleffekte werden bereits im Voraus kalkuliert und vertraglich fixiert. Insgesamt ist der Effekt für Schleswig-Holstein größer als die eingesetzte Fördersumme. Der Mittelrückfluss beträgt 8 bis 12 %. Neben einem Werbebudget tragen öffentlichkeitswirksame internationale Drehs maßgeblich zur Attraktivität des Standorts bei.

Die FF HSH verwendet ca. 20 % ihrer Gelder für Fernsehprojekte, bei denen die weitere Verwertung eine besondere Rolle spielt. Die Filmwerkstatt in Kiel dagegen dient als Ort für innovative Medienprojekte und bietet dem Nachwuchs und Quereinsteigern eine Plattform. Die Film Commission wiederum versucht, die Filmstandorte in beiden Ländern zu stärken.

Best Practise Beispiele

Marketingentwicklung NordArt

Die Nord Art hat sich seit Gründung 1998 zur größten Kunstaussstellung Schleswig-Holsteins entwickelt. Mit einer Ausstellungsfläche von rund 20 000 qm Innenraum und 60 000 qm Außenraum und zuletzt über 200 Künstlern aus 37 Ländern ist sie die größte Präsentation zeitgenössischer und Junger Kunst weit über Schleswig-Holstein hinaus. In Relation zu Aufwand, Umfang, Qualität und Attraktion ist die Besucherzahl von 15 000 im Schnitt der letzten Jahre steigerungsfähig und steigerungsbedürftig. Eine Steigerung setzt in erster Linie ein professionell und kulturwirtschaftlich geführtes nachhaltiges Marketing voraus, mit dem ein in der Perspektive dem Schleswig-Holstein-Musikfestival vergleichbarer Bekanntheitsgrad angestrebt wird. Gezielte Werbung in Hamburg und Norddeutschland sowie in Dänemark und im skandinavischen Raum und eine intensive Besucherinformation und -betreuung dienen zur Erschließung eines künftig internationalen Besucherpotentials. Um der NordArt über den Förderzeitraum hinaus auf Dauer eine *selbsttragende und eigenwirtschaftliche* Basis zu geben, ist die NordArt mittelfristig zu einer professionellen Kunstpräsentation mit Verkauf und mit eigenem Profil und spezifischen Alleinstellungsmerkmalen zu entwickeln. Das populäre Präsentationskonzept und der eigene künstlerische Anspruch der NordArt bieten das Potenzial, um auf originelle Weise gleichrangig neben etablierten deutschen Kunstmessen zu bestehen. Ziel des Projektes ist es, die NordArt auf dem Weg zu einer in gemeinnützigem Rahmen betont eigenwirtschaftlich operierenden anerkannten Kunstpräsentation für Norddeutschland und des gesamten Ostseeraum zu positionieren.

Dialog KulturWirtschaft

Um den kulturellen und kulturwirtschaftlichen Sektor in Schleswig-Holstein und in Norddeutschland langfristig zu sichern, zu festigen und perspektivisch auszubauen soll am Nordkolleg Rendsburg gemeinsam mit der Vereinigung der Unternehmensverbände Hamburg und Schleswig-Holstein e.V. (UVNord) ein **Kompetenzschwerpunkt Weiterbildung KulturWirtschaft** geschaffen werden.

Die durchzuführenden Maßnahmen, im Einzelnen Weiterbildungen, Qualifizierungen, Seminare, Tagungen und Projekte dienen einer Verbesserung der wirtschaftlichen Orientierung im Kulturbereich, insbesondere durch eine Professionalisierung des Kulturbetriebs und dessen Management, der Effizienzsteigerung und der Erhöhung des Auslastungsgrades und unterstützen die Entwicklung kultureller Kompetenz- und Servicezentren in Norddeutschland

Gleichzeitig entsteht eine Schnittstelle zwischen der norddeutschen Wirtschaft, dem Kultursektor und den kulturell bzw. künstlerisch, kulturwirtschaftlich und kulturtouristisch ausbildenden Universitäten und Fachhochschulen. Das geplante Kompetenzzentrum bietet eine Plattform für eine sinnvolle Vernetzung, für den gegenseitigen Austausch, für das Herausarbeiten der gegenseitig stärkenden Faktoren und für einen Management-, Kreativitäts- und Innovationstransfer, der kulturelle wie ökonomische Mehrwerte identifiziert und sichert. Hierdurch werden die Voraussetzungen für eine bessere Wahrnehmung künstlerischer, kultureller oder kulturwirtschaftlicher Produkte, für einen prosperierenden Kulturtourismus und damit für eine mögliche Markenbildung und Markenkommunikation geschaffen.

Die Maßnahmen des Kompetenzzentrums sollen darüber hinaus durch entsprechende Qualifizierungen die Voraussetzungen für kulturwirtschaftliche Existenzgründungen wie für einen erfolgreichen „Career Service“ für die Absolventen der norddeutschen Hochschulen bilden.

4. Handlungsempfehlungen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Länder sind ebenso wie die Bundesregierung der Auffassung, dass unsere Gesellschaft heute mehr denn je darauf angewiesen ist, Kreativität zu entfalten, um Wohlstand zu sichern. Aufgrund ihres Querschnittscharakters kann die Kultur- und Kreativwirtschaft einen wichtigen Beitrag zur Bewältigung des wirtschaftlichen Strukturwandels auf Ebene der Länder wie auch auf nationaler Ebene leisten. Sie ist ein wichtiger Standortfaktor mit hohem Innovations- und Beschäftigungspotenzial, den es durch geeignete Rahmenbedingungen in seinem Wachstum in Deutschland zu unterstützen gilt.

Eine Politik für eine Querschnittsbranche wie die Kultur- und Kreativwirtschaft betrifft zwangsläufig unterschiedlichste Handlungsfelder in den Ländern – von der Wirtschafts-, Kultur-, Stadtentwicklungspolitik, aber auch Bildungs-, Sozial- und Beschäftigungspolitik.

Im Rahmen der Beauftragung der Ad-hoc Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft standen die Wirtschaftsförderinstrumente und Best Practise- Beispiele auf Länderebene im Fokus, Handlungsbedarfe sind eruiert und Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Förderinstrumentariums für die Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt worden.

Die Bundesebene betreffende Handlungsempfehlungen

Die Länder begrüßen die Aktivitäten auf Bundesebene, die seit dem Start der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft realisiert worden sind, wollen jedoch - in den Fällen wo auch Länderinteressen berührt sind oder komplementäre Instrumente auf Bundes- und Länderebene existieren – stärker in die Anpassung und Entwicklung von Instrumenten einbezogen werden.

Im Rahmen des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sowie dem Beauftragten für Kultur und Medien in Auftrag gegebenen Berichts zu Kultur- und Kreativwirtschaft sind von den Gutachtern die nachfolgenden Handlungsfelder benannt worden:

- Aufbau eines Expertennetzwerks als Beratung für die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft,
- Aufbau einer bundesweiten Branchenplattform der Kultur- und Kreativwirtschaft,
- Monitoring und Fortschreibung der quantitativen Analysen zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft,
- Öffnung bestehender Förderprogramme für innovative Unternehmen aus Kultur- und Kreativwirtschaft,
- Entwicklung von Bewertungsmaßstäben für Banken und Wirtschaftsförderer,
- Ausweitung von Bundespreisen als ergänzende Maßnahme,
- Ausweitung der Messeförderung (Zielgruppen/ förderfähige Ausgaben) Weiterentwicklung von Programmen mit kleinteiligen Förderbeträgen,
- Weiterführende und vertiefende Analysen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen.

Nach Abschluss der Phase der Branchenhearings plant die Bundesregierung zur weiteren Umsetzung ihrer Initiative die Einrichtung von regionalen Beratungsstellen für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Erfolg dieser Beratungsstellen wird u.a. von ihrer finanziellen Ausstattung, aber auch der Einbindung in Länderaktivitäten abhängen. Darüber hinaus ist die Einrichtung eines zentralen Kompetenzzentrums sowie ein regelmäßiges Monitoring der Daten der Kultur- und Kreativwirtschaft auf nationaler Ebene geplant. Alle diese Schritte werden von den Ländern begrüßt.

Nichtsdestotrotz sehen die Länder an einigen Punkten des bisherigen Förderinstrumentariums auf Bundesebene Handlungsbedarf. Dies gilt u.a. für die Außenwirtschaftsförderinstrumente sowie für die generellen Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.

Die Länder bitten die Bundesregierung u.a. um Prüfung, inwieweit mit den Programmen der Außenwirtschaftsförderung die Internationalisierung der Kultur- und Kreativbranchen vorangetrieben und damit weitere Impulse für Wertschöpfung und Beschäftigung erreicht werden können. Der Exportanteil kreativer Dienstleistungen und Produkte in Deutschland ist in vielen Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft steigerungsfähig. Dazu gehört auch eine Überprüfung, ob die Messeförderung in der bisherigen Form den Erfordernissen der Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft gerecht wird.

Fördermaßnahmen des Bundes wie auch der Länder können jedoch nur dann ihre volle Wirksamkeit entfalten, wenn auch die rechtlichen Rahmenbedingungen stimmen. Ein wichtiges Element ist der Schutz des geistigen Eigentums, der für die kreativ schaffenden Künstler und Unternehmen fortentwickelt werden sollte. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung und sich daraus ergebender Vertriebs- und Kopiermöglichkeiten müssen zahlreiche Kreative um eine angemessene Vergütung fürchten. In der Kultur- und Kreativwirtschaft kommt den Schöpfern von Inhalten eine besondere Bedeutung zu, da sie die Grundlage für eine Vielzahl sich anschließender ökonomischer Aktivitäten legen. Wichtig ist daher, dass die kreativen Schöpfer auch wirtschaftlich eine Zukunft haben.

Die Fortentwicklung des Rechtsrahmens für digitalen Urheberrecht bleibt daher langfristig eine wichtige Aufgabe. Kurz- und mittelfristig sind neue Formen der wirtschaftlichen und technischen Kooperation von Rechteinhabern und Diensteanbietern notwendig, z.B. Aufklärung und Warnhinweise, technische Schutzmaßnahmen oder neue Geschäftsmodelle.

Die Länder bitten die Bundesregierung, den Ende vergangenen Jahres begonnenen und beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie eingerichteten Wirtschaftsdialog für mehr Kooperation zur Bekämpfung der Internetpiraterie mit dem Ziel fortzuführen, innerhalb eines überschaubaren Zeitrahmens mit allen Beteiligten zu Lösungsansätzen zu kommen.

Insbesondere ist darauf hinzuwirken, dass es zu einem angemessenen Interessenausgleich zwischen dem Schutz von geistigem Eigentum auf der einen Seite und der schnellen und breiten Verwertung und Weiterverwendung von kreativen Leistungen in der Wissens- und Informationsgesellschaft auf der anderen Seite kommt. Dieses Anliegen sollte im nächsten Reformpaket des Urheberrechts (sog. Dritter Korb) Berücksichtigung finden und im Rahmen der Beantwortung der offenen Fragen des Bundesrates mit konkreten Lösungsvorschlägen unterfüttert werden.

Zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft gehört aus Sicht der Länder auch die kontinuierliche Weiterentwicklung des Rechtsrahmes für den Telemedienbereich. Für private Medien brechen derzeit in ungekanntem Ausmaß Einnahmen und damit die Finanzierungsgrundlagen weg. Die Länder bitten daher die Bundesregierung um Prüfung, welche volkswirtschaftlichen Auswirkungen beispielsweise Leistungsschutzrechte für Verlage, Formatschutzrechte für Medien und Vorgaben für die Werbewirtschaft kurz- und langfristig haben.

Handlungsempfehlungen, die die Länderebene betreffen

Vorauszuschicken ist, dass es sich bei allen Punkten um Empfehlungen handelt, die jeweils von einer Mehrheit der Vertreterinnen und Vertreter der Ad-hoc Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft und der Länder getragen werden:

1. Der erarbeitete Leitfaden und die **abgestimmte Systematik zur Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten** soll in künftigen Kulturwirtschaftsberichten der Länder Anwendung finden. Der Ad-hoc Arbeitskreis Kulturwirtschaft empfiehlt dem Bund, bei Auswertungen auf nationaler Ebene die abgestimmte Definition und Abgrenzung zu nutzen.
2. Der Ad-hoc Arbeitskreis sieht es als sinnvoll an, in Kulturwirtschaftsberichten, aber auch bei der branchenbezogenen Entwicklung von Handlungsempfehlungen das **Modell der kulturellen Wertschöpfungskette** (vgl. Bericht Enquetekommission) anzuwenden und darauf aufbauend die Zusammenhänge zwischen dem schöpferischen Akt der Wertschöpfung und der Vermittlung/ Verwertung darzustellen.
3. Das im Frühjahr 2009 veröffentlichte Gutachten des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie sowie des Beauftragten für Kultur und Medien stellt fest, dass es zwischen den Größenklassen der Unternehmen (Kleinstunternehmen/ Kleine Unternehmen/ Mittlere Unternehmen/ Großunternehmen) in der Kultur- und Kreativwirtschaft erhebliche Unterschiede in der Anzahl und den Volumina der Förderangebote gibt. Die Länder, die über ein **Fördermittelcontrolling** für den Kreativsektor verfügen, sehen es als sinnvoll an, eine Verfeinerung der Auswertungsstandards bei der Fördermittelinanspruchnahme zu prüfen, um mehr Informationen über die Nutzung von Förderprogrammen in Teilmärkten, Wirtschaftszweigen oder bezogen auf unterschiedliche Unternehmensgrößen zu erhalten und darauf aufbauend Förderlücken schneller schließen zu können.

4. Die Zuständigkeit für die Themen Kultur- und Kreativwirtschaft ist in den Bundesländern sehr unterschiedlich geregelt. Während beispielsweise das Land Hamburg die Zusammenführung wesentlicher Aufgabenbereiche in der Behörde für Kultur, Sport und Medien gewählt hat, wurden in den meisten Ländern ressortübergreifende Abstimmungsrunden installiert, um dem Querschnittsthema gerecht zu werden. Der Ad-hoc Arbeitskreis Kulturwirtschaft plädiert für eine angemessene **Verankerung des Querschnittssektors Kultur- und Kreativwirtschaft** im politisch- administrativen System der Bundesländer und dafür dass die ressort- und themenübergreifende Zusammenarbeit zugunsten der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter verbessert wird.
5. Viele Bundesländer haben in den letzten 10 Jahren Kulturwirtschaftsberichte veröffentlicht, Potentiale identifiziert und Handlungsempfehlungen für verschiedene Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft beauftragt oder entwickelt. Dennoch wird bisher auf Länderebene noch sehr punktuell an der Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft gearbeitet, ressortübergreifende integrierte **strategische Handlungskonzepte** mit Positionierungen einzelner Teilmärkte, abgeleiteten Zielen und Maßnahmenpaketen sind selten. Aufgrund ihrer Charakteristika erfordert die Kultur- und Kreativwirtschaft neben kompetenten Ansprechpartnern und Ansprechpartnerinnen ein hohes Maß an **Verfahrenskreativität** – gemeint sind Spielräume innerhalb der Verwaltung, flexibel und bedarfsgerecht auf Problemstellungen zu reagieren. Beides wird von der Ad-hoc Arbeitsgruppe als Herausforderung für die Zukunft gesehen.
6. Auch im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ist Clusterbildung ein zunehmend wichtiges Thema, um den Austausch der kleinteilig strukturierten Branchen des Kreativbereichs zu intensivieren sowie die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von Standorten oder Regionen zu stärken. Bei den meisten „Clustern“ handelt es sich de facto um branchenbezogene Netzwerke. Von der Politik stärker forciert werden branchenübergreifende **Clusterstrukturen** für den Kreativbereich, wie sie in Hamburg, Berlin und Nordrhein- Westfalen in unterschiedlichen Ausprägungen existieren und in weiteren Ländern geplant sind. Insbesondere vor dem Hintergrund der Kleinteiligkeit des Sektors empfiehlt der Ad-hoc Arbeitskreis, branchenbezogene wie auch branchenübergreifende Netzwerke in den Bundesländern weiter auszubauen.
7. Die Vertreterinnen und Vertreter der Ad-hoc Arbeitsgruppe sind mehrheitlich der Meinung, dass **Synergiepotentiale** zwischen Kultur – und Kreativwirtschaft, aber auch anderen Wirtschaftsbereichen stärker als bisher – beispielsweise über Wettbewerbe oder intensivere Kommunikation branchenübergreifender Kooperationsprojekte - genutzt werden sollen.
8. **Teilmarktbezogene Förderprogramme** gibt es in den Ländern bisher fast ausschließlich im Film- und Medienbereich, in den Ländern Bayern, Baden-Württemberg, Hessen, Nordrhein- Westfalen, Sachsen und Hamburg auch für die Designbranche und in einigen Ländern (u.a. Hamburg, Berlin, Brandenburg) für den Gamessektor. Sinnvoll scheint in den Ländern, die noch nicht alle Förderprogramme für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft geöffnet haben, das gesamte Förderinstrumentarium auf **Zugangsmöglichkeit für freiberuflich Tätige und Mikrofirmen** sowie Passgenauigkeit der Fördervoraussetzungen für diese Zielgruppen zu durchleuchten.
9. Vielen Unternehmen und insbesondere freiberuflich Tätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die bestehenden Fördermöglichkeiten nicht hinreichend bekannt, die **Förderprogramme** für die Kultur- und Kreativwirtschaft müssen regelmäßig und **zielgruppenadäquat beworben** werden. Angesichts der Fülle an Programmen und Informationen sind webbasierte Informationsportale für den Kreativbereich, wie beispielsweise in Berlin das Creative City Berlin- Portal, auf Länder- wie auf Bundesebene sinnvoll. Ein weiteres beispielhaftes Instrument sind Wettbewerbe bzw. so genannte „Call for Projects“ zu speziellen Branchen oder Themen, da diese ein hohes Aktivierungspotential haben und mit Förderprogrammen verbunden werden können.
10. Auch die regelmäßige **Sensibilisierung** der Förderbanken und privater Banken für die Bedarfe der Kultur- und Kreativwirtschaft ist notwendig. In einigen Ländern finden regelmäßig branchenbezogene Informationsveranstaltungen statt, in denen Unternehmen die spezifischen Bedarfe ihrer Branche und die Vertreter öffentlicher und privater Banken ihre Förderinstrumente und Anforderungen erläutern.

11. Der Ad-hoc Arbeitskreis sieht es als notwendig an, die **Innovationsförderung grundsätzlich für nicht-technologieorientierte Unternehmen und Vorhaben zu öffnen**, um die dauerhafte Innovationsfähigkeit zu sichern. Im Rahmen eines Modellvorhabens erhalten Unternehmen in Baden- Württemberg seit 2008 – darunter auch Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft - Innovationsgutscheine mit Zuschüssen bis zu 7.500 € für umsetzungsorientierte Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten. In Nordrhein- Westfalen, Bayern und Berlin sind vergleichbare Instrumente eingeführt worden, während Sachsen- Anhalt Innovationsdarlehen an Unternehmen des Kreativsektors vergibt, mit der die Markteinführung eines Produkts, eines Verfahrens oder einer Dienstleistung unterstützt werden kann.
12. **Mikrodarlehen** werden von den Ländern mehrheitlich als wichtiger Förderansatz für die Kultur- und Kreativwirtschaft erachtet. Bei Unternehmen dieses Sektors besteht ein erheblicher Bedarf an Mikrokrediten bis zu 25.000 €, die in einem vereinfachten Prozedere zügig zu bearbeiten sind. Bisher agiert in Deutschland vor allem das Deutsche Mikrofinanzinstitut mit seinen lizenzierten Partnerinstitutionen, die eine Kombination aus Mikrodarlehen und Coachingelementen anbieten. Aufgrund des anhaltenden Bedarfs an Mikrofinanzierungsmöglichkeiten im Kreativbereich sollten die Länder gegebenenfalls eine Ergänzung ihres Instrumentariums um vereinfacht beantragbare Mikrodarlehen prüfen. Vor dem Hintergrund der geplanten Aufstockung des Mikrofinanzfonds Deutschland um 100 Mio. € über das Bundesministerium für Arbeit und Soziales wird die Bundesregierung gebeten, dies eng mit bestehenden Programmen und Strukturen in den Ländern abzustimmen, um Doppelstrukturen zu vermeiden und die bisherigen länderseitigen Anpassungsvorschläge zu prüfen.
13. In einigen Bereichen wie dem Fernseh- oder Games-, aber auch dem Modebereich besteht ein großer Bedarf an **Zwischenfinanzierungen**, um den Zeitraum zwischen Produktion und Abnahme (Auftragsproduktionen im Fernsbereich) oder zwischen Produktion und dem Zeitpunkt der Rückflüsse (Modebereich) abzudecken. In beiden Fällen sind die Ausfallrisiken durch Absicherung über Vorverträge oder Aufträge minimierbar. Zwischenfinanzierungsprogramme in den Ländern sollten daher möglichst um Öffnungsklauseln für weitere Branchen ergänzt werden.
14. Berlin (2008) und Nordrhein-Westfalen (2009) haben eigene **Wachstumskapital-Fonds für die Kreativwirtschaft** aufgelegt und erste Erfahrungen gesammelt. Die revolvingierenden Fonds sind auf sehr wachstumsorientierte Unternehmen mit klaren Alleinstellungsmerkmalen ausgerichtet, sie beteiligen sich immer gemeinsam mit privaten Investoren, die in der Regel deutlich höhere Beträge investieren. Das Interesse einzelner Teilbranchen an Wachstumskapital ist sehr unterschiedlich ausgeprägt - bisher wird es vor allem von Internet- und Mobile-Plattformen, IPTV bzw. Gamesunternehmen in Anspruch genommen, Unternehmen aus den Bereichen Mode, Musik oder Werbung sind noch zurückhaltend. In den Ländern, in denen Wachstumskapital- Fonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft existieren, wäre zu prüfen, inwieweit die Zielgruppe in der Kultur- und Kreativwirtschaft verbreitert werden kann und welche Anpassungen dafür notwendig sind.
15. Der Einsatz so genannter „**Wissensbilanzen**“ zur Darstellung des intellektuellen Kapitals sollte künftig bei der Weiterentwicklung von Finanzierungsinstrumenten stärker in Betracht gezogen werden. Wissensbilanzen erzeugen Transparenz, indem sie die Unternehmensziele, die Geschäftsprozesse, das intellektuelle Kapital und den Geschäftserfolg eines Unternehmens im Gesamtzusammenhang darstellen. Wissensbilanzen stellen dadurch eine Möglichkeit dar, die bei Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Regel fehlenden materiellen Sicherheiten auszugleichen.
16. Auf Zielgruppen ausgerichtete **Coachingmaßnahmen und Beratungsangebote** gehören nach Meinung der Mehrzahl der Bundesländer zu den wichtigsten und effektivsten Förderinstrumenten für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Beispielsweise hat Brandenburg eine Richtlinie zur Förderung der Kompetenzentwicklung in Kunst und Kultur aufgelegt. Bremen setzt seit einigen Jahren auf das Projekt „Ideenlotsen – Gründungs- und Professionalisierungsberatung für kreative Unternehmen“, Sachsen- Anhalt mit „business-arte“ auf ein Qualifizierungsprogramm für Absolventen der Kreativwirtschaft. Berlin startete 2008 ein auf die Kultur- und Kreativwirtschaft fokussiertes Coaching- Center mit

branchenspezifischen Beratern. Hessen bietet insbesondere in Gründerzentren Gruppenberatungen im Rahmen des Programms „Kulturcoaching“ an unterstützt damit die Netzwerkbildung.

17. Neben dem Aufbau der Beratungsstellen für Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesebene könnte die **Einrichtung von zusätzlichen kultur- und kreativwirtschaftlichen Kompetenzagenturen** - angedockt an vorhandene Infrastrukturen oder in Nähe eines räumlichen Kreativclusters - in den Ländern dazu dienen, um Förderbedarfe der Branchen systematisch zu eruieren und im Kreativsektor zur Verbreitung des Wissens über Fördermöglichkeiten beizutragen. Angesichts der Kleinteiligkeit des Kreativbereichs wäre auf Länderebene zusätzlich die Einrichtung von branchenbezogenen Berater- oder Mentorenpools, die insbesondere über Kenntnisse internationaler Märkte, Vertriebsstrukturen, Produktionsmöglichkeiten verfügen, zu prüfen. Bisher liegt der Fokus der länderseitigen Coachingmaßnahmen vor allem auf kaufmännischen/ betriebswirtschaftlichen Qualifikationen.
18. Einige Länder wie Nordrhein-Westfalen, Berlin und Brandenburg haben die **Außenwirtschaftsförderung** in den vergangenen Jahren auf Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgerichtet. Um durch Präsentationen und Delegationsreisen neue Märkte zu erschließen, ist an manchen Stellen eine Flexibilisierung der Richtlinien zu prüfen. Dies gilt u.a. für die Gestaltung von Gemeinschaftsmesseständen, aber auch die Ausweitung des Kreises der potentiellen Antragsteller für Gemeinschaftsaktivitäten. In manchen Branchen kann es sinnvoll sein, zur besseren Zielgruppenansprache zeitgleich in einer Stadt Gemeinschaftspräsentationen auf unterschiedlich ausgerichteten Plattformen kofinanzieren. Da die Messelandschaft insbesondere in kreativen Branchen schnellen Veränderungen unterworfen ist, sollten neben regulären Messeauftritten auch Präsentationen außerhalb von Messegeländen, aber innerhalb des Messezeitraums in die Überlegungen einbezogen werden. Zusätzlich sollten die Länder die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region verstärkt auf die landeseigenen, aber auch vom Bund geförderten Messegemeinschaftsstände hinweisen.
19. Unter anderem in Bremen, Hamburg, Berlin sowie Baden- Württemberg und Hessen - gibt es zahlreiche **Kreativzentren** - manche branchenbezogen ausgerichtet, andere fokussiert auf temporäre Nutzung, weitere in Kooperation mit Universitäten als Gründerzentren. Die Kreativzentren bieten in der Regel günstige Büromieten, die zusätzlich mit Coachingangeboten, Workshops und Netzwerkeinbindung verknüpft sein können. Kreativzentren mit einer guten Mischung aus kleineren und größeren Unternehmen unterschiedlicher Wertschöpfungsstufen entlasten die institutionelle Ebene und erleichtern Kooperationen zwischen den Teilmärkten. Der Ad-hoc Arbeitskreis regt an, standortbezogen entsprechende Zentren zu unterstützen.
20. Einige Bundesländer wie beispielsweise Hessen und Mecklenburg- Vorpommern nutzen neben dem Wirtschaftsförderinstrumentarium **zusätzlich im erheblichen Maße Programme der Stadtentwicklungsförderung**, um Kleinstunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft Räume zu Verfügung zu stellen und Leerstände zu beseitigen und darüber zur Stärkung und Revitalisierung von Stadtteilen, historischen Altstädten oder Liegenschaften im ländlichen Raum beizutragen. Zu prüfen wäre, inwiefern bei Bedarf leerstehende Immobilien stärker als bisher für kultur- und kreativwirtschaftliche Nutzungen zur Verfügung gestellt werden können. Der Ad-hoc Arbeitskreis regt an, dazu ressortübergreifende Kooperationsmöglichkeiten zu prüfen.

Anzumerken ist, dass über alle Länder hinweg angesichts der wirtschaftlichen Situation und der generellen Verschlankung des Förderinstrumentariums eher eine Tendenz zur Öffnung und Ausweitung bestehender Förderprogramme auf die Klientel der Kultur- und Kreativwirtschaft als zur Schaffung neuer sektorspezifisch zugeschnittener Förderinstrumente besteht.

Die genannten Handlungsempfehlungen sollen den Ländern als **Arbeitsgrundlage für die Weiterentwicklung des Förderinstrumentariums** und zur Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft dienen. Künftige Strategien und Maßnahmen der Länder wie auch der Bundesregierung sollten vorrangig darauf abzielen, die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu stärken und Wachstums- und Beschäftigungspotentiale auszuschöpfen.