

Kreative in dürftiger Zeit

Politik: Staatssekretär Ulrich Nussbaum und Staatsministerin Monika Grütters stellen den Bericht zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft vor. Sebastian Turner zerpfückt das Zahlenwerk gründlich

Von Fabian Wurm

Die Welt auf Kollisionskurs: Handelskriege, Brexit, Diesel-Desaster und auch die Polarisierung der Gesellschaft hält an. „Wir leben in Tagen der Verunsicherung“, sagt Ulrich Nussbaum, Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium. Er weiß: Wo aber Gefahr ist, wächst das Rettende auch. Folglich übt sich der Politiker – trotz angespannter Konjunktur – in Optimismus. Die Verluste an Wertschöpfung in der Industrie würden „weitgehend durch das Wachstum in den Bereichen Bauwirtschaft und Dienstleistungen kompensiert“, beruhigt er. Vor allem die ökonomische Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft gebe Anlass zu großer Hoffnung: „Die Kreativwirtschaft ist Innovationstreiber.“ Sie leiste einen gesellschaftlichen und kulturellen Mehrwert. „Sie ist ein Wirtschaftsfaktor, sie ist mittelständisch, sie ist erfolgreich.“ Große Worte.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat – gemeinsam mit Kulturstatsministerin Monika Grütters – einen eingehenden „Monitoringbericht für die Kultur- und Kreativwirtschaft 2019“ vorgelegt. Auf dem 1. Forum Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin stellten Staatssekretär Nussbaum und Kulturstatsministerin Grütters gemeinsam den Report vor.

Welche Bedeutung hat die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Gesamtökonomie? Wie haben sich Umsatz, Wertschöpfung, Anzahl von Unternehmen und Erwerbsmäßigkeit entwickelt? Welche Gründungsaktivitäten sind zu beobachten? Das sind Fragen, die der Monitoringbericht eingangs stellt. Die Antworten lassen staunen.

Der Umsatz der Kreativwirtschaft, zu der das Wirtschaftsministerium die Bereiche Architektur, Buchmarkt, Darstellende Künste, Design, Film, Kunst, Musik, Presse, Rundfunk, Software- und Games-Industrie sowie Werbung zählt, beläuft sich zusammengenommen auf über 168 Milliarden Euro – was einem Plus von fast 2 Prozent entspricht. Die Bruttowertschöpfung ist im Jahresvergleich sogar um rund 3 Prozent auf 100,5 Milliarden Euro gestiegen – ein neuer Rekord.

Doch damit nicht genug. Der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt lag 2018 – folgt man dem amtlichen Bericht – immerhin bei 3 Prozent, die Zahl der Kernerwerbstätigen ist um 3,1 Prozent gestiegen, die der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten um 3,9 Prozent, die Gründungsrate lag bei 4,6 Prozent; insgesamt wurden circa 9500 Unternehmen gegründet.

Stolze Zahlen, die der Staatssekretär und die Staatsministerin im Berliner Westhafen Event & Convention Center vor knapp 500 Gästen – Verleger, Verbandsfunktionäre, Möbelhersteller, Modeschöpfer und Musikproduzenten darunter – präsentierten. Er sei selbst beeindruckt, sagte Nussbaum. „Der Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt deutlich vor dem des Maschinenbaus und der Elektroindustrie.“ Auch Monika



Scharfer Analytiker, sanfter Provokateur: Mit seiner Rede an die „lieben Kreativen in Wirtschaft, Kultur und Kabinett“ zieht Sebastian Turner alle in seinen Bann



Große Worte, stolze Zahlen: Staatssekretär Nussbaum und Staatsministerin Grütters



Im Höhenflug: Wunderman-CEO Larissa Pohl und ADC-Präsident Paravicini

Grütters zeigte sich angetan: „Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist der treibende Motor für richtungweisende Innovationen ‚made in Germany‘.“

Es blieb Sebastian Turner vorbehalten, den Optimismus zu dämpfen und das Berliner Forum auf den Boden der Tatsachen zurückzuholen. In seiner Keynote nahm der Tagesspiegel-Herausgeber und einstige Scholz & Friends-Vorstandsvorsitzende den Monitoringbericht der Mi-

niere die Kreativwirtschaft. Und noch schlimmer: Die Kreativen, die sich gern anmaßen, schöpferisch, mithin göttlich zu sein, zählten in Wahrheit mehrheitlich zu den armen Schluckern: „Vom Hochmut in den Niedriglohn. Man kann es auch anders formulieren: In der Kreativwirtschaft geht es von der Berufsjugendlichkeit direkt in die Altersarmut.“

„Vom Hochmut in den Niedriglohn: In der Kreativwirtschaft geht es von der Berufsjugendlichkeit direkt in die Altersarmut“

Sebastian Turner

nisterien genüsslich auseinander. Punkt für Punkt. Bereits bei der Problemanalyse sei er „auf eine statistische Merkwürdigkeit gestoßen – um nicht zu sagen, auf ein Irrlicht“. Um die Zunft der Gamer den Kreativen zuzuschlagen, habe man, so Turner, in die Statistik gleich alle Software-Akteure einbezogen. Das bringe es mit sich, dass SAP, Deutschlands wertvollstes Unternehmen, auch zur Kreativwirtschaft zählt. Und das wirkt sich aus. „SAP ist mit 25 Milliarden Euro Jahresumsatz so groß wie der gesamte Kunstmarkt, die gesamten Darstellenden Kün-

ler aufzunehmen – ich meine die Diesel-Programmierer aus der Autoindustrie.“

Turner spannte in seiner Rede an die „lieben Kreativen in Wirtschaft, Kultur und Kabinett“ den Bogen von den sozialen Medien („tatsächlich asoziale Medien“) über das Presserecht („keine Veröffentlichung ohne Verantwortung“) hin zur sozialen Lage der kreativen Klasse. Immer wieder wurde seine in betont sachlichem Duktus vorgetragene Rede von Beifall und Lachern unterbrochen. Turners Quintessenz freilich ist ernüchternd: Allem gut gemeinten Zahlenwerk zum Trotz stag-

niere die Kreativwirtschaft. Und noch schlimmer: Die Kreativen, die sich gern anmaßen, schöpferisch, mithin göttlich zu sein, zählten in Wahrheit mehrheitlich zu den armen Schluckern: „Vom Hochmut in den Niedriglohn. Man kann es auch anders formulieren: In der Kreativwirtschaft geht es von der Berufsjugendlichkeit direkt in die Altersarmut.“

Ja, die Wahrheit ist den Kreativen in Wirtschaft, Kultur und Kabinett zumutbar. Turner weiß Akzente und Pointen zu setzen. Analytische Schärfe und sanfte Provokation gehen Hand in Hand. Für seine Nachredner war's eine Herausforderung; sie hatten das Nachsehen. Artigkeiten und Appelle folgten auf Turners Ausführungen. Mitunter waren noch manch originelle Vorschläge zu hören.

„Mehr Kreative in die Vorstände“, forderte etwa Stephan Vogel, der Chef-Kreative von Ogilvy. Und ADC-Präsident Heinrich Paravicini setzte noch einen drauf: „Die deutsche Kreativindustrie kann Deutschland international die Chance bieten, eine wirtschaftliche Antwort auf China und die USA zu geben.“

Mehr Aufmerksamkeit und Unterstützung durch die Politik ist die Devise. Während der Staat Energiekonzerne subventioniere und defizitäre Banken rette, floriere die Kreativindustrie von ganz allein, sagte Paravicini: „Hier beginnt ein neues Wirtschaftswunder.“ Das freilich ist einstweilen nichts als Wunschdenken.



Lagebericht

Einmal jährlich untersucht das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) und das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie Stand und Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Grundlage bietet die Definition der Wirtschaftsministerkonferenz: Sie versteht unter Kultur- und Kreativwirtschaft Unternehmen, die kreative und kulturelle Güter und Dienstleistungen schaffen, produzieren, verteilen und/oder verbreiten. Der Monitoringbericht will einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen in der Branche geben. Dabei werden sowohl die wirtschaftliche Entwicklung verschiedener Teilmärkte als auch Unternehmensgründungen und die Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft erfasst. Die Kurzfassung präsentiert die wesentlichen Ergebnisse für das Projektjahr 2019.

FOTOS: BMWi / BILDKRAFTWERK