



MARKT

Himmliche Töne
Die japanische Geigerin Midori ist eine Künstlerin von Weltrang. Im März gastiert sie im Audimax.
SEITE 32



Anders, aber relevant

Die Kreativbranche braucht mehr Aufmerksamkeit. Um sie zu bekommen, soll ein Landesverband gegründet werden.



Die Kreativbranche ist bunt

Autoren, Filmemacher, Musiker, bildende und darstellende Künstler, Architekten, Designer, Presse- und Medienvertreter, Entwickler von Computerspielen: Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist vielfältig – und ein relevanter Wirtschaftsbereich. In Deutschland waren hier 2017 rund 1,158 Millionen Menschen erwerbstätig, davon mehr als 254 000 als selbstständige Freiberufler oder Gewerbetreibende und Unternehmer sowie über 900 000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.
Foto: Kzenon - stock.adobe.com

Von Thorsten Retta

REGENSBURG. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat ein Problem: Tatsächliche und wahrgenommene Relevanz der Branche aus volkswirtschaftlicher Perspektive klaffen weit auseinander – zwar nicht mehr so sehr wie noch vor einigen Jahren, aber für viele Kreativ immer noch zu stark. Auch für Carola Kupfer. Sie ist 1. Vorsitzende des Forums Kultur- und Kreativwirtschaft Regensburg e.V. und beklagt: „Wir sind ein wichtiger Motor für Bayerns Wirtschaft, aber bisher sind uns größere Landesmittel verwehrt.“ Wohl immer noch zu groß seien die Unterschiede zu Vertretern der klassischen Wirtschaft. „Ein gewisser Teil der Kreativen sieht eben anders aus. Die Kommunikation funktioniert anders, die Szene wirkt locker und folgt anderen Regeln. Das erzeugt Vorbehalte.“ Die hält die freie Schriftstellerin für „vollkommen unbegründet“. In der Branche würde wie in anderen Branchen auch verbindlich und erfolgreich gearbeitet. Die in der Kultur- und Kreativwirtschaft erzielte Wertschöpfung sei alles andere als unerheblich.

Die Zahlen geben ihr recht. Die Bruttowertschöpfung der Branche betrug 2017 102,4 Milliarden Euro. Der Maschinenbau etwa kommt auf 102,7 Milliarden. Noch klarer wird das Bild, wenn die Impulsgeberfunktion der Branche miteinbezogen wird. Sie erstreckt sich nicht nur auf den Kreativbereich selbst oder den Dienstleistungssektor. Extern bezogene Kultur- und Kreativleistungen sind insbesondere für das verarbeitende Gewerbe wichtig. Rund 79 Prozent der Industrieunternehmen geben in einer vom Bundeswirtschaftsministerium erstellten Studie an, in den vergangenen drei Jahren Kultur- und Kreativleistungen

bezogen zu haben. Ebenso treten die Kulturschaffenden als Innovatoren in Erscheinung. Im Durchschnitt der Jahre 2015/2016 beliefen sich die Innovationsausgaben der Unternehmen der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft auf 5,6 Milliarden Euro. Das sind 3,6 Prozent aller Innovationsausgaben der deutschen Wirtschaft.

Neben der Andersartigkeit ist die schwache Wahrnehmung der Kreativbranche, die aus zwölf Teilmärkten besteht, auch ihrer Heterogenität und einer gewissen Zersplitterung geschuldet. Die Szene wird insbesondere von Freiberuflern sowie von Klein- und Kleinstbetrieben geprägt.

Ziel ist ein Landesverband

Diesen „Einzelkämpfern“ möchte Kupfer mit ihren Mitstreitern – Vertretern bereits existierender lokaler Netzwerke von Kreativen aus ganz Bayern – eine Stimme geben. Noch in diesem Jahr soll dazu ein Bayerischer Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft (BLVKK) gegründet werden. „Ein solcher Verband ist wichtig, damit wir in Zukunft noch stärker mit einer Stimme sprechen und konkrete Forderungen stellen können“, sagt Sigrid Diewald vom freien Akteurs-Netzwerk Ingolstadt. „Wir haben auch ein gutes Vorbild: Sachsen. Dort ist die Kreativwirtschaft inzwischen eine feste Größe im Landeshaushalt und zu einer relevanten Größe für die politischen Entscheider geworden.“ Erreicht hat die Szene das auch, weil sie in Sachsen den entsprechenden Raum bekommt. Neben Leerständen gibt es viele Industriebrachen, die aufgewertet werden wollen.

Anders in Bayern. Diewald, Kupfer und Co. wissen, dass das sächsische Modell nicht eins zu eins auf den Freistaat übertragbar ist. „Dennoch können wir einen relevanten Teil dazu bei-

tragen, Bayern für Menschen und Unternehmen noch attraktiver zu machen.“ Aber eben nur dann, wenn die Branche, die im Flächenstaat Bayern von Würzburg, Coburg und dem Fichtelgebirge über Regensburg und Ingolstadt bis hin nach Augsburg, München und ins Allgäu verteilt ist, sich stärker organisiert. Erste Weichenstellungen zur BLVKK-Gründung wurden bereits Ende 2018 im Rahmen einer Inforenne im Regensburger Kreativzentrum Degginger getan. Seither sind die Ziele und Themen des Verbandes klarer: Es geht um Lobbyarbeit und Vernetzung, um Sichtbarkeit, um Förderprogramme und Projekte – und um Rechts- und Versicherungsschutz für die Mitglieder.

Am 25. Januar unternahmen die Kreativen einen weiteren Schritt in Richtung BLVKK. Vertreter der bayerischen Kreativregionen trafen sich im Kompetenzzentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt München zu einer Arbeitssitzung. Die Nähe zur großen Politik ist auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft wichtig. In der Landeshauptstadt wurde eine grobe Verbandsstruktur erarbeitet. Außer-

dem wurden Arbeitsgruppen, die sich mit der konkreten Umsetzung der Verbandsziele beschäftigen, installiert.

Ein schillerndes Beispiel

Dass der Weg zur Gründung trotz spürbarer Fortschritte noch steinig wird, weiß Kupfer. Nicht allein, dass jede Region eine spezifische Herausforderung hat – in München sei das Gemeinschaftsgefühl nicht so ausgeprägt wie in Regensburg, im Fichtelgebirge seien die Entfernungen zwischen den Akteuren verhältnismäßig groß. Hinzu kommt, dass sich die treibenden Akteure alle unentgeltlich engagieren und einem Beruf nachgehen. Die Ressource Zeit ist begrenzt.

Für Kupfer ist das mehr Ansporn als Hindernis. „Solche Herausforderungen treiben mich noch mehr an“, sagt sie. Zudem gab es jüngst eine Extraportion Motivation. Für Oliver Wittmann von Bayern Kreativ sind gerade die Regensburger ein Vorbild für die Kreativwirtschaft in Bayern. „Die Zusammenarbeit der Kreativen mit der Stadt, die Installation des Degginger, das ist vorbildlich. Regensburg ist ein schillerndes Beispiel für andere.“



Gründung im Fokus

Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft aus ganz Bayern, darunter auch Carola Kupfer vom Forum Kultur- und Kreativwirtschaft Regensburg e.V. (vorne Mitte) und Sigrid Diewald vom freien Akteurs-Netzwerk Ingolstadt (re.), trafen sich in München zum Arbeitstreffen „Gründung Landesverband für Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern“.
Foto: Jürgen Enninger